



El impuesto a bebidas azucaradas en México

Presenta: Arantxa Colchero

Instituto Nacional de Salud Pública

Foro: Impuesto a las bebidas azucaradas: tendencia mundial
8 de Agosto 2017

¿Por qué un impuesto a bebidas azucaradas?

- Desincentivar consumo de **bienes que causan daños a la salud** como tabaco y alcohol
- Consumo de **bebidas azucaradas** se asocia con **ganancia de peso, diabetes** y otras enfermedades crónicas
- La OMS recomienda que **azúcares añadidos no rebasen el 10% de la ingesta**, en **México** representan el **12.5% de la dieta**, y de estos 70% son bebidas azucaradas

Brownel, 2009. The Public Health and Economic Benefits of Taxing Sugar-Sweetened Beverages. New England Journal of Medicine

López Olmedo N, Carriquiri A, Rodríguez S, Ramírez I, Espinoza J, Hernández L, Campirano F, Martínez B. Usual intake of energy macronutrients in the Mexican population. 2016. J Nutr; 146(9)

Sanchez-Pimienta TG, et al. Sugar-sweetened beverages are the main sources of added sugar intake in the Mexican population. J Nutr. 2016; 146(9).

¿Por qué un impuesto a bebidas azucaradas?

- **Información asimétrica:** la población no conoce las consecuencias de consumir bebidas azucaradas
- **Externalidades negativas:** costos que paga la sociedad por enfermedades asociadas al consumo de bebidas azucaradas
 - Costos directos de atención (diabetes: 85 mil millones de pesos)
 - Productividad perdida por muerte prematura, por ausentismo y presentismo: (25.5 millones de pesos en 2014)

Impuesto a bebidas azucaradas en México

- Impuesto específico: **1 peso /litro** (~10 aumento de precio) a todas las bebidas no alcohólicas con azúcar añadida
- Excluye jugos 100% naturales y bebidas con edulcorantes artificiales
- Lo paga el productor, pero se refleja en el precio al consumidor
- Ajustado a la **inflación** cuando inflación acumulada alcance 10%

Estimaciones a dos años de implementación

En 2014: reducción de 6% en la compras de bebidas azucaradas (BMJ, 2016)

I. **Ventas nacionales** de bebidas azucaradas y agua embotellada (2007-2015)

II. **Compras de bebidas con y sin impuesto panel de hogares urbanos** (2012-2015)

III. **Compras bebidas hogares urbanos y rurales** (ENIGHs 2008-2014)

RESEARCH ARTICLE

Beverages Sales in Mexico before and after Implementation of a Sugar Sweetened Beverage Tax

M. A Colchero^{1*}, Carlos Manuel Guerrero-López¹, Mariana Molina¹, Juan Angel Rivera²

1 Center for Health Systems Research, Instituto Nacional de Salud Pública, Cuernavaca, Mexico, **2** Center for Research on Nutrition and Health, Instituto Nacional de Salud Pública, Cuernavaca, Mexico

*acolchero@insp.mx

WEB FIRST

By M. Arantxa Colchero, Juan Rivera-Dommarco, Barry M. Popkin, and Shu Wen Ng

In Mexico, Evidence Of Sustained Consumer Response Two Years After Implementing A Sugar-Sweetened Beverage Tax

DOI: 10.1371/journal.pone.0171121
HEALTH AFFAIRS 36,
NO. 3 (2017): 1–11
© 2017 Project HOPE—
The People-to-People Health
Foundation, Inc.

ABSTRACT Mexico implemented a 1 peso per liter excise tax on sugar-sweetened beverages on January 1, 2014, and a previous study found a 6 percent reduction in purchases of taxed beverages in 2014. In this study we estimated changes in beverage purchases for 2014 and 2015. We used store purchase data for 6,645 households from January 2012 to December 2015. Changes in purchases of taxed and untaxed beverages in the study period were estimated using two models, which compared 2014 and 2015 purchases with predicted (counterfactual) purchases based on trends in 2012–13. Purchases of taxed beverages decreased 5.5 percent in 2014 and 9.7 percent in 2015, yielding an average reduction of 7.6 percent over the study period. Households at the lowest socioeconomic level had

M. Arantxa Colchero is an associate professor of health economics at the Center for Health Systems Research, National Institute of Public Health, in Cuernavaca, Mexico.

