



Destapando la verdad: El impuesto a las bebidas azucaradas en México funciona

Una rigurosa evaluación del impuesto a las bebidas azucaradas en México, publicada en la revista *The BMJ* en enero 2016, demuestra que está funcionando: en el primer año de implementación, se redujeron las compras de bebidas azucaradas en un promedio de 6%, mientras las compras de bebidas no gravadas, principalmente agua embotellada, incrementaron en 4%.

La Industria de Alimentos y Bebidas se opone enérgicamente al impuesto a las bebidas azucaradas en México y está difundiendo falsos argumentos a lo largo del mundo en torno a su impacto, para desincentivar a otros países y ciudades de adoptar impuestos similares. Esta hoja informativa revela los mensajes engañosos de la industria y devela la verdad.



Imagen de la campaña en medios masivos
"Por un México más saludable"

La obesidad: una epidemia global en crecimiento

- Evidencia sólida demuestra que la obesidad es un factor de riesgo para desarrollar diabetes, enfermedades del corazón y ciertos tipos de cáncer.¹
- A nivel global, la obesidad ha aumentado más del doble desde 1980. En 2014, 39% de los adultos tenían sobrepeso y 13% obesidad.²
- Se estima que el sobrepeso y la obesidad causaron 3.4 millones de enfermedades prevenibles a nivel mundial en 2010, principalmente por daños cardiovasculares.³
- Casi dos terceras partes de la población del mundo con obesidad vive en países en vías de desarrollo y se espera que esta tendencia se incremente.⁴
- La región de las Américas tiene una de las tasas más altas de obesidad en el mundo. En México, por ejemplo, el sobrepeso y la obesidad ya afecta al 70% de los adultos.⁵
- El sobrepeso y la obesidad impactan negativamente la productividad económica, generan una fuerte carga en los sistemas de salud pública, incrementan los costos de salud e impiden el desarrollo sostenible y la reducción de la pobreza.⁶

¿Por qué reducir el consumo de las bebidas azucaradas?

Las bebidas azucaradas son todas las bebidas como refrescos, bebidas energéticas y deportivas, o con fruta (no 100% jugos), así como té y cafés preparados, que contienen edulcorantes calóricos (sea azúcar o jarabe de maíz de alta fructosa).⁷ Entre los mexicanos, casi el 70% de los azúcares añadidos consumidos son a través de las bebidas azucaradas.⁸

Las bebidas azucaradas presentan un riesgo especial a la salud porque contienen una alta dosis de calorías proveniente de azúcares añadidos, a la vez que ofrecen poca o nula nutrición. Tampoco estas bebidas satisfacen el hambre⁹, estimulan antojos de alimentos igual o más dulces¹⁰, además son altamente disponibles y relativamente baratas, todo lo que conlleva a consumirlas en exceso. La evidencia científica demuestra una fuerte asociación entre el consumo de bebidas azucaradas con disfunción metabólica, obesidad, diabetes, enfermedades del corazón^{11,12}, y caries dental.¹³

Consumir un sólo refresco al día incrementa la probabilidad de tener sobrepeso en 27% para adultos y 55% para niños.¹⁴ A nivel mundial, se estima que se pueden atribuir 184,000 muertes al año por el consumo de bebidas azucaradas; el país que presenta la mayor cantidad de muertes atribuidas a estas bebidas es México, con 24,100 anuales.¹⁵ Este hecho es de particular preocupación dado que la industria anuncia estas bebidas intensivamente, especialmente a los niños y adolescentes.

En marzo 2015, la Organización Mundial de la Salud (OMS) estableció lineamientos que recomiendan que la ingesta diaria de "azúcares libres" (azúcares añadidos y azúcares contenidos en jugos y miel) por una persona deben ser menos de 10 por ciento de la ingesta energética total.¹⁶ Para un individuo que consume 2,000 calorías al día, esto es equivalente a aproximadamente 10 cucharadas de azúcar (5g por cucharada). Una sola botella de refresco de 600 ml contiene en promedio más de 12 cucharadas de azúcar añadido, lo que es mayor (alrededor de 130%) de la ingesta diaria máxima tolerable.

