

Aspectos económicos relacionados con un impuesto al refresco en México

Colchero MA, Salgado JC, Unar M, Hernández-Avila M,
Velasco-Bernal A, Carriedo A, Rivera-Dommarco JA.



Aspectos económicos relacionados con un impuesto al refresco en México

Obesidad y diabetes en México

- ▶ Para 2012, se estimó que en México, 73% de las mujeres adultas, 69% de los hombres adultos y 30% de los niños y adolescentes tenían sobrepeso y obesidad [1, 2].
- ▶ En 2006, se estimó que el 14% de la población adulta tenía diabetes tipo II [3].
- ▶ México es el país con el primer lugar con mayor sobrepeso y obesidad, así como el primero en prevalencia de diabetes entre los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo, que son en su mayoría países de ingresos altos [4, 5]
- ▶ Se ha estimado que la obesidad cuesta al país anualmente 67 mil millones de pesos por la ocurrencia de enfermedades relacionadas con obesidad (diabetes mellitus tipo 2, enfermedades cardiovasculares, cáncer de mama y osteoartritis), costos tanto por tratamiento médico como por pérdida de productividad por muerte prematura [6]. Para el 2017, se espera que la carga de la obesidad alcance 150 mil millones de pesos.

Consumo de refrescos en México

- ▶ México es el primer consumidor de refrescos en el mundo; se estima que en promedio se consumen en el país 163 litros por persona al año [7].
- ▶ Entre 1989 y 2006 el consumo de refrescos per cápita aumentó en 60%; el mayor consumo de refrescos se concentra entre la población de 12 a 39 años y es particularmente elevado en el grupo de 19-29 años [8].
- ▶ En México, entre 1999 y 2006 el porcentaje de energía en adolescentes proveniente de bebidas fue de 20.1%, del cual el 12.7% fue de bebidas altas en energía. En adultos el porcentaje de energía que provino de bebidas fue de 22.3 %, del cual 15.2% provino de bebidas altas en energía.
- ▶ En el año 2007, el volumen de ventas de refrescos y aguas carbonatadas alcanzó los 16 940 millones de litros, lo que representó un crecimiento de 2.3% sobre el nivel de 2006. El 95% de los refrescos vendidos en el año 2007 utilizó edulcorantes calóricos, mientras que solamente el 5% fueron refrescos bajos en calorías o sin calorías, por lo que el consumo de azúcar y fructosa por parte de la industria refresquera fue de casi 1 millón 900 mil toneladas [9].
- ▶ Las bebidas que contribuyen con el mayor aporte energético en la población mexicana son: refrescos (carbonatados y no carbonatados), bebidas elaboradas con jugos de fruta (con o sin azúcar), aguas frescas, leche entera y jugos elaborados con 100% de fruta (a los que se agrega azúcar).

Consumo de bebidas azucaradas y efectos en salud

- ▶ Aunque la obesidad es causada por múltiples factores hay cada vez mayor evidencia científica de que el consumo de bebidas azucaradas está relacionado con el aumento de peso en adultos y que es un factor de riesgo para obesidad, diabetes y enfermedad isquémica [10-15].
- ▶ El consumo de bebidas azucaradas como los refrescos no producen saciedad, comparado con alimentos con azúcar en forma sólida, lo cual tiende a estimular el consumo excesivo de estas bebidas [16].

Efecto de cambios en precios en consumo

- ▶ Los precios relativos de los refrescos se han reducido al menos desde los años noventa y el gasto de los hogares en refrescos aumentaron en este mismo período [17].
- ▶ El precio real promedio por litro de los refrescos es menor que el de otras bebidas, lo que ha incentivado su consumo [18]. Sin embargo, datos de las Encuestas Nacionales de Ingreso y Gasto de los Hogares del 2006 al 2010 muestran que el precio promedio del agua que compran los hogares es aún menor, lo que representa una oportunidad accesible para sustituir bebidas endulzadas de mayor costo por agua [18].
- ▶ La demanda de refrescos disminuye cuando aumenta el precio. Estimaciones para México muestran que si el precio del refresco aumentara en 10%, el consumo de refrescos podría reducirse entre 10% a 13% [18].
- ▶ La reducción en consumo de refrescos por un aumento en el precio sería mayor en las familias más pobres y aquellas que viven en las áreas con muy alta, alta y marginación media [18].
- ▶ Si el precio del refresco aumentara, los individuos sustituirían el consumo de refrescos por agua o leche, no aumentarían el consumo de jugos, aguas preparadas u otras bebidas azucaradas [18].
- ▶ Estimaciones en México y fuera del país muestran que si aumentara el precio de los refrescos, no aumentaría el consumo de alimentos altos en azúcar [17, 19].
- ▶ Considerando que se consumen 163 litros por persona al año, con un impuesto del 20% al precio del refresco, el consumo podría reducirse entre 121 y 130 litros por persona al año [18].