Juan Rivera-Dommarco is director of the Center for Research on Nutrition and Health, National Institute of Public Health.

Barry M. Popkin is a professor in the Department of Nutrition and a fellow at the Carolina Population Center, University of North

The Journal of Nutrition, First published ahead of print June 14, 2017 as doi: 10.3945/jn.117.251892.

The Journal of Nutrition
Nutritional Epidemiology 

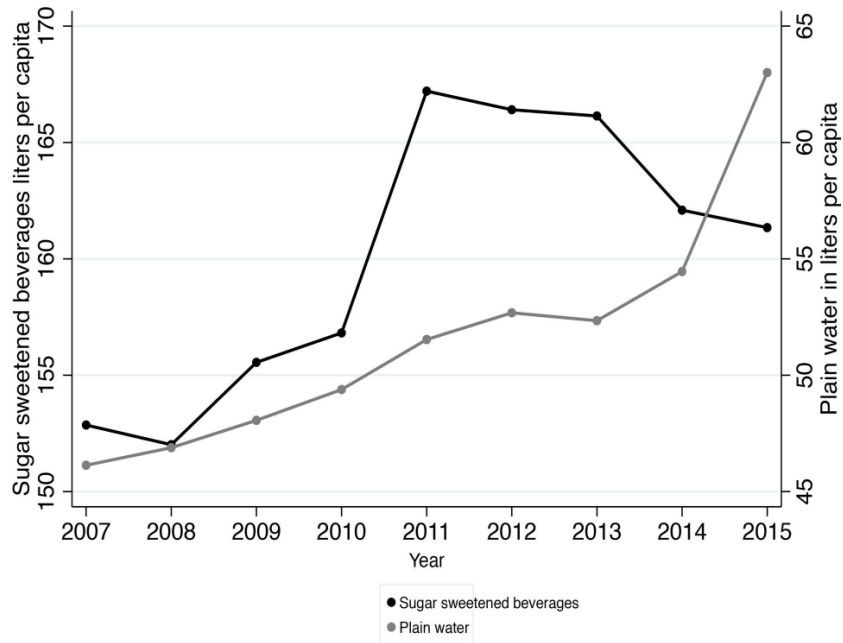
After Mexico Implemented a Tax, Purchases of Sugar-Sweetened Beverages Decreased and of Water Increased: Difference by Place of Residence, Household Composition, and Income Level

M Arantxa Colchero, Mariana Molina, and Carlos M Guerrero-López

Center for Health Systems Research, National Institute of Public Health, Cuernavaca, México

I- Resultados cambios en ventas nacionales

Ventas anuales (litros/cápita) bebidas azucaradas y agua (no ajustadas)



Cambios en ventas bebidas azucaradas y agua (ajustada)