Las bebidas azucaradas son un componente modificable de la dieta que puede generar muerte prematura y discapacidad en adultos, lo que convierte a estas bebidas en un foco necesario y lógico de las políticas de salud pública.

¿Por qué el impuesto a las bebidas azucaradas es una política necesaria?

Un impuesto especial a las bebidas azucaradas es una de las principales intervenciones de políticas públicas para la prevención de la obesidad recomendadas por expertos, incluyendo reconocidos científicos y por la propia OMS, porque los impuestos:

- Incrementan el precio de las bebidas no saludables, desincentivando su consumo.
- Fomentan el consumo de alternativas más saludables no gravadas.
- Elevan la conciencia ciudadana sobre los daños de consumir bebidas azucaradas.
- Pueden ser un incentivo para que la industria promueva opciones más saludables en su portfolio y llevarles a la reformulación.
- Ofrecen al gobierno una fuente significativa de ingresos que pueden ser utilizados para garantizar prevención mediante programas de salud y educación.

De hecho, las medidas fiscales, incluyendo un impuesto a las bebidas azucaradas, son una política central promulgada en el Plan de Acción Regional para la Prevención de la Obesidad en la Niñez y la Adolescencia de la Organización Panamericana de la Salud, firmado por todos los ministros de salud de las Américas en 2014. En el Plan, el impuesto a las bebidas azucaradas en México se destaca como un modelo para la región y el mundo.¹⁷

Las lecciones aprendidas del control de tabaco demuestran que incrementar el precio de los productos de tabaco mediante impuestos ha sido la política más efectiva, y la más costo-efectiva, para disminuir su consumo.¹⁸

El impuesto a las bebidas azucaradas en México: una iniciativa parteaguas para la prevención de la obesidad

En respuesta al acelerado crecimiento de las tasas de obesidad y diabetes, el gobierno mexicano tomó un primer paso importante en enero 2014, al implementar un impuesto federal especial de un peso por litro—de aproximadamente 10%—a las bebidas azucaradas. Este impuesto grava todas las bebidas azucaradas carbonatadas y no carbonatadas, incluyendo jugos con azúcares añadidos, así como polvos y jarabes utilizados para preparar estas bebidas.

El impuesto en México a las bebidas azucaradas funciona

Una evaluación del impuesto mexicano revisada por expertos—la primera y única de este tipo—proporciona evidencia clara que el impuesto a las bebidas azucaradas está funcionando.¹⁹

- **Se están reduciendo las compras de bebidas azucaradas:** En 2014, las compras en el hogar de bebidas gravadas decayeron en un promedio de 6% comparado con tendencias previas al impuesto. Esta reducción llegó a 12% para diciembre 2014.²⁰
- **Los mexicanos están consumiendo opciones más saludables:** Las compras de bebidas no gravadas, principalmente agua embotellada, incrementaron en un promedio de 4% en 2014, demostrando un efecto positivo de sustitución.²¹
- **En 2015, México demostró una nueva tendencia a la baja en el consumo de bebidas azucaradas:** El análisis de datos de 2015, ajustado por crecimiento poblacional y actividad económica, indica una reducción de 8% en compras.²²
- **Hay recaudación efectiva de ingresos:** Se recaudó más de 39 mil millones de pesos mexicanos durante los primeros dos años de implementación de este impuesto especial²³; se ha empezado a invertir una parte de estos recursos a la instalación de bebederos en escuelas en todo México.

Una estrategia predeciblemente engañosa de la Gran Industria Refresquera: Negar los daños de las bebidas azucaradas y el efecto real del impuesto

Las tácticas que emplea la industria refresquera para oponerse a la implementación del impuesto en México²⁴ son una réplica de las que emplea la industria de tabaco. Recientemente, en respuesta al estudio publicado en *The BMJ* que demuestra que el impuesto en México sí funciona, la Industria Refresquera aumentó su oposición y está difundiendo información tendenciosa para desalentar a otros países y ciudades para no implementar impuestos a las bebidas azucaradas.