Impuestos al refresco: la experiencia internacional

- ▶ Los impuestos son una medida del Estado para lograr que se reduzca el consumo de bienes que tienen efectos nocivos para la salud, como el alcohol, el cigarro, alimentos no saludables y bebidas azucaradas [20].
- ▶ Al menos 19 países han implementado o propuesto impuestos a bebidas azucaradas como medida de salud pública contra la obesidad [21].

- ▶ Se espera que los impuestos a bebidas azucaradas tengan efectividad en lograr reducciones en consumo y en peso en países con alta prevalencia de sobrepeso y obesidad y alto consumo de refresco, como es el caso de México [21].

Impuesto al refresco como una medida costo efectiva o costo ahorradora

- ▶ En México el sistema tributario es federal, por lo que un impuesto tendría un gran impacto porque se implementaría en todo el país.
- ▶ Un impuesto al refresco puede ser una intervención costo efectiva porque puede reducir la prevalencia de obesidad y a su vez recaudar recursos para el país [22, 23].

Beneficios en salud con un impuesto al refresco del 20% en México

- ▶ Podría reducirse el peso por persona en 800 g a 10 años en la población general, lo que se traduciría en una reducción en la prevalencia de sobrepeso y obesidad de 70% a 68% [24].
- ▶ Con estos efectos en salud, se podrían ahorrar 13 719 millones de pesos por reducciones en sobrepeso y obesidad en adultos mayores a 30 años por costos directos de atención en salud por enfermedades relacionadas [18].
- ▶ En los individuos que consumen más de 350 ml de refrescos a la semana, el peso podría reducirse en 3.6 kg/persona en 10 años, lo que representaría una reducción en la prevalencia de sobrepeso y obesidad de 67% a 62% [24].
- ▶ Se podrían evitar 53 043 casos nuevos de diabetes con lo que se podrían ahorrar entre 4 281 a 21 192 millones de pesos en 10 años [18].

Recaudación

- ▶ Con un impuesto del 20%, se podría recabar entre 22 a 24 mil millones de pesos al año [18].
- ▶ Este monto de recaudación representa alrededor del 30% de los costos de obesidad para el país.

Otras intervenciones para combatir obesidad

- ▶ Es crucial que el país haga una inversión para proveer de agua potable a las áreas más marginadas y garantizar que exista un sustituto saludable si se implementara un impuesto al refresco.
- ▶ Es clave que un impuesto al refresco se acompañe de otras medidas para reducir o prevenir la obesidad, como regulación de la publicidad, etiquetado, restricciones de alimentos y bebidas no saludables en las escuelas.

Argumentos en contra y a favor

En contra ✘

No hay evidencia de que el consumo de refrescos sea el causante de la elevada prevalencia de obesidad y de diabetes.



Un impuesto al refresco puede ser regresivo.



Con un impuesto no se puede garantizar que se reduzca el consumo de refrescos porque las personas podrían sustituirlo por otras bebidas azucaradas.



Un impuesto al refresco reduciría empleos en la industria refresquera y azucarera.



A favor ✔

Diversos estudios internacionales con metodologías sólidas han mostrado que el consumo de bebidas azucaradas está relacionado con mayor peso en adultos.

La obesidad y la diabetes afectan financieramente a los más pobres porque tienen menor protección en salud y destinan una mayor proporción de su gasto en salud por gasto de bolsillo.

Si aumentara el precio del refresco, los hogares más pobres serían los que reducirían más su consumo.

Estas reducciones en consumo podrían tener efectos positivos en la salud que signifiquen ahorros importantes en gastos catastróficos que recaen en la población más pobre.

La recaudación puede utilizarse para una distribución progresiva de programas de apoyo a la población en condiciones de pobreza para una compensación financiera.

Con un aumento en el precio de los refrescos, los individuos sustituirían el consumo de refrescos por agua o leche, no aumentaría el consumo de jugos, aguas preparadas u otras bebidas endulzadas.

Para el caso de tabaco, se observó una caída en empleos en los sectores de la agricultura, manufactura y comercialización, sin embargo, esta baja se vio minimizada e incluso revertida por la creación de nuevos empleos ante el incremento de la demanda de otros bienes y servicios generada por la reasignación del dinero que antes se gastaba en tabaco.

