

Fecha 31.05.2016	Sección Dinero	Página 5
----------------------------	--------------------------	--------------------



Ojos sobre el impuesto al azúcar en México

Aunque no lo crea, al ser el primer país en aplicar impuestos sobre producción y servicios a los alimentos y bebidas a las que se les determinó "alto contenido calórico" para disfrazar el giga-IVA en la Reforma Fiscal de 2013, México se convirtió en el "ejemplo a observar" para demostrar los efectos del llamado "impuesto al azúcar" sobre el consumo de refrescos y bebidas azucaradas y su relación con la obesidad, diabetes y enfermedades cardiovasculares.

La realidad y las cifras dan cuenta de una historia distinta a la esperada cuando se justificó el impuesto. De hecho, la caída reportada en el consumo de refrescos en 2014, ya no se sostuvo en 2015 y menos aún en 2016.

Si consideramos que el precio del azúcar (al menos así lo reportan las estadísticas de la Secretaría de Economía, que encabeza **Ildelfonso Guajardo**) ha bajado porque es un mercado con excedentes, el IEPS recaudado entre enero y abril fue de 13 mil 293.5 millones de pesos entre bebidas azucaradas y alimentos de "alta densidad calórica". Lo único que sí ha bajado es el consumo de bebidas energizantes.

Diferentes gobiernos (Nueva Zelanda, Filipinas, Vietnam, y ahora Gran Bretaña) están examinando la experiencia del "impuesto al azúcar" con el fin de poder tener información que les permita implementar esquemas tributarios de recaudación a través del impuesto a bebidas azucaradas.

Así lo expone *The Spectator*, revista inglesa con casi dos siglos de tradición y su colaborador **Christopher Snowdon**, **director** del Centro de Investigación Económica en Estilo de Vida del Instituto de Economía, que cuestiona al igual que otros estudios que ha tenido tras la implementación del impuesto a dos años de su entrada en vigor.

Comenta sobre los varios estudios que se han publicado, que coinciden y demuestran que el consumo de los mexicanos de estas bebidas no ha cambiado y la disminución a la entrada en vigor del impuesto a estas bebidas fue mínima; afectando a las poblaciones de menores ingresos.

Además pone en evidencia el estudio publicado por el *British Medical Journal* (realizado por el Instituto Nacional de Salud Pública y la Universidad de Carolina del Norte) el cual está basado en proyecciones de ventas y no en datos oficiales, in-

Continúa en siguiente hoja



Fecha 31.05.2016	Sección Dinero	Página 5
----------------------------	--------------------------	--------------------

cluso los mismos números recientemente reportados por las empresas refresqueras, donde se demuestra el consumo real.

Snowdon concluye "El costo que la población está pagando por el impuesto es muy alto, ya que en el tiempo que se ha implementado, la caída en el consumo de refresco de acuerdo al estudio del *British Medical Journal* es prácticamente insignificante".

Para el ingreso hacendario, ha sido un éxito, porque sólo por el IEPS en bebidas azucaradas, para 2015 la recaudación del impuesto entre enero y abril fue 48.7% más alto que en 2014 y, para 2016 acumula 18.6% de aumento.

Esto muestra que para el gobierno el ingreso no ha sido buen negocio, porque el dinero recaudado por el impuesto, no ha servido ni siquiera para poner bebederos públicos en todas las escuelas del país, ya no pensemos en la calle. Y ni la obesidad ni la diabetes, han tenido una reducción originada en el "menor consumo esperado del refresco".

Y pues el Inegi muestra que las ventas del refresco con azúcar aumentaron 3.2% en 2014, y la recaudación tributaria subió como le mencioné arriba y, en alimentos con densidad calórica en 2015 subió 55% la recaudación y en el primer trimestre de este año, ha tenido una caída de 0.5 por ciento.

Lo que es importante, es que el "impuesto al azúcar", debiera acompañarse de evidencia clara sobre la reducción de calorías en la ingesta diaria de los mexicanos y en la reducción de las tendencias de obesidad y diabetes. Eso es tener presupuesto con base en resultados, ¿o no?

DE FONDOS A FONDO

#ParaMuestra.. José Antonio Fernández Carbajal, presi-

dente ejecutivo del Consejo de Administración de FEMSA; y **Juan Antonio González Moreno**, presidente del Consejo de Administración y **director** general de **GRUMA** y **GIMSA** fueron los donantes de refrigeradores y planchas para cocinar en las mil 200 cocinas comunitarias de Guerrero que ayer puso en marcha el presidente **Enrique Peña** con el titular de la Sedesol, **José Antonio Meade**. El relanzamiento del programa de cocinas comunitarias es impactante, pero más aún la capacidad para sumar a todos los integrantes del gabinete en la estrategia social.

■ #ZEE, llegó el día. Casi una muestra de lo que tendrá que hacer **Gerardo Gutiérrez Candiani** al frente de la Coordinación del Programa de Zonas Económicas Especiales, que involucra una inversión estimada en 115 mil millones de pesos para los próximos ocho años y que hoy se lanza con la publicación del decreto en el *Diario Oficial de la Federación*.

Las primeras cuatro deberán estar publicadas y listas para diciembre sin considerar las inversiones privadas.

El sistema debe contar con administradores de las zonas que tienen pesos y contrapesos federales y estatales, así como de organizaciones empresariales y sociales. El año de negociación política en el Congreso fue conducido con gran expertise por el **director** general de Banobras, **Abraham Zamora**.

Las ZEE son una propuesta transexenal, pero depende sobre todo de la capacidad de interlocución del sector público y privado, pues no partirán de un análisis vocacional regional ni de un invento de escritorio.

El