



EL PODER DEL CONSUMIDOR

Impuesto a bebidas azucaradas, como el que se propone ajustar en México, muestra una caída de 38% en el consumo de estos productos en la ciudad de Filadelfia

- *Nueva evidencia revela que los impuestos a las bebidas azucaradas es una medida ganar-ganar: baja el consumo de estas bebidas y genera recursos que pueden ser utilizados para programas urgentes de salud y mejoras sociales.*

Ciudad de México, 16 de mayo 2019.- [Un estudio publicado este mes en el *Journal of American Medical Association \(JAMA\)*](#), una de las revistas científicas más prestigiadas, reporta que el consumo de bebidas azucaradas y con edulcorantes no calóricos se redujo en un 38% en la ciudad de Pensilvania -la quinta más poblada de los Estados Unidos- después de un año de haber entrado en vigor el impuesto de 1.5 centavos de dólar por onza, lo que puede ser un aumento de 30% en el costo de una bebida de 1litro.

El impuesto se aplica a bebidas con azúcares añadidos y a bebidas con edulcorante no calóricos, es decir, a todas las bebidas endulzadas. Los recursos obtenidos por esta medida, los está dirigiendo el gobierno de la ciudad a la educación preescolar, a la rehabilitación de parques y centros de recreación en las comunidades más pobres.

El estudio comprendió el análisis de las ventas, lo comparó con las registradas en la ciudad de Baltimore (sin impuesto), revisó las ventas en las comunidades vecinas, para evaluar si éstas habían aumentado una vez que los consumidores fueran a adquirir sus bebidas saliendo de la ciudad.

La reducción de compras de 38% de las bebidas endulzadas tomó en cuenta el aumento de ventas fuera de las fronteras de la ciudad. Se considera que esta importante caída en el consumo, responde al nivel alto del impuesto el cual pasó en parte importante al precio del producto y a los altos niveles de consumo.

Los datos muestran que a un año de esta medida fiscal no creció el desempleo en la industria que podría ser afectada como son los supermercados. Contrario a los argumentos utilizados por la industria en contra del impuesto, se demuestra que estas medidas bajan las ventas de las bebidas no saludables.

Los impuestos a las bebidas azucaradas son efectivas en alejar a los consumidores de estos productos no saludables sin aumentar el desempleo y acrecentando los recursos para programas sociales.

“El impuesto a las bebidas azucaradas en la ciudad de Filadelfia debe ser un ejemplo para México, de la necesidad de que sea un impuesto más alto y de destinar los recursos a programas sociales. México fue un ejemplo a escala global al establecer un impuesto a las bebidas azucaradas y ahora más de 2 mil millones de personas viven en países, ciudades o regiones que han establecido esta medida fiscal. México, ahora, debe retomar las mejores experiencias y ajustar su impuesto y etiquetar sus recursos”, señaló Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor.

Contacto prensa:

Rosa Elena Luna cel. 55-2271-5686,
Diana Turner cel. 55-8580-6525,
Denise Rojas cel. 55-1298-9928