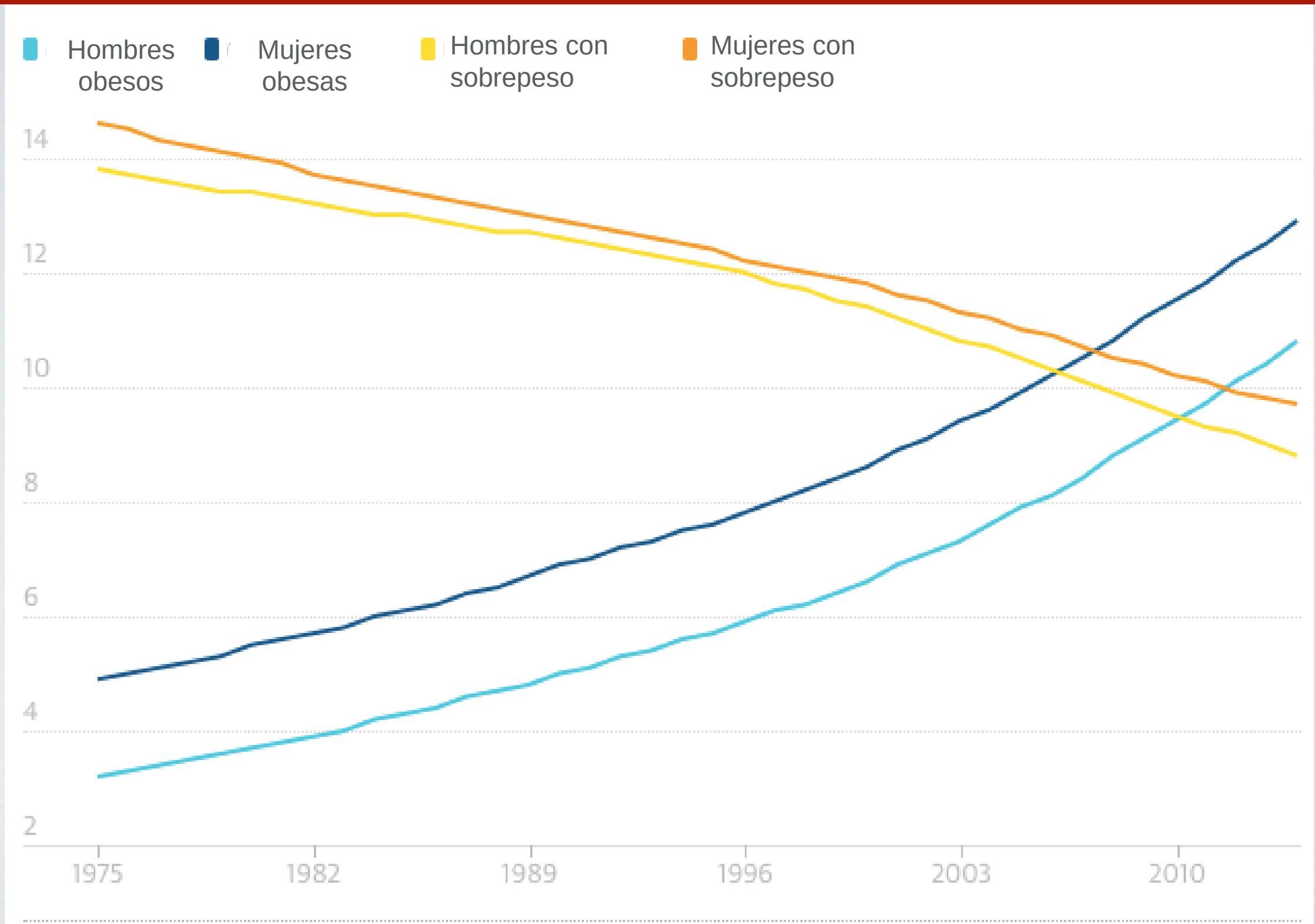
IMPUESTO SOBRE BEBIDAS AZUCARADAS: LA EXPERIENCIA DE BERKELEY, CALIFORNIA Y TENDENCIAS EN EE.UU.

Lynn Silver, MD, MPH, FAAP
Asesora Senior
Public Health Institute
Profesora Clínica
Depto de Epidemiologia y Bioestadistica
University of California San Francisco

Declaro que no tengo conflictos de interés financiero

¿Por qué?