Cómo la industria distorsiona los hechos:

DESINFORMACIÓN DE LA INDUSTRIA:

HECHO:

“Los estudios dicen que el impuesto no funciona”

La Industria de Alimentos y Bebidas financió tres estudios que alegan que el impuesto en México a las bebidas azucaradas no ha reducido el consumo adecuadamente. **Estos estudios no han sido publicados ni fueron sujetos a una revisión independiente, a diferencia del estudio publicado en *The BMJ*, que demuestra una reducción en el consumo.** Las conclusiones de estos estudios no son sorprendentes considerando que diversos meta-análisis demuestran que los estudios financiados por la industria tienen de 4 a 8 veces más probabilidad de concluir que no existe una asociación entre las bebidas azucaradas y las afectaciones negativas a la salud.^{25, 26}

DESINFORMACIÓN DE LA INDUSTRIA:

HECHO:

“El impuesto a las bebidas azucaradas no redujo su consumo en 2014”

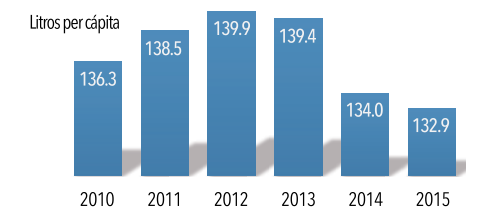
La industria refresquera asevera que el impuesto no funciona aunque sus propios estudios demuestran que sí funciona. Dos de los estudios financiados por la industria sobre el impuesto mexicano, así como la publicada por *The BMJ*, encontraron que el impuesto redujo ventas o compras de bebidas azucaradas en promedio por 6% en el primer año de implementación del impuesto en 2014.²⁷

“Aún si el impuesto tuvo algún efecto en el primer año de implementación, este efecto no continuó en el segundo año”

La industria está citando un incremento en las ventas totales de bebidas azucaradas en 2015 para justificar su argumento que el impuesto no funciona. Desde la perspectiva de salud pública, el resultado más importante a evaluar es el consumo per cápita de estas bebidas: si el ciudadano común está consumiendo menos con el paso de tiempo. Llegar a conclusiones basadas en datos crudos de ventas no es el método científico de evaluar el impacto del impuesto porque estos datos no toman en cuenta otros factores no relacionados al impuesto que pueden llevar a ventas más altas de bebidas azucaradas. Estos factores incluyen: a) crecimiento de la población, que puede incrementar la demanda total de bebidas azucaradas, b) crecimiento económico, que conlleva a las personas a tener más ingreso discrecional para la compra de estas bebidas, y c) cambios en las estrategias de mercadotecnia y publicidad, como promociones, que pueden incrementar compras/ventas.

De hecho, según los análisis académicos, se redujo el consumo per cápita de las bebidas azucaradas en 2015, aún más que en 2014. El Instituto Nacional de Salud Pública de México analizó datos crudos de ventas de 2015, realizando un ajuste para el crecimiento poblacional y actividad económica, encontrando una reducción de 8% en consumo per cápita de bebidas azucaradas en 2015, en comparación al periodo de 2007-2013 previo al gravamen, indicando una reducción aún mayor en el consumo que en 2014.²⁸ Un análisis similar realizado por investigadores de la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Johns Hopkins, basado en datos ajustados de Euromonitor, también encontró una reducción continua en el consumo per cápita de bebidas carbonatadas en 2015, mayor al de 2014, en relación al consumo antes de la implementación del impuesto.²⁹

Consumo per cápita de bebidas carbonatadas en México (2010-2015)



Adaptado de R. Cherukupalli, Lancet Global Health Blog, 2016

“El impuesto a las bebidas azucaradas no demuestra un beneficio a la salud. No se redujo la obesidad”

Los estudios financiados por la industria tienen limitaciones serias en sus preguntas y metodologías de investigación para poder llegar a conclusiones sobre salud pública. Además, cualquier aseveración en torno a las tendencias de la obesidad causada por una política pública en un periodo de un solo año no tiene fundamento. No se pueden lograr reducciones en la prevalencia de la obesidad a nivel poblacional en un año, solamente en un periodo mayor, de 5 a 10 años³⁰, y ninguna política pública por sí sola puede esperarse que modifique el índice de masa corporal (IMC) en un periodo de tan corta duración.