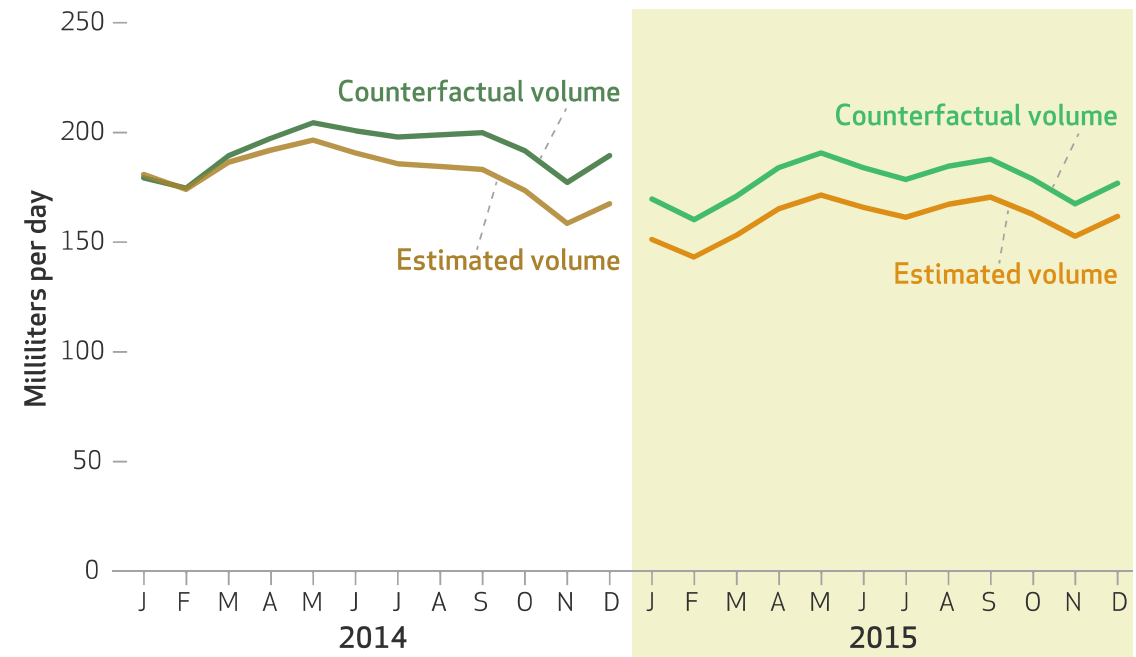
Año	Bebidas azucaradas	Agua embotellada
2014	-6.2%**	+0.2%
2015	-8.7%**	+11.8%
2014-2015	-7.3%**	+5.2%

*Período de comparación 2007-2013, MCO ajustado por trimestre, indicador global de la actividad económica, ** significativo al 1%.*

Fuente de datos: Encuesta Mensual de la Industria Manufacturera 2007-2015 (INEGI)

II- Resultados cambios en compras hogares

- En 2014, las compras disminuyeron 5.5%
- En 2015, disminuyeron 9.7%
- 2014-2015: reducción promedio 7.6%
 - -5.1 Litros/cápita/año

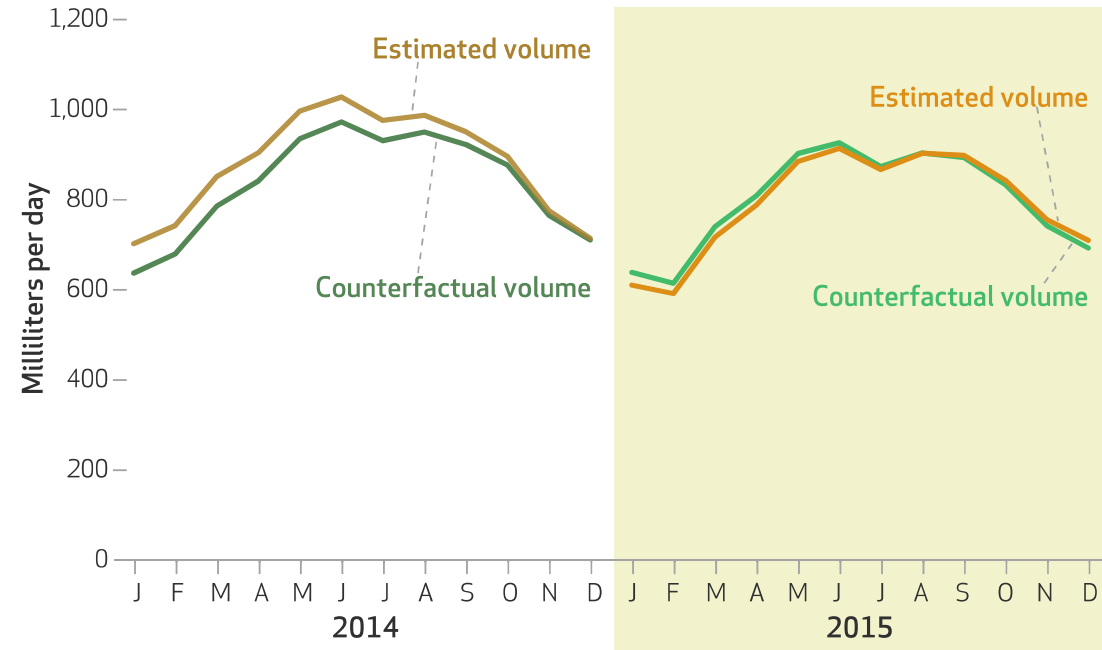


Fuente de datos: Panel de 6,645 hogares de 53 ciudades de más de 50,000 habitantes