Uno de cada ocho adultos en el mundo fueron clasificados como obesos en 2014

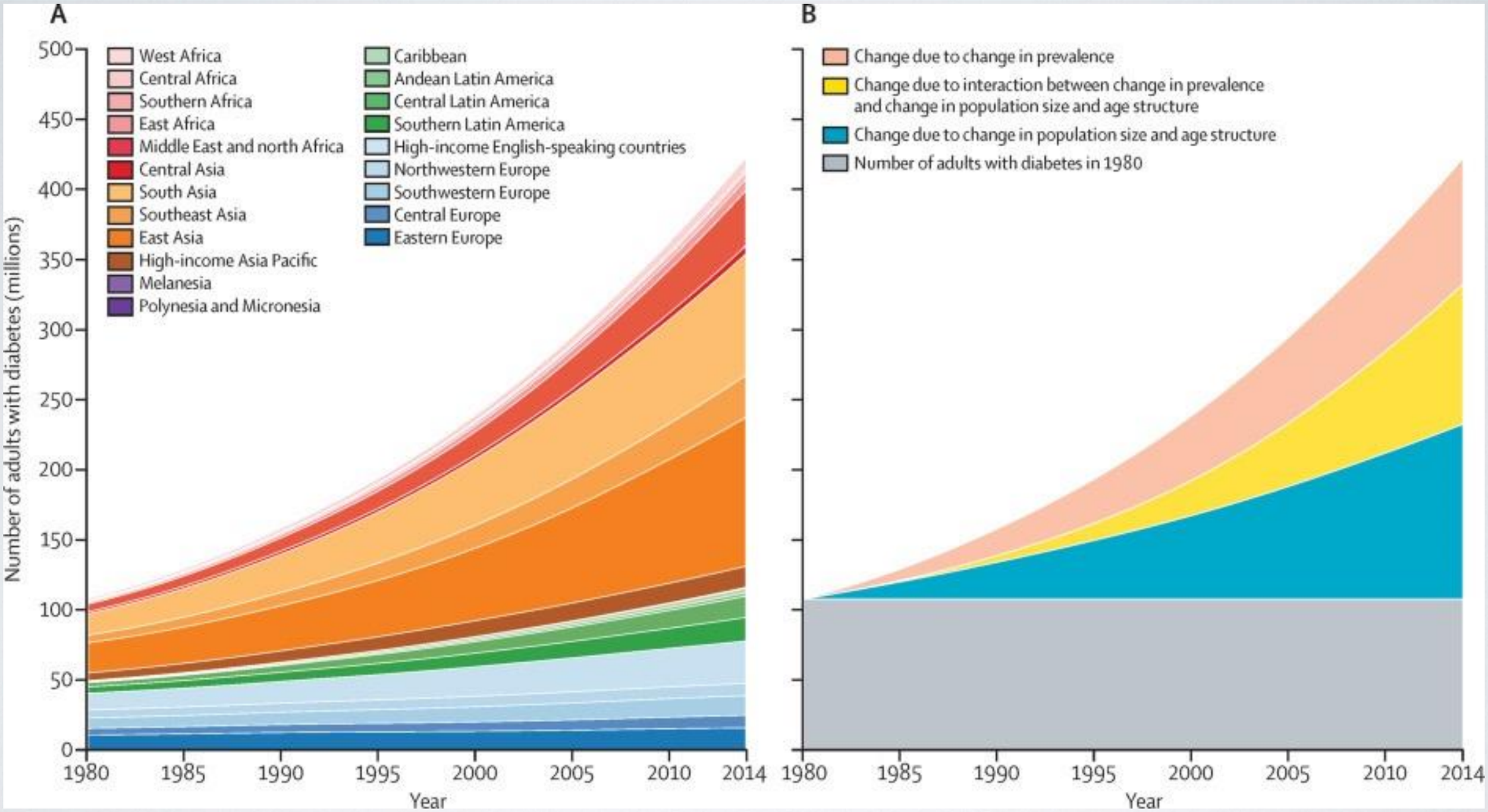


Guardian graphic | Source: The Lancet

Source: , NCD Risk Factor Collabration,l, Lancet 2016

Las personas viviendo con diabetes en el mundo aumenta de 108 a 422 millones 1980-2014

Tendencias mundiales en diabetes desde 1980: análise agregado de 751 estudios con base poblacional en 146 paises.



Tendencias en el número de adultos con diabetes por región (A) y desglosados por contribuciones del crecimiento de la población y el envejecimiento, el aumento de la prevalencia y la interacción entre los dos (B) por resultados por región

Fuente: NCD Risk Factor Collaboration.Volume. Lancet 387, Issue 10027, 2016, 1513–1530

Este es un problema demasiado grande y demasiado costoso para ignorar

Impuestos a las Bebidas Azucaradas: ¿Parte de la solución?

Propagación de los impuestos a bebidas azucaradas: el éxito sustituye la derrota

pre-2009

Australia
Denmark
French Polynesia
Ireland
Nauru
Norway
Samoa

2009

Hawaii
Massachusetts
New York
Rhode Island

2010

Arizona
California
Connecticut
Hawaii
Kansas
Maine
Mississipi
New Hamshire
New Mexico
New York
Rhode Island
Washington, DC
Philadelphia

2011

Fiji
Finland
Arizona
California
Connecticut
Hawaii
Illinois
Massachusetts
Mississipi
New Mexico
Oregon
Rhode Island
Tennessee
Texas
Utah
Vermont
West Virginia
Philadelphia

2012

Hungary
France
Hawaii
Mississipi
Nebraska
Rhode Island
Vermont
West Virginia
Richmond CA
El Monte CA

2013

Cook Islands
Mauritius
Mexico
Tonga
California
Hawaii
Connecticut
Mississipi
New York
Oregon
Rhode Island
Texas
Vermont
West Virginia
Chicago
Telluride CO

2014

Chile
St. Helena
Berkeley,CA
Navajo Nation
San Francisco
Vermont
Connecticut

2015

Barbados
Dominica
Belgium
Ecuador
USA
California
Vermont
Illinois
Connecticut
Puerto Rico

2016

UK
Philadelphia
Oakland
Albany (CA)
San Francisco
Cook County
Boulder
Portugal
India
South Africa
Colombia
Illinois
California

2017

Catalunya
Indial
Seattle
Multnomah
South Africa
Santa Fe
California

Verde = Aprobado
Gris = Pendiente
Naranja = Rechazado

Fuente: World Cancer Research Fund, www.Kickthe can.onfo, Chriqui 2013.

PUBLIC HEALTH INSTITUTE®

LOS IMPUESTOS A LAS BEBIDAS AZUCARADAS SE EXTIENDEN POR EE.UU. CRECIENDO EN TAMAÑO Y DEDICADOS A LA SALUD O EDUCACIÓN DE LA COMUNIDAD 2014-2017

Jurisdicción (año)	***Nivel de Impuesto***	***Productos Cubiertos***	***Uso***
Berkeley (2014) *San Francisco* *Oakland* *Albany (CA)** (2016)*	*1¢ por onza*	*Únicamente BAz >25 cal/12 oz* *>=2cal/oz*	*Impuestos generales con Comités Asesores o insumos que orientan el gasto para la salud, la obesidad y la prevención de la diabetes*
Navajo Nation (2014)	*2% impuesto sobre ventas*	*BAz y alimentos con valor nutricional mínimo*	*Fondo para bienestar de la comuidad*
Boulder (CO) (2016)	*2¢ por onza*	Únicamente BAz *con >=5gms de azúcar añadida por 12 oz*	*Dedicada a la promoción de la salud, el bienestar y la prevención de enfermedades crónicas*
Philadelphia (PA) (2016)	*1.5¢ por onza*	*BAz y bebidas endulzadas artificialmente*	*Educación Preescolar*
Cook County (IL)(2016)	*1¢ por onza*	*BAz y bebidas endulzadas con endulzantes no calóricos.*	*Ingresos generales, cubriendo necesidades de seguridad y salud pública*
Seattle (WA)(2017)	*1.75¢ por onza*	Únicamente BAz *>=40 cal/12 oz*	*Educación infantil y alimentación saludable, acceso al agua, apoyo a personas con diabetes y obesidad*

Berkeley, California, Primera Experiencia en EE.UU.