En contra ✘



La decisión de consumir es individual, el gobierno debe respetar las preferencias de los consumidores.



Los refrescos forman parte de la canasta básica y es recomendable su consumo.



Los impuestos no son necesarios porque la industria es parte de la solución y no el problema.



A favor ✔

Estos resultados podrían trasladarse al caso del refresco, porque la disminución de gasto en esta bebida provocará una mayor demanda de otros bienes como agua y leche, por lo tanto mayores empleos.

Si el gobierno destina recursos para proveer de agua potable a las comunidades se crearán nuevos empleos.

En México, desde 1984, la constitución reconoce el derecho a la protección de la salud.

El consumo de refrescos tiene efectos negativos para la salud cuyos costos son absorbidos en su mayoría por el gobierno, por lo que su actuación como regulador es indispensable.

El Estado mexicano ha tenido un papel crucial en la salud de la población con logros muy importantes en vacunación, seguridad social, salud reproductiva, tratamiento médico especializado, entre otras.

La canasta básica se creó para tener un mecanismo de monitoreo de precios de los bienes más consumidos en el país con el fin de contener el aumento de precios.

La canasta básica la componen los alimentos y bebidas más consumidos en el país. No es una canasta de alimentos y bebidas deseables para la salud, es una canasta de lo que más se consume.

El propósito de las corporaciones es hacer dinero para sus accionistas por lo que su interés es vender la mayor cantidad posible, no ayudar a sus clientes a reducir su consumo. Los impuestos pueden hacerlo.

Las compañías refresqueras dicen ser parte de la solución al patrocinar iniciativas comunitarias y escolares para la prevención de la obesidad. Si esa fuera la verdadera intención de la industria lo haría de manera anónima y no lo usaría como otra oportunidad de promocionarse como empresas socialmente responsables y preocupadas por el problema de obesidad [25].

En contra ✘



No se puede culpar a los refrescos del aumento en las tasas de obesidad ya que las ventas han disminuido.



A favor ✔

La industria debería reducir la cantidad de azúcar en sus bebidas, dejar de promocionar sus productos (especialmente a niños) y enfocarse en promover opciones bajas o sin calorías.

En general, la evidencia indica que un cambio en los precios de alimentos no saludables pueden tener repercusiones en el peso de la población, especialmente en poblaciones de bajo ingreso [26].

En México, entre 1989 y 2006 el consumo de refrescos per cápita aumentó en 60%.

Es posible que las ventas de refrescos hayan bajado en los últimos años, pero las ventas de bebidas deportivas, bebidas energéticas, agua endulzada y té ha aumentado; por ello la recomendación del impuesto a todas las bebidas azucaradas [25].

Principales estrategias para contrarrestar la regulación por parte del Estado, incluyendo medidas fiscales:

Las principales estrategias por parte de la industria de refrescos y ciertos grupos de interés, para evitar el impuesto al refresco en México, incluyen:

- Apoyo de intervenciones ineficaces.
- Posicionamiento como empresas socialmente responsables con altos gastos en publicidad y promoción de productos nuevos promocionados como más saludables.
- Asociación con líderes políticos y compra de negocios para diversificar su mercado.
- Los argumentos en el debate político se perfilan en torno a temas como garantías individuales y libre elección; se evita el tema de salud.
- Financiamiento de eventos en torno a la salud y patrocinio a líderes de opinión y grupos de académicos [27].