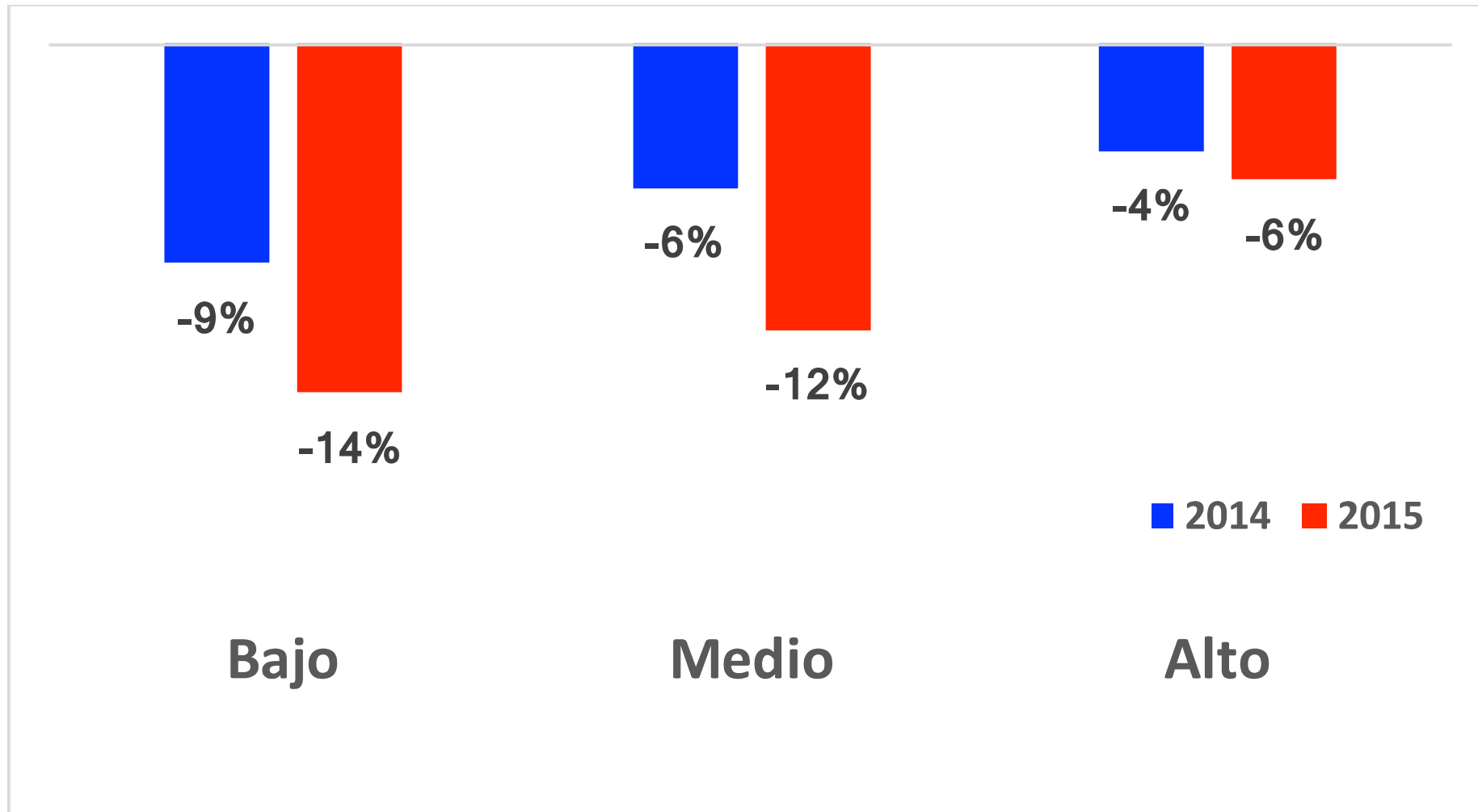
Aumento en compras de bebidas sin impuesto