Por ley, los impuestos locales en California tienen que ir al voto popular

Berkeley
Big Soda

Berkeley

YES D
Berkeley Big Soda

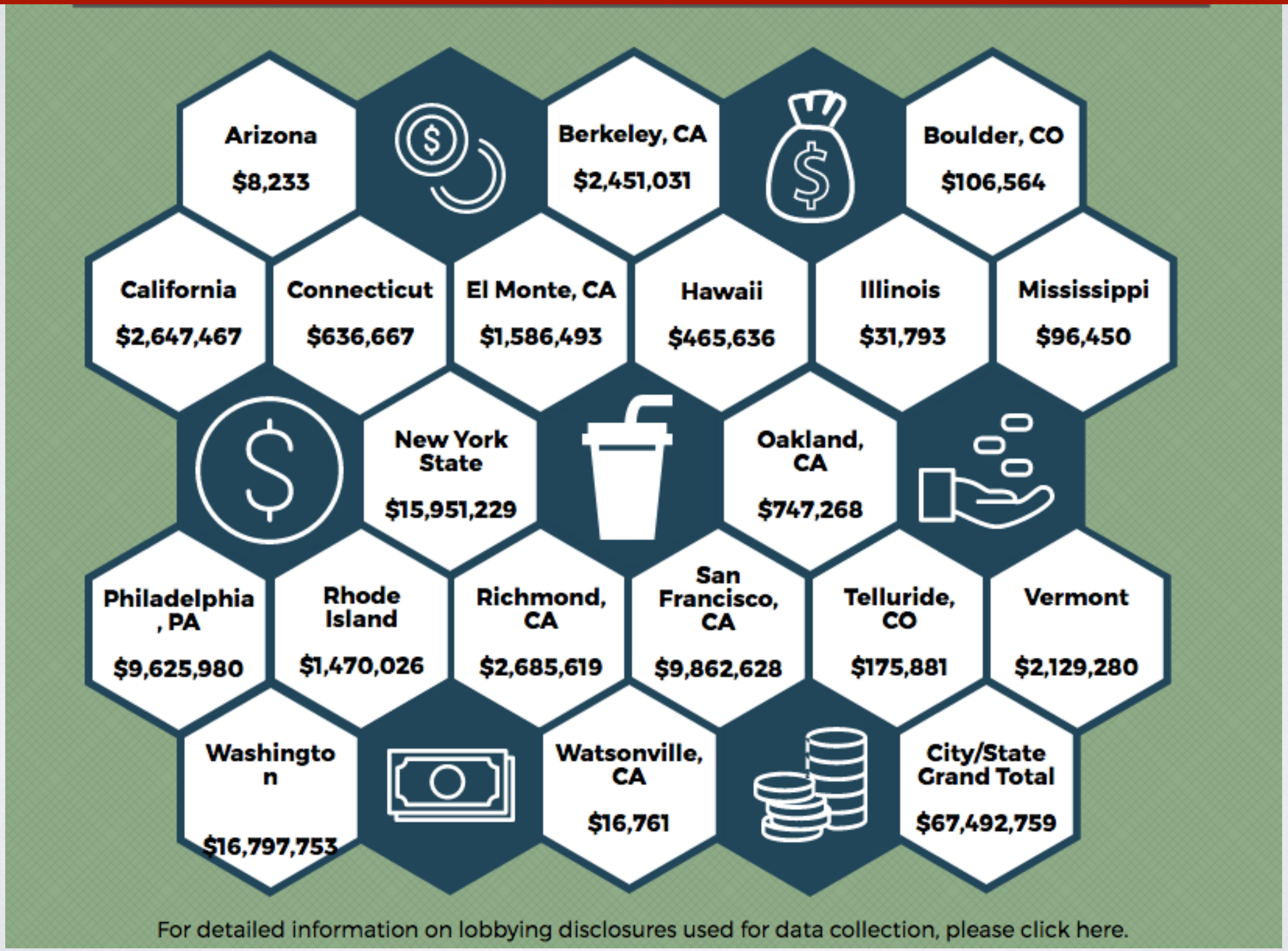
Watch out for loopholes.
NO on D
It's not what it seems.
NO ON E
STOP unfair beverage taxes.
VoteNOonPropE.com

PROPAGANDA DE LA INDUSTRIA CONTRA LOS IMPUESTOS:

"IMPUESTO SOBRE LOS COMESTIBLES"

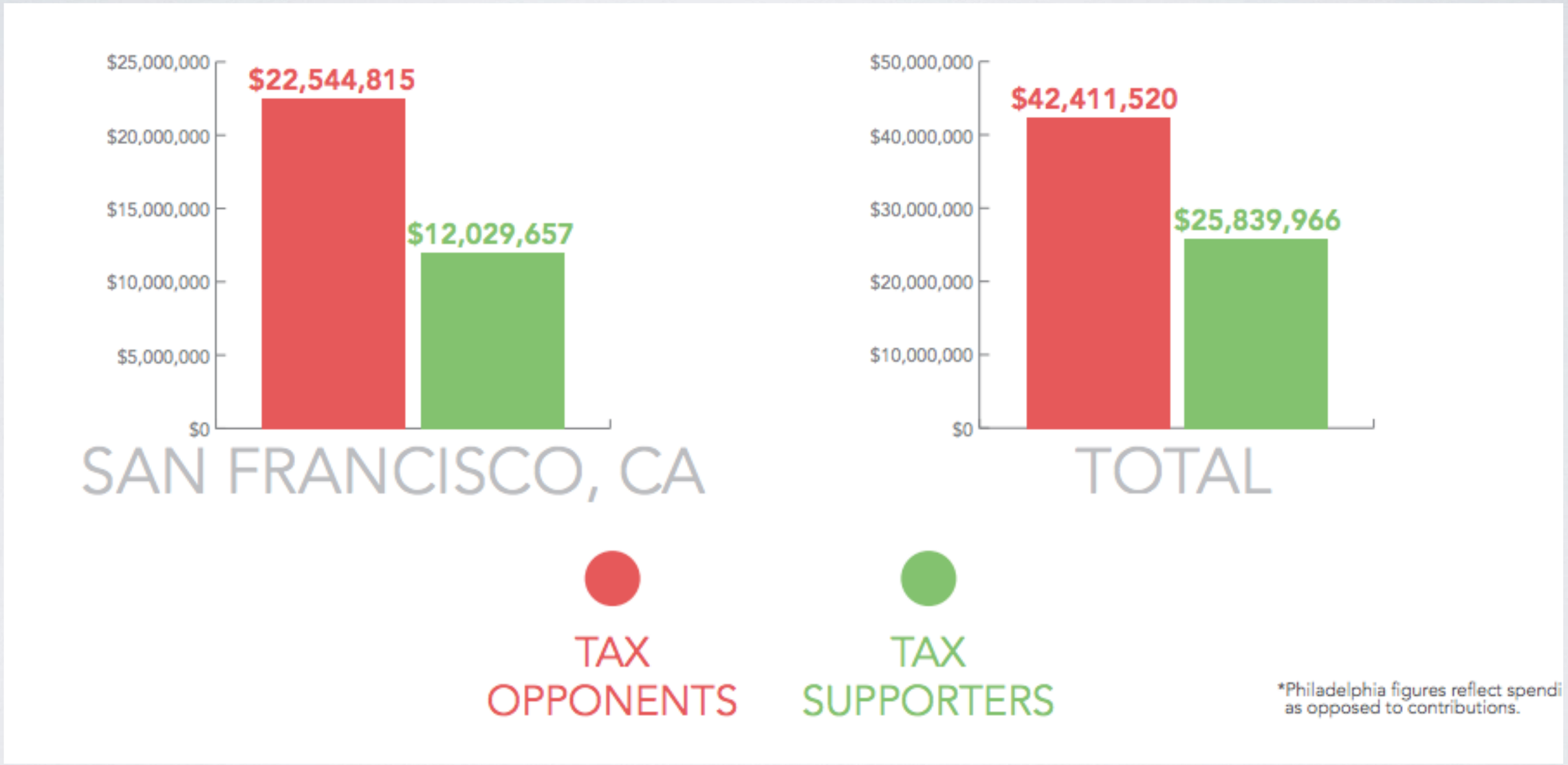
(2o grupo de propuestas 2016)