“El impuesto a las bebidas azucaradas está generando pérdidas de empleo”

Uno de los estudios financiados por la industria refiere una pérdida de 10,000 empleos en México a causa del impuesto, primordialmente en el sector refresquero, basado en un ejercicio de simulación sin proporcionar evidencia concreta de estas pérdidas en correlación con el impuesto. Dado que existe una tendencia a la baja en el empleo en el sector de bebidas por lo menos desde 2007³¹, no se podría atribuir ninguna pérdida en el sector únicamente al impuesto. Además, el empleo total de la economía no sufre debido a pequeños impuestos a productos porque los consumidores no dejan de gastar, solo cambian sus preferencias de compra a otras bebidas no gravadas y otros bienes y servicios. De hecho, esto podría resultar en la creación de empleos potenciales en otros sectores, como resultado de la compra de otras bebidas sin impuesto, principalmente agua embotellada, y también de la inversión del gobierno al contar con más ingresos; estos son factores que el estudio financiado por la industria no toma en consideración.



“El impuesto a las bebidas azucaradas afecta negativamente a los pobres”

Los pobres se benefician aún más del impuesto a las bebidas azucaradas que otros sectores de la población. La obesidad está creciendo más entre los sectores más pobres en México y las familias pobres no pueden pagar los gastos exorbitantes y una menor productividad que resultan de las enfermedades relacionadas a la obesidad. El consumo de bebidas azucaradas se ha reducido más entre el sector (tercil) más pobre de la población mexicana después de la implementación del impuesto—con una reducción promedio en compras de 9% durante 2014, que llegó a 17% en el mes de diciembre 2014³²—, así que el impuesto generó el desincentivo más grande y el efecto preventivo más significativo entre los grupos más vulnerables. Por ende, **los grupos socioeconómicos más bajos deben beneficiarse más del impuesto ya que se esperaría una reducción en la probabilidad de desarrollar enfermedades costosas y de larga duración como la diabetes, enfermedades de corazón y cánceres asociados con la dieta.**

El impuesto a las bebidas azucaradas en México es un primer paso para prevenir y controlar la obesidad

- El impuesto en México a las bebidas azucaradas está teniendo un efecto positivo en el consumo y beneficia a las poblaciones más vulnerables, quienes pagan sus servicios de salud y sufren pérdidas de su productividad económica bajo condiciones más difíciles.
- Expertos mexicanos e internacionales recomiendan un impuesto de por lo menos 20% del precio para generar un efecto aún mayor en el consumo.
- Los tomadores de decisión necesitan definir políticas públicas basadas en recomendaciones de expertos y en la evidencia científica. La industria debe parar su trabajo de cabildeo en contra de las recomendaciones globales de salud pública.
- Lo más importante es que México, y cualquier país que busca prevenir y combatir la obesidad y las enfermedades crónicas, debe desarrollar una estrategia nacional integral que incluya un impuesto a las bebidas azucaradas, además de políticas para alimentación saludable en las escuelas, regulaciones estrictas a la publicidad de alimentos y bebidas no saludables, etiquetado frontal de advertencia, medidas para asegurar sólo compras saludables para el sector público por parte de agencias gubernamentales, programas efectivos de educación e inversión enfocada en medidas de prevención.