- Las compras de bebidas sin impuesto aumentaron el los dos años 2.1%

+ 6.6 Litros/capita/año



Reducción en compras de bebidas con impuesto por nivel socio-económico



III- Resultados compras bebidas

- Reducción de compras de bebidas azucaradas de 6.3% en 2014
- Mayor reducción
 - En los hogares con **niveles de ingreso menor**: 9%
 - En hogares urbanos: 8%
 - En hogares con niños y adolescentes: 10%

Fuente de datos: Encuesta Mensual de la Industria Manufacturera 2007-2015 (INEGI)

Cambios en empleo

- Análisis de encuestas nacionales INEGI muestran a dos años de implementación de los impuestos que:
 - El empleo en la **industria de bebidas** no se redujo
 - El empleo en los **comercios** no se redujo
 - El **desempleo** en México no se redujo

Conclusiones

- **Resultados sostenibles y crecientes:** reducción en 2015 (9.7%) mayor que en 2014 (a pesar de ser un impuesto modesto y no ajustado a inflación)
- **Mayor reducción en hogares de menor nivel socioeconómico,** para quienes los costos de servicios de salud representan una mayor carga
- **Potenciales efectos en salud:** modelos matemáticos predicen reducciones en diabetes a 10 años entre 86,000 a 189,000 casos diabetes en 10 años

Conclusiones

- El impuesto **es un solo componente** de la Estrategia Nacional para la Prevención y Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes.
- ¿Cuál sería el impuesto ideal?
- Mayor efecto si el impuesto aumentar a **2 pesos por litro** al menos
- Asegurar recursos públicos para proveer agua potable, prevención y atención de enfermedades crónicas

Participantes en los estudios sobre bebidas azucaradas y fuentes de financiamiento

Instituto Nacional de Salud Pública

Juan Rivera

Arantxa Colchero

Carolina Batis

Mauricio Hernández A.

Tonatiuh Barrientos

Anabel Velasco

Mariana Molina

Carlos Guerrero

Mishel Unar

Alejandro Zavala

Mauricio Hernandez F

Universidad de Carolina del Norte

Barry Popkin

Shuwen Ng

Lindsey Smith Taillie

Emily Yoon

Donna Miles

Kuo-ping Li

Nancy López

Tania Aburto

Lilia Pedraza

Juan Carlos Salgado

Financiamiento: Bloomberg Philanthropies, Robert Wood Johnson Foundation (71698), Instituto Nacional de Salud Pública, NIH R01DK10814

Ningún participante tiene conflicto de interés



El impuesto a bebidas azucaradas en México

Presenta: Arantxa Colchero

Instituto Nacional de Salud Pública

8 de Agosto 2017

Antecedentes (cambios en precios)

Cambios en precios de bebidas con impuesto en 2014 respecto a 2013 en áreas urbanas*

Modelo	Bebidas azucaradas	Bebidas Carbonatadas	Bebidas no carbonatadas
Efectos fijos ponderado	n=26,307 1.09*	n=18,015 1.10*	n=8,292 0.67*

Fuente: Precios mensuales NEGI 2011-2014, ponderado por distribución de compras en Nielsen, Modelos de efectos fijos ajustados por mes, mes al cuadrado, estacionalidad, PIB y año (2013 referencia). ^ significativo al $p < 0.01$.