LA INDUSTRIA DE BEBIDAS GASTÓ MAS DE US$ 67 MILLONES ENTRE 2009-9/2016 PARA COMBATIR CAMPAÑAS PARA IMPUESTOS



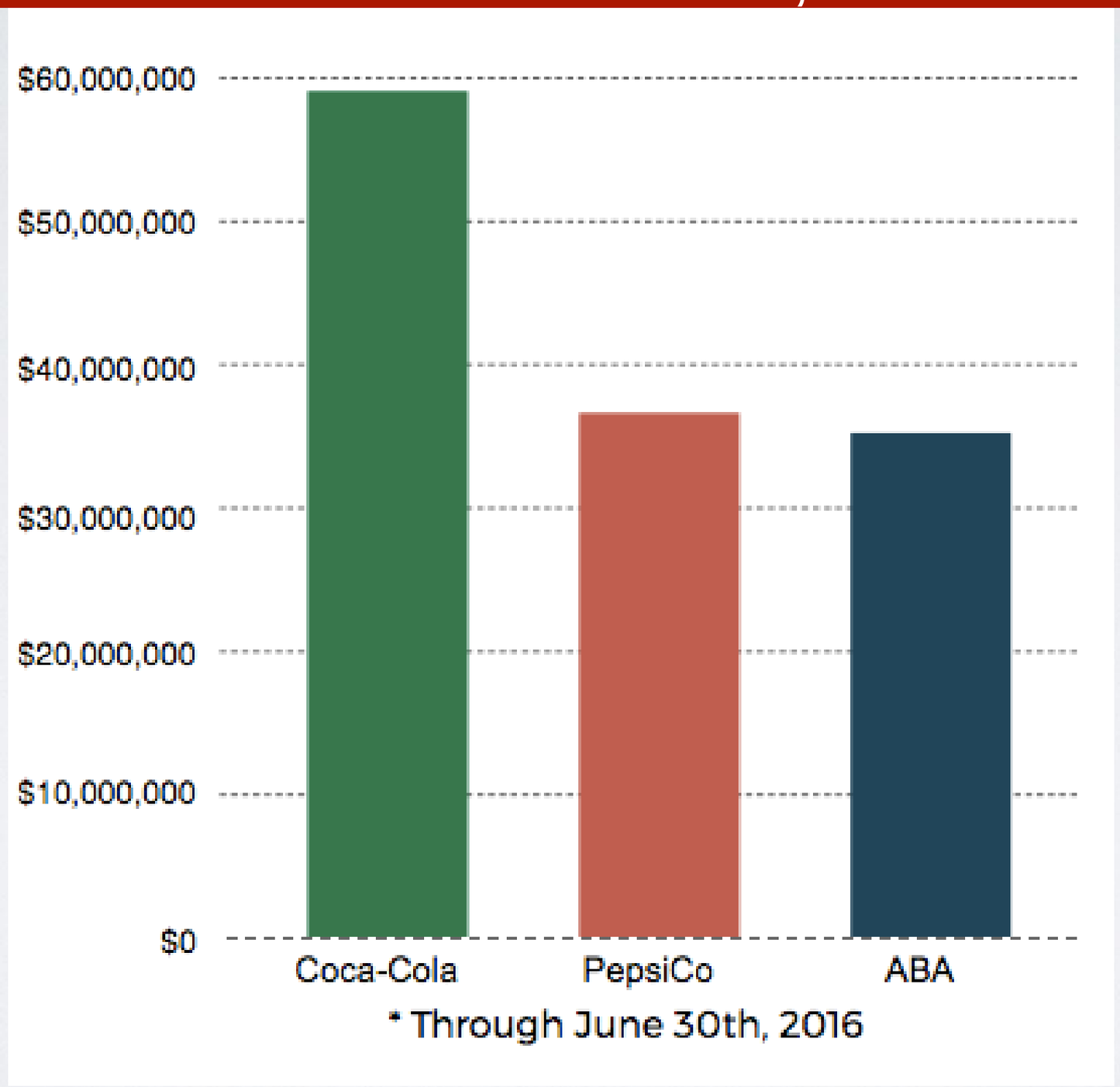
Fuente: Center for Science in the Public Interest, 2016

LA INDUSTRIA DE BEBIDAS GASTÓ MÁS DE US$ 42 MILLONES APENAS EN 2016 PARA COMBATIR IMPUESTOS



Fuente: Center for Science in the Public Interest, 2017

LA INDUSTRIA DE BEBIDAS TAMBIEN GASTO MAS DE US$ 120 MILLONES ENTRE 2009-9/2016 PARA CABILDEO EN WASHINGTON, D.C.



Fuente: Center for science in the Public Interest, 2016

2014 RESULTADOS DE VOTACIONES

Aprobado con 76% en Berkeley

Berkeley: Primera propuesta sustancial de impuestos especiales aplicada en EE.UU.

¿Que pasó?

Resultados de Evaluaciónes en Berkeley

RESEARCH ARTICLE

Changes in prices, sales, consumer spending, and beverage consumption one year after a tax on sugar-sweetened beverages in Berkeley, California, US: A before-and-after study

Lynn D. Silver[1☯], Shu Wen Ng[2,3☯], Suzanne Ryan-Ibarra[1], Lindsey Smith Taillie[2,3], Marta Induni[1], Donna R. Miles[3], Jennifer M. Poti[2], Barry M. Popkin[2,3]*

1 Public Health Institute, Oakland, California, United States of America, **2** Department of Nutrition, University of North Carolina at Chapel Hill, Chapel Hill, North Carolina, United States of America, **3** Carolina Population Center, University of North Carolina at Chapel Hill, Chapel Hill, North Carolina, United States of America

Cambios en precios, ventas, gasto y consumo un año después del impuesto a bebidas azucaradas en Berkeley California, USA: un estudio antes y después.

Fuente: Silver, et al PLOS Medicine 2017

MÉTODOS

Se realizaron tres estudios antes y después:

- De los registros de escáner de tiendas de 15,5 millones de visitas de consumidores en dos cadenas grandes de supermercados en Berkeley y las ciudades de comparación 2013-2016

- De 26 tiendas de varios tipos en Berkeley

- Encuesta telefónica de marcado aleatorio sobre consumo de los residentes de Berkeley

Fuente: Silver, et al PLOS Medicine 2017

PRECIOS: EL IMPUESTO FUE PRINCIPALMENTE TRANSFERIDO A BEBIDAS GRAVADAS - Y NO A OTRAS BEBIDAS

En promedio, 67% del del impuesto se transfirió a los consumidores, y el impuesto se transfirió por completo para los refrescos y bebidas energéticas.

Las bebidas sin impuestos no aumentaron en precio en la ciudad de Berkeley.

$1 antes

.