Referencias

1. Barquera, S., et al. *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012. Evidencia para la política pública en salud. Obesidad en adultos: los retos de la cuesta abajo*. 2012; Available from: <http://ensanut.insp.mx/doctos/analiticos/ObesidadAdultos.pdf>.
2. Instituto Nacional de Salud Pública. *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012. Estado de nutrición, anemia, seguridad alimentaria en la población mexicana*. 2012; Available from: http://ensanut.insp.mx/doctos/ENSANUT2012_Nutricion.pdf.
3. Villalpando, S., et al., *Prevalence and distribution of type 2 diabetes mellitus in Mexican adult population: a probabilistic survey*. *Salud Publica Mex*, 2010. **52 Suppl 1**: p. S19-26.
4. OECD. *Health at a Glance 2011: OEDC indicators*. 2011; Available from: http://dx.doi.org/10.1787/health_glance-2011-en.
5. FAO, *The State of Food and Agriculture*, 2013, United Nations: Rome.
6. Álvarez del Río, F., C. Gutiérrez-Delgado, and V. Guajardo-Barrón, *Costo de la obesidad: las fallas de mercado y las políticas públicas de prevención y control de la obesidad en México*, in *Obesidad en México. Recomendaciones para una política de Estado*, J.A. Rivera Dommarco, et al., Editors. 2012, Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial: México. p. 331-55.
7. Valadez, B. *Desplaza México a EU en consumos de refrescos de cola*. 2012. Enero 2013]; Available from: <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/4d61be05ee00877e942fca43bc3ac46e>.
8. Barquera, S., et al., *Energy intake from beverages is increasing among Mexican adolescents and adults*. *J Nutr*, 2008. **138**(12): p. 2454-61.
9. INEGI, *Encuesta Mensual de la Industria Manufacturera*.
10. Malik, V.S., M.B. Schulze, and F.B. Hu, *Intake of sugar-sweetened beverages and weight gain: a systematic review*. *Am J Clin Nutr*, 2006. **84**(2): p. 274-88.
11. Vartanian, L.R., M.B. Schwartz, and K.D. Brownell, *Effects of soft drink consumption on nutrition and health: a systematic review and meta-analysis*. *Am J Public Health*, 2007. **97**(4): p. 667-75.
12. Malik, V.S., W.C. Willett, and F.B. Hu, *Sugar-sweetened beverages and BMI in children and adolescents: reanalyses of a meta-analysis*. *Am J Clin Nutr*, 2009. **89**(1): p. 438-9; author reply 439-40.
13. Te Morenga, L., S. Mallard, and J. Mann, *Dietary sugars and body weight: systematic review and meta-analyses of randomised controlled trials and cohort studies*. *BMJ*, 2013. **346**: p. e7492.
14. Malik, V.S., et al., *Sugar-sweetened beverages and risk of metabolic syndrome and type 2 diabetes: a meta-analysis*. *Diabetes Care*, 2010. **33**(11): p. 2477-83.
15. InterAct, c., *Consumption of sweet beverages and type 2 diabetes incidence in European adults: results from EPIC-InterAct*. *Diabetologia*, 2013. **56**(7): p. 1520-30.
16. Willett, W.C. and D.S. Ludwig, *Science souring on sugar*. *BMJ*, 2013. **346**: p. e8077.
17. Unar, M., et al., *The effect of food and beverage prices on weight among women participating in the Mexican Family Life Survey*, 2013, Instituto Nacional de Salud Pública.
18. Colchero, M., et al., *Análisis del potencial del impuesto a refrescos en México como una estrategia de prevención de obesidad*. *15 Congreso en Investigación en Salud Pública*, 2013.
19. Finkelstein, E.A., et al., *Implications of a sugar-sweetened beverage (SSB) tax when substitutions to non-beverage items are considered*. *J Health Econ*, 2013. **32**(1): p. 219-39.
20. Moodie, R., et al., *Profits and pandemics: prevention of harmful effects of tobacco, alcohol, and ultra-processed food and drink industries*. *Lancet*, 2013. **381**(9867): p. 670-9.
21. Jou, J. and W. Techakehakij, *International application of sugar-sweetened beverage (SSB) taxation in obesity reduction: factors that may influence policy effectiveness in country-specific contexts*. *Health Policy*, 2012. **107**(1): p. 83-90.
22. Gortmaker, S.L., et al., *Changing the future of obesity: science, policy, and action*. *Lancet*, 2011. **378**(9793): p. 838-47.
23. Brownell, K.D., et al., *The public health and economic benefits of taxing sugar-sweetened beverages*. *N Engl J Med*, 2009. **361**(16): p. 1599-605.
24. Zepeda R., Rodríguez E.R., and Barrientos-Gutiérrez T., *Cambio en el peso esperado tras la implementación del impuesto a los refrescos: ENSANUT 2012*, in *Seminario Institucional "Generación de evidencia para la formulación de políticas públicas de obesidad: el caso del impuesto a los refrescos"* 2013, Instituto Nacional de Salud Pública: Cuernavaca, 26 de junio
25. Friedman R, B.K., *Sugar-Sweetened Beverages Taxes. An updated Policy Brief*, 2012, Yale Rudd Center
26. Chaloupka FJ, P.L., Chriqui JF, *Sugar-sweetened beverage taxation as public health policy-lessons from tobacco*. *Choices*, 2011. **26**(3): p. 1-6.
27. Myers. *Los principales obstáculos para las políticas en salud: la estrategia de las corporaciones contra las regulaciones*. in *Políticas de combate a la obesidad*. 2013. Mexico City.