- Aumento mayor en presentaciones más pequeñas y menor en región Sur

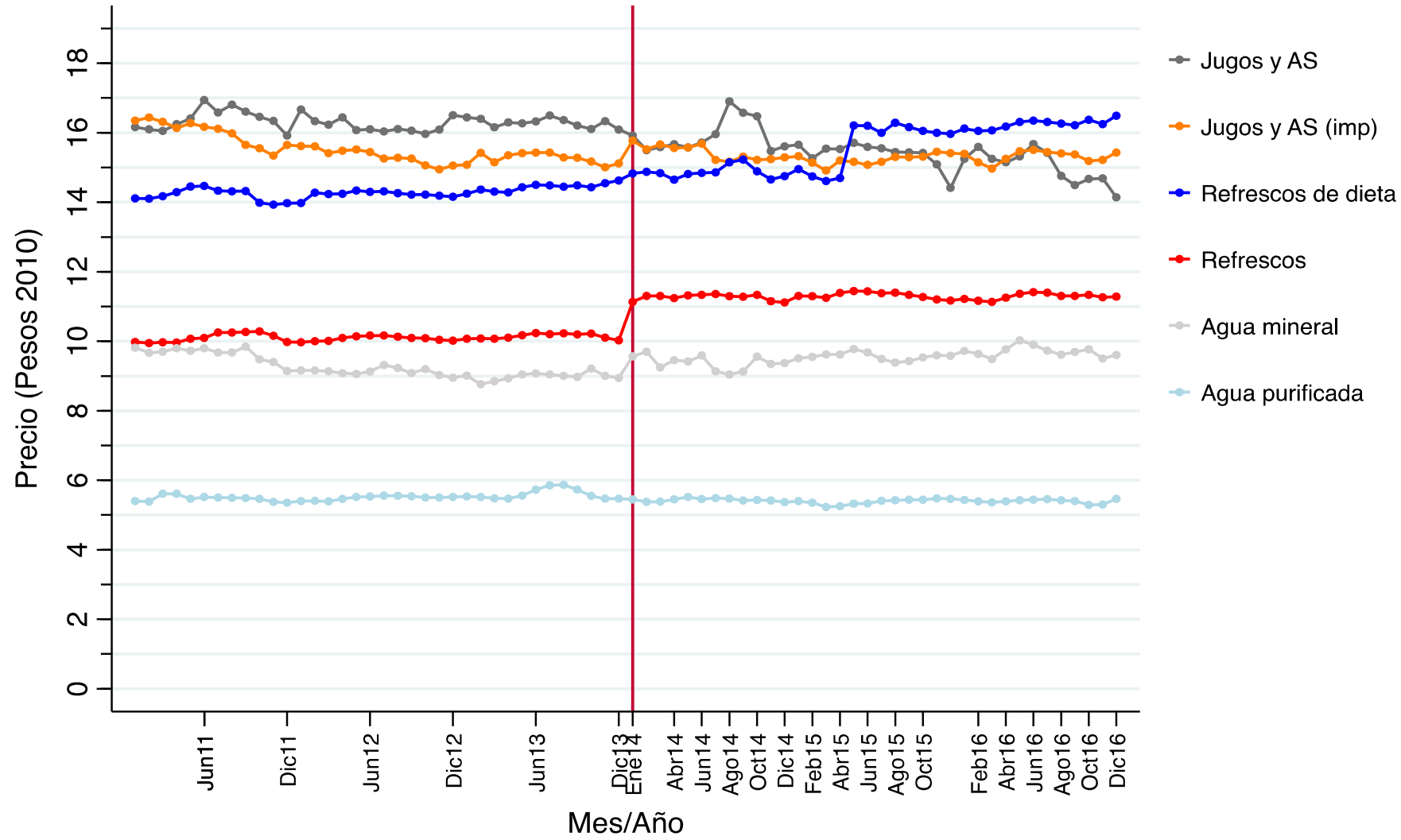
En áreas rurales y semiurbanas: precios aumentaron menos que el monto del impuesto **

*Colchero MA, Salgado JC, Unar-Munguía M, Molina M, Ng S, Rivera-Dommarco JA (2015) Changes in Prices After an Excise Tax to Sweetened Sugar Beverages Was Implemented in Mexico: Evidence from Urban Areas. PLoS ONE 10(12)

** Colchero MA, Zavala JA, Batis C, Shama-Levy T, Rivera-Dommarco JA. Cambios en los precios de bebidas y alimentos con impuesto en áreas rurales y semirurbanas de México. 2017. SPM (in press)

Precio promedio por litro y tipo de bebida

(Enero 2011-Diciembre 2016)



SA: Agua Saborizada