$1.11 despues

Fuente: Silver, et al PLOS Medicine 2017

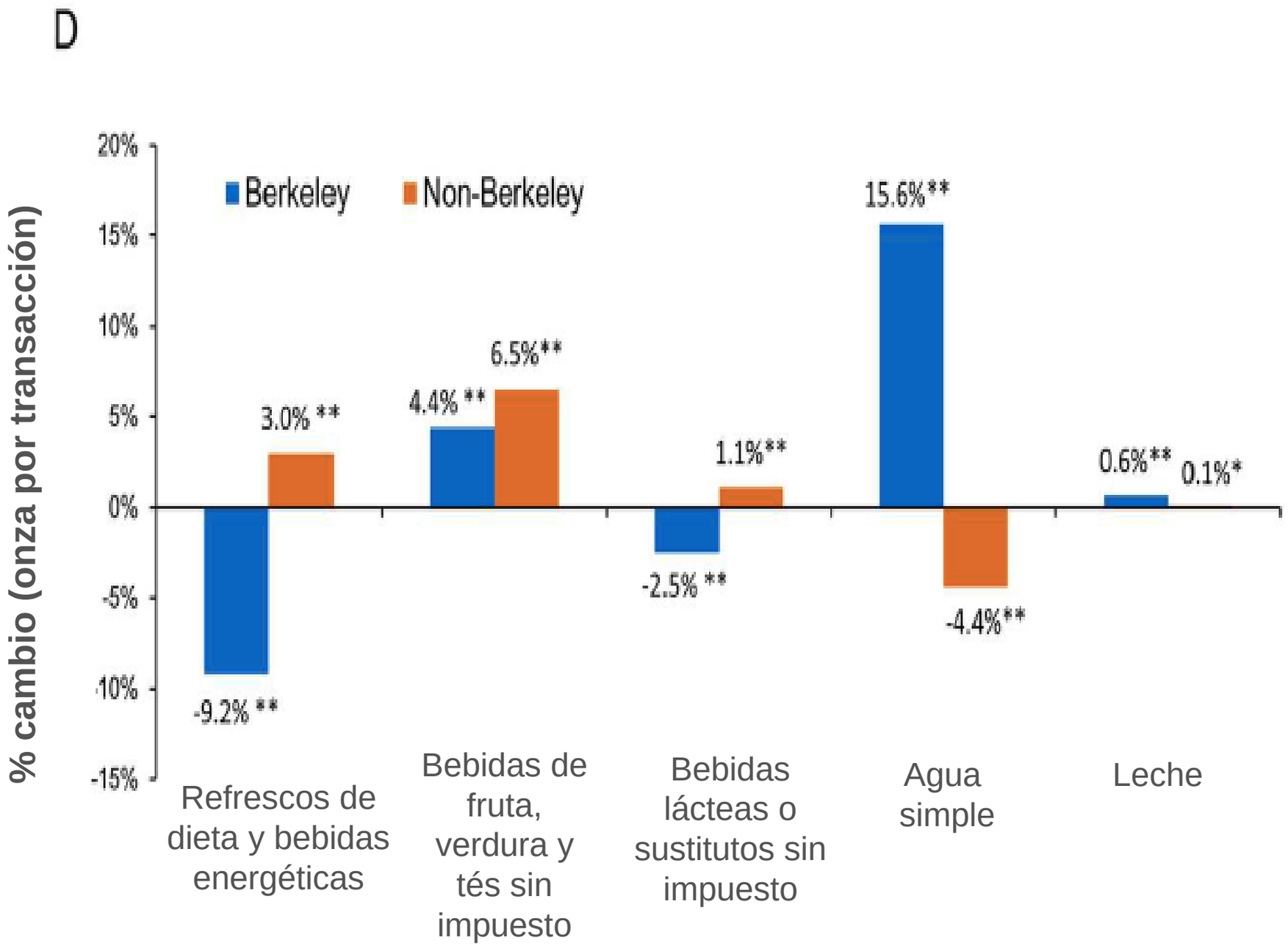
COMPRAS DE BEBIDAS AZUCARADAS BAJARON 9.6% PERO LA SED NO SE LA QUITA EL IMPUESTO

- Las ventas de BAz en Berkeley disminuyeron en -9.6%
- Mientras que las ventas incrementaron en ciudades vecinas
- Las ventas no gravadas subieron + 3.5%
- Las ventas totales de bebidas aumentaron ligeramente

Fuente: Silver, et al PLOS Medicine 2017

PUBLIC HEALTH INSTITUTE®

LAS COMPRAS DE AGUA Y LECHE AUMENTARON



La compra de:

- Agua sube + 15.6%

- Leche + 1%

- Dieta baja -9.2%

Fuente: Silver, et al PLOS Medicine 2017

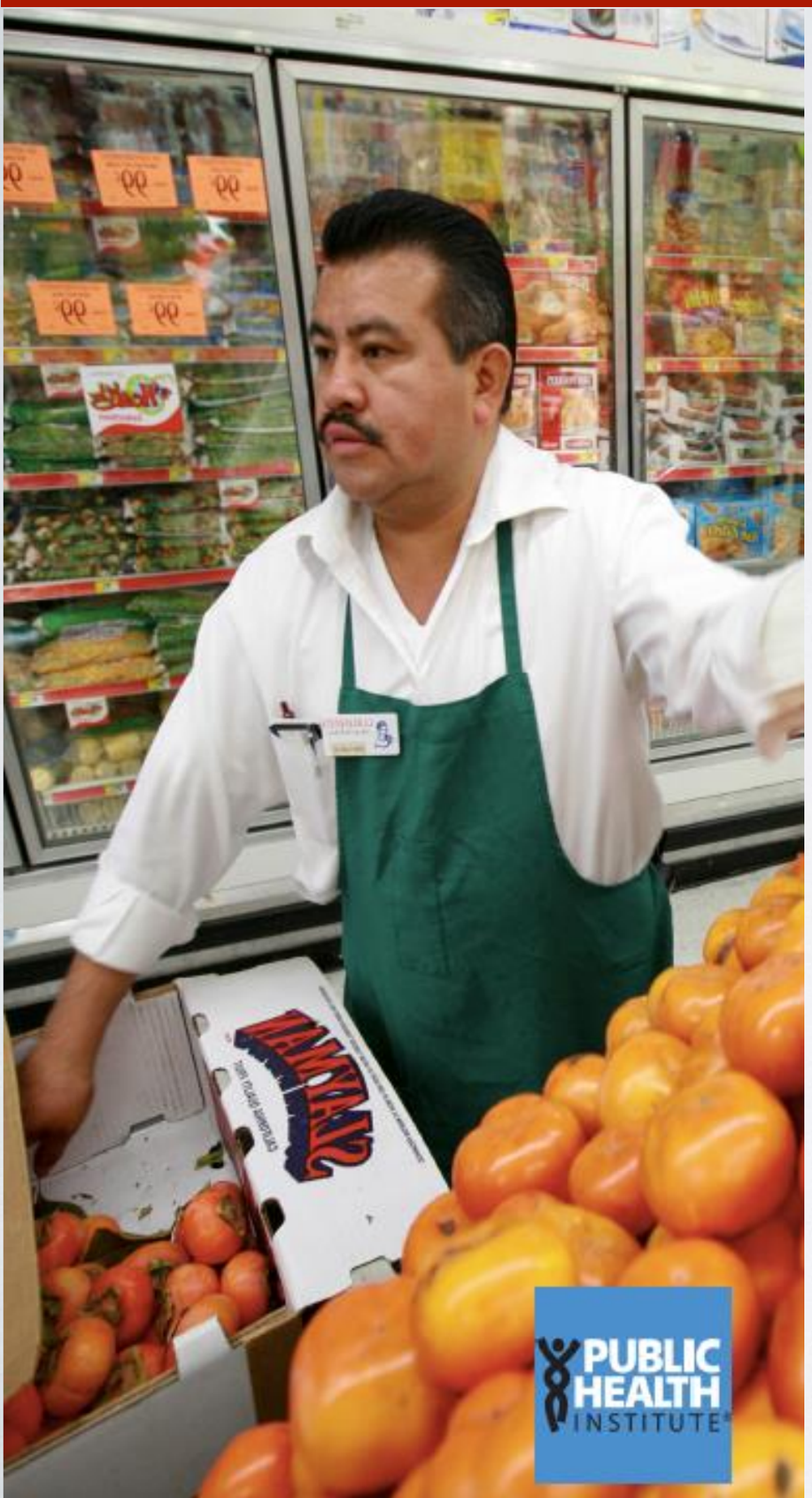
EL GASTO MEDIO EN COMESTIBLES NO INCREMENTÓ

El gasto de los consumidores por transacción (factura media de comestibles) no aumentó

Ni los ingresos de las tiendas disminuyeron más en Berkeley (cayó ligeramente menos que en otros lugares)

Fuente: Silver, et al PLOS Medicine 2017

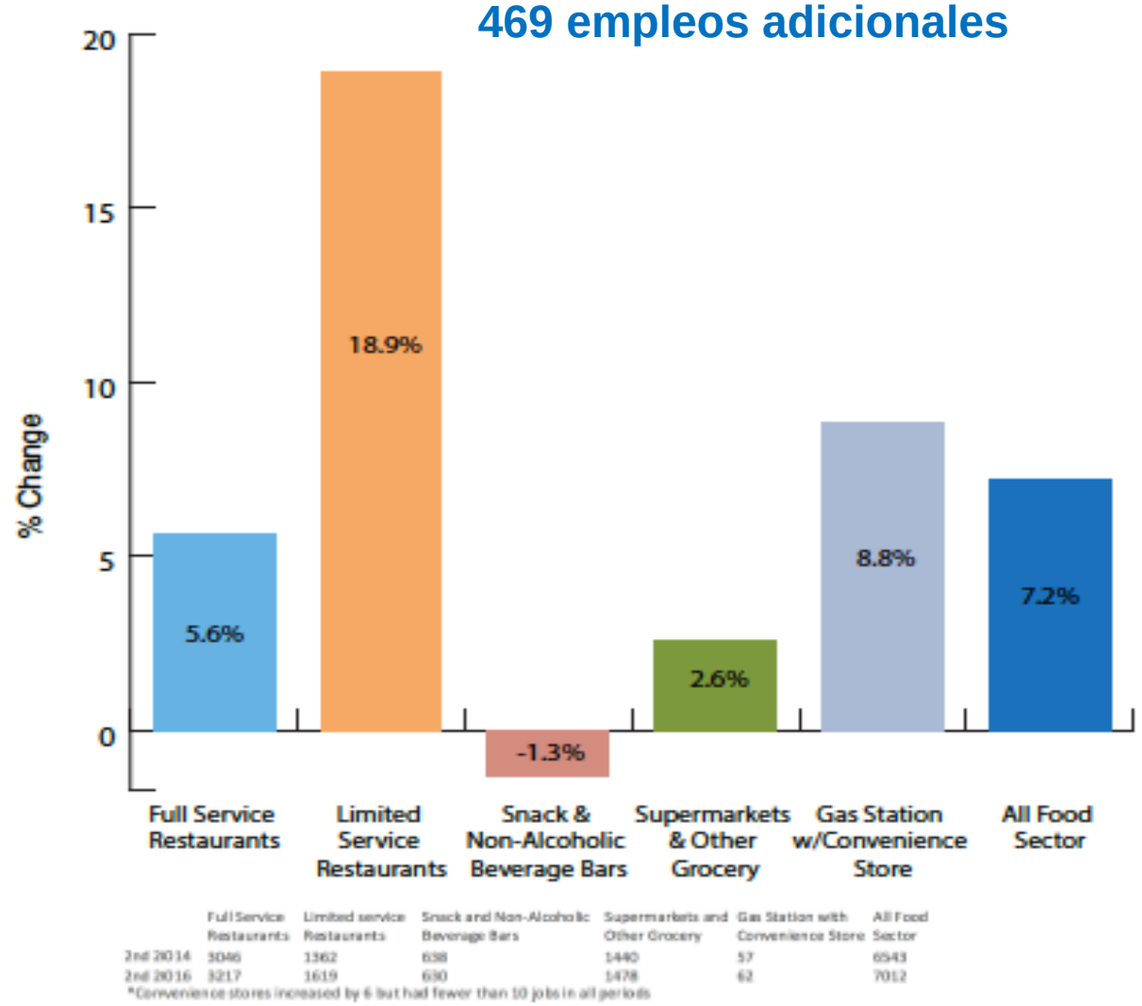
Y… ¿LA ECONOMÍA?
Aumento de 7.2% de empleos en el sector de alimentos



Increase in Food Jobs: 7.2%

Similarly, employment across food sector establishments continued to rise overall by 7.2% between April 2014 and June 2016 with 469 jobs added. Employment in limited service restaurants rose by 18.9%, full service restaurants by 5.6%, and in supermarkets and grocery stores by 2.6%—the three largest employer types in the food sector.