Referencias bibliográficas

- 1 Mendis S et al. Global status report on noncommunicable diseases 2014. Ginebra: OMS; 2014.
- 2 OMS. Obesidad y sobrepeso. Nota descriptiva N.311; 2015.
- 3 Ng M et al. Global, regional, and national prevalence of overweight and obesity in children and adults during 1980–2013: a systematic analysis for the global burden of disease study 2013. *Lancet*. 2014; 384(9945): 766–781.
- 4 Ibid.
- 5 Organización Panamericana de la Salud (OPS). Plan de acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia. Washington, DC: OPS; 2014.
- 6 Mendis S et al. Global status report on noncommunicable diseases 2014. Ginebra: OMS; 2014.
- 7 Glickman D et al. Accelerating progress in obesity prevention. Solving the weight of the nation. Washington, DC: National Academies Press; 2012.
- 8 Sánchez-Pimienta TG et al. Sugar-sweetened beverages are main sources of added sugars intake in the Mexican population. *Journal of Nutrition*. 2016; (aceptado).
- 9 Malik VS et al. Sugar-sweetened beverages, obesity, type 2 diabetes mellitus, and cardiovascular disease risk. *Circulation*. 2010; 121: 1356-1364.
- 10 Nestle M. Soda politics: taking on big soda (and winning). Oxford University Press; 2015
- 11 Malik VS et al. Sugar-sweetened beverages and risk of metabolic syndrome and type 2 diabetes: a meta-analysis. *Diabetes Care*. 2010; 33(11): 2477-83.
- 12 Stanhope KL et al. A dose-response study of consuming high-fructose corn syrup-sweetened beverages on lipid/lipoprotein risk factors for cardiovascular disease in young adults. *American Journal of Clinical Nutrition*. 2015; (ajcn100461).
- 13 Li H et al. Dietary factors associated with dental erosion: A meta-analysis. *PLOS ONE*. 2012; 7(8): e42626.
- 14 American Heart Association. Facts: Decreasing sugar-sweetened beverage consumption: policy approaches to address obesity. Washington, DC: American Heart Association; 2015.
- 15 Singh GM et al. Estimated global, regional, and national disease burdens related to sugar-sweetened beverage consumption in 2010. *Circulation*. 2015; 132: 639-666.
- 16 OMS. Sugars intake for adults and children: guideline. Ginebra: OMS; 2015.
- 17 Organización Panamericana de la Salud (OPS). Plan de acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia. Washington, DC: OPS; 2014.
- 18 OMS. Iniciativa Liberarse del Tabaco. Impuestos. <http://www.who.int/tobacco/economics/taxation/es/>
- 19 Colchero A et al. Beverage purchases from stores in Mexico under the excise tax on sugar sweetened beverages: observational study. *BMJ*. 2016; 352: h6704.
- 20 Ibid.
- 21 Ibid.
- 22 Instituto Nacional de Salud Pública. ¿Por qué no es posible concluir sobre la utilidad del impuesto a las bebidas azucaradas en México en 2015 usando datos directos de ventas? Cuernavaca, México: INSP; 2016.
- 23 Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). Informes trimestrales sobre la situación económica y las finanzas públicas y la deuda pública (2014-2016). Ciudad de México: SHCP.
- 24 Donaldson E. Incidencia en el Impuesto a las Bebidas Azucaradas – Un Estudio de Caso de México. Baltimore, EUA: Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health; 2015.
- 25 Lesser LI et al. Relationship between funding source and conclusion among nutrition-related scientific articles. *PLOS Med*. 2007; 4(e5).
- 26 Bes-Rastrollo M et al. Financial conflicts of interest and reporting bias regarding the association between sugar-sweetened beverages and weight gain: A systematic review of systematic reviews. *PLOS Med*. 2013; 10(12): e1001578.
- 27 Instituto Nacional de Salud Pública. ¿Por qué no es posible concluir sobre la utilidad del impuesto a las bebidas azucaradas en México en 2015 usando datos directos de ventas? Cuernavaca, México: INSP; 2016.
- 28 Ibid.
- 29 Cherukupalli R. Growth rates and aggregates: bringing data to the soda wars. *Lancet Global Health Blog*. 10 de junio 2016.
- 30 Hall KD et al. Quantification of the effect of energy imbalance on bodyweight. *The Lancet*. 2011; 378(9793): 826-837.
- 31 Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Banco de Información Económica (BIE). Manufacturas. Encuesta Mensual de la Industria Manufacturera (2007-2015).
- 32 Colchero A et al. Beverage purchases from stores in Mexico under the excise tax on sugar sweetened beverages: observational study. *BMJ*. 2016; 352: h6704.