469 empleos adicionales

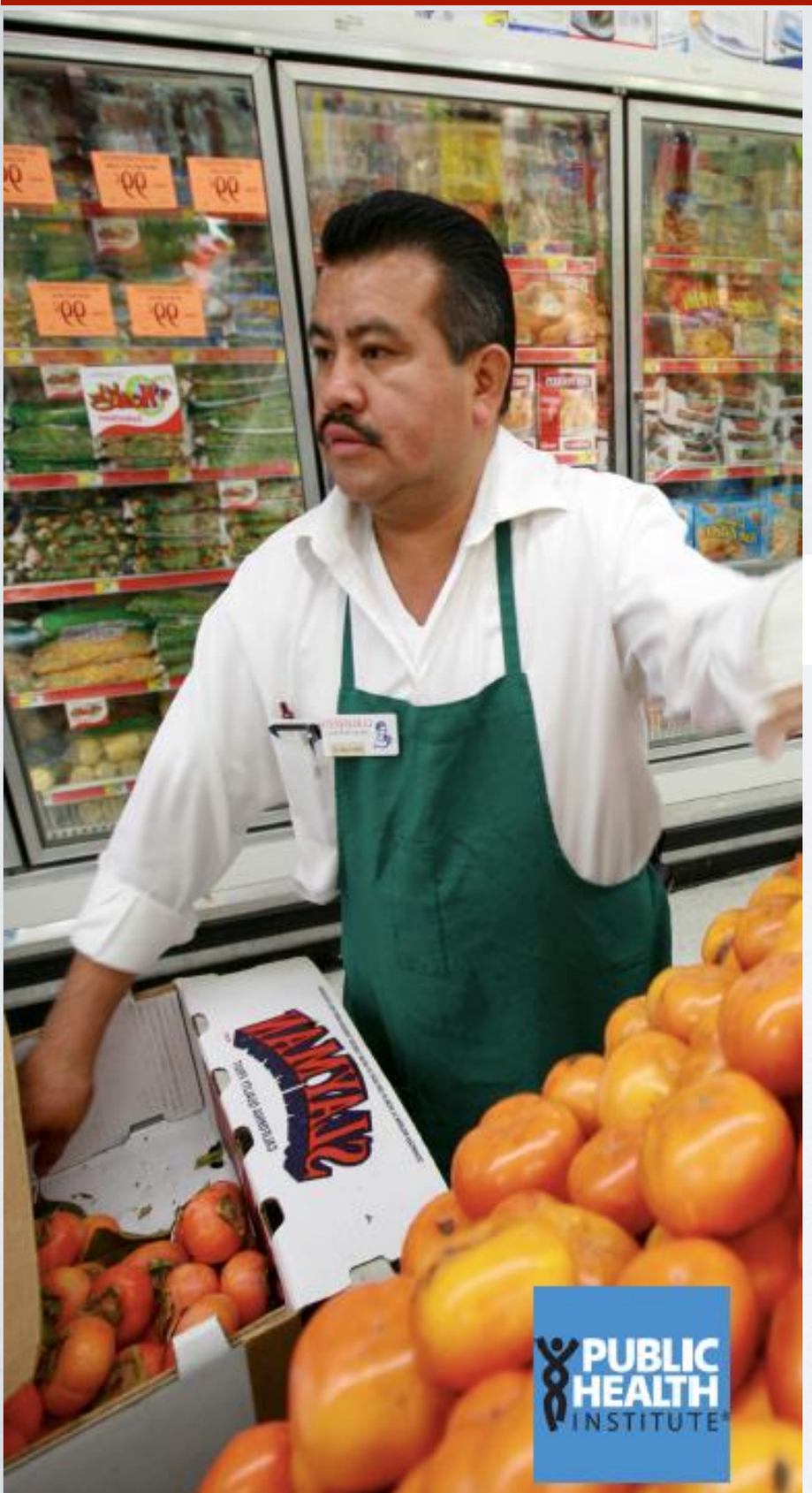


	Full Service Restaurants	Limited service Restaurants	Snack and Non-Alcoholic Beverage Bars	Supermarkets and Other Grocery	Gas Station with Convenience Store	All Food Sector
2nd 2014	3046	1362	638	1440	57	6543
2nd 2016	3217	1619	630	1478	62	7012

*Convenience stores increased by 6 but had fewer than 10 jobs in all periods

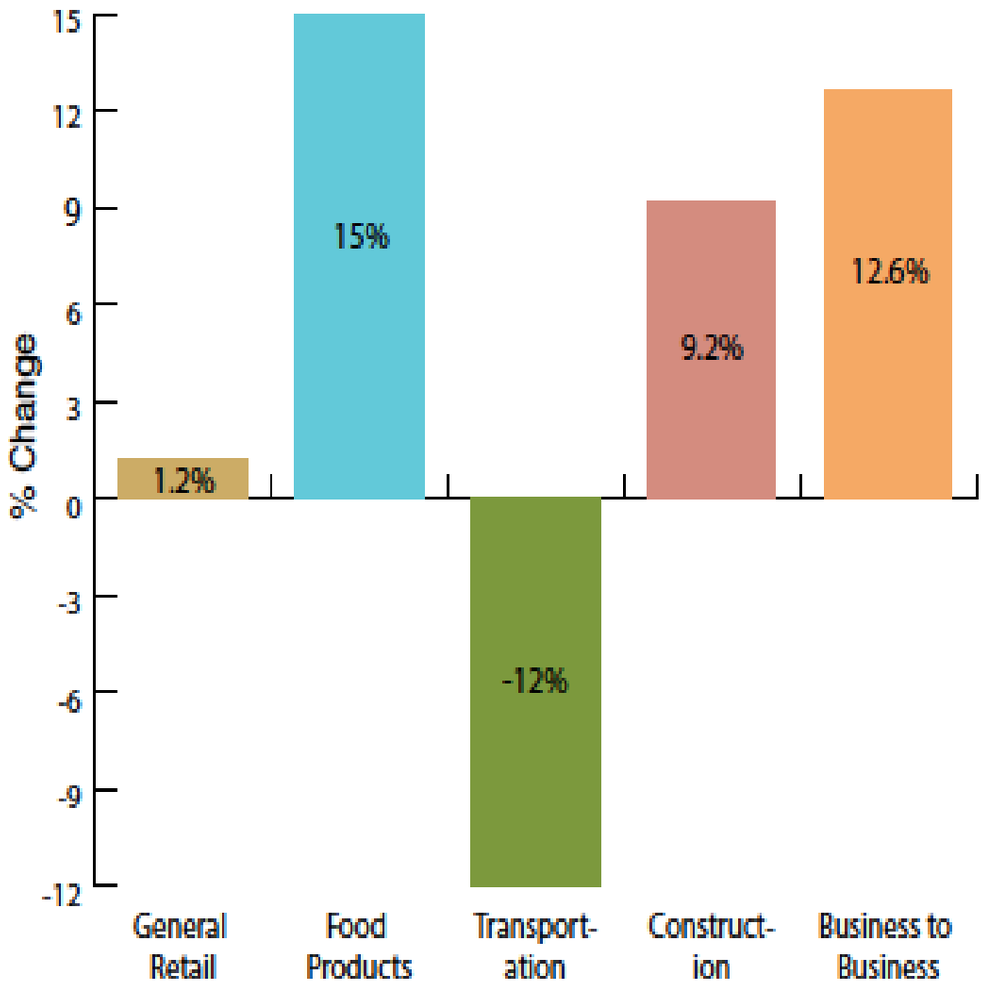
Learn more at **bit.ly/sodataxjobs**

Y… ¿LA ECONOMÍA?
Aumento de 15% de ingresos en el sector de alimentos



Increase in Food Sector Revenue: 15%

Berkeley's business health is reflected in its sales tax revenue, which continued to increase after the tax. The tax became effective March 1, 2015. The greatest rise was precisely in the food products sector where sales tax revenue (this does not include the soda tax) went up 15% between July 2014 and December 2016, more than any other sector. Only about 5% of this increase can be attributed to sales taxes on the value of the soda tax passed through to beverage prices.



Learn more at **bit.ly/sodataxjobs**

Y…¿ LOS RECURSOS?

El impuesto recaudó 1.5 millones USD al año: $13 per cápita

Más de 4 veces la cantidad en el Fondo Federal de Prevención

Incluso en una ciudad con consumo ⅓ del promedio nacional

Fuente: Silver, et al PLOS Medicine 2017

LOS FONDOS DEL IMPUESTO DE BERKELEY SE UTILIZARON TOTALMENTE PARA PROGRAMAS COMUNITARIOS DE SALUD Y NUTRICIÓN

Beneficiarios 2017:

Berkeley Youth Alternatives- capacitación a educadores de nutrición juvenil para la comunidad afrodescendiente

Berkeley Unified School District- programas de cocina y jardinería

Healthy Black Families- enfoque multiestratégico para reducir la inequidad en salud

Lifelong Medical Care- microsubvenciones para salud pública

The Ecology Center- estrategias de la juventud para la nutrición

YMCA- prevención de la diabetes y programas de reducción de la obesidad

Fuente: City of Berkeley 2017

PUBLIC HEALTH INSTITUTE®

EL CONDUCTOR DE UBER

Mujer afroamericana, alrededor de 60 años, vivía desde hace 40 años en la ciudad de Berkeley.
Votó por el impuesto de soda de Berkeley después de alguna vacilación.
Fue al médico. Y le dijeron que tenía pre-diabetes.
Fue referida al Programa de Prevención de Diabetes de 16 semanas en la YMCA. Ella asistió y aprendió a comer diferente.
Ella preguntó: "¿Cuánto cuesta?" El YMCA dijo "Nada”.
Ella preguntó "¿Por qué?" "Porque la Ciudad (de Berkeley) está pagando con el dinero de los impuestos de las bebidas azucaradas"
Volvió al médico.
Su azúcar en la sangre había bajado y se mantiene bajo.

Fuente: Silver, 2017

EN RESUMEN: ¿QUÉ SIGNIFICAN ESTOS HALLAZGOS?

Los hallazgos de este estudio, sugieren que los impuestos a BAz pueden ser efectivos para influir en los consumidores para comprar bebidas saludables, sin causar dificultades económicas a los consumidores o negocios, al mismo tiempo que aumentan los ingresos para los objetivos sociales.

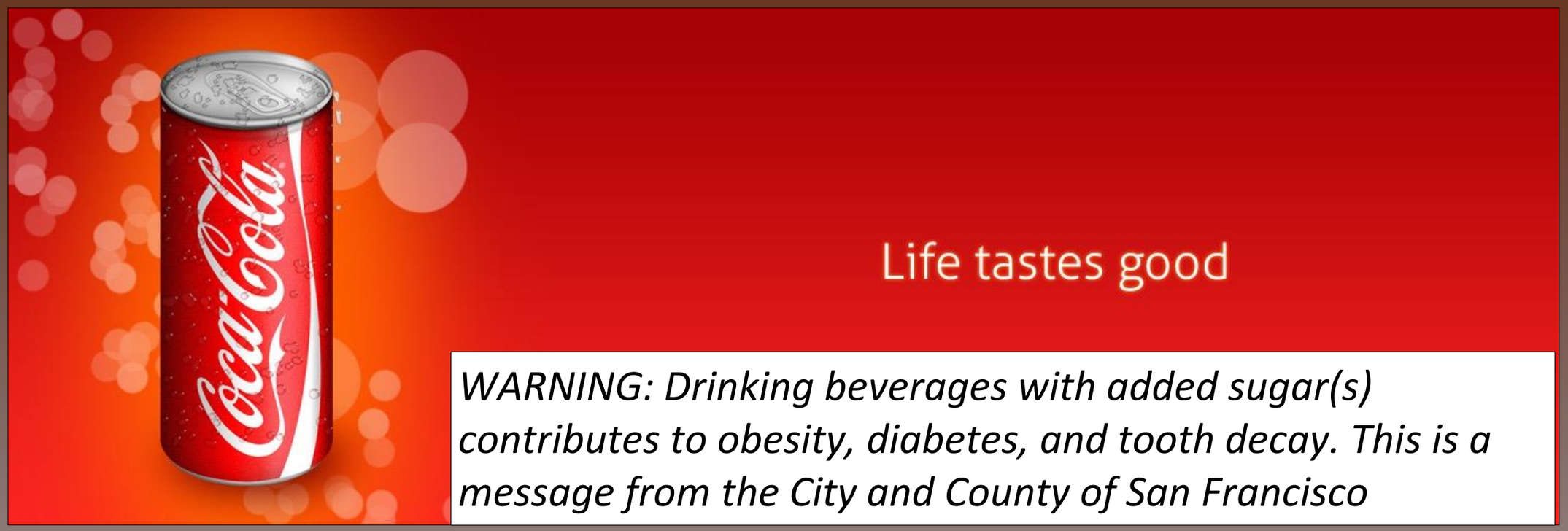
Los empleos y los ingresos en el sector alimentario siguieron creciendo después del impuesto.

Estos impuestos pueden ser la fuente más prudente para financiar fondos federales, estatales o locales de prevención o bienestar o fideicomisos, y estas instituciones se están extendiendo en los Estados Unidos.

Nuevas Políticas para Reducir el Consumo de Bebidas Azucaradas

Nueva York - Imponiendo límites al tamaño de las Bebidas Azucaradas

California & Nueva York: Propuesta de etiquetado de advertencia en las Bebidas Azucaradas



"ADVERTENCIA: Beber bebidas con azúcar(es) añadido(s) contribuye a la obesidad, la diabetes y la caries dental. Este es un mensaje de la Ciudad y Condado de San Francisco."

Ley de Etiqueta de Advertencia en Publicidad de San Francisco (aprobada)

PUBLIC HEALTH INSTITUTE®

Las advertencias de alto contenido de azúcar en Chile - parte de un enfoque más amplio

Estudio en niños 8-13 en Uruguay encontró que el octágono de advertencia es efectivo para desalentar la elección, más que el modelo de semáforo, otras evaluaciones en curso

Fuente: Universidad de la República and Instituto Nacional de Alimentación/MIDES of Uruguay, presented 2016 - unpublished

Modelo de advertencia semáforo de Ecuador

El modelo de advertencia semáforo de Ecuador llevó a una extensa reformulación de productos

PUBLIC HEALTH INSTITUTE®

Ideas nuevas pasan de

Ridículas → Posibles → Normales

Tarja Halonen, former President, Finland

¿CUÁL SERÁ EL PRÓXIMO PASO?

Gracias

Otros Integrantes del Equipo de la Investigación

Shuwen Ng (UNC)
Suzanne Ryan Ibarra (PHI)
Barry Popkin (UNC)
Cory Hamma (PHI)
Marta Induni (PHI)
Lindsey Taille (UNC
Emily Yoon (UNC)
Donna Miles (UNC)
Jennifer Poti (UNC)

Dueños de Tiendas y Supermercados que colaboraron

Lynn Silver
lsilver@phi.org
+1-917-974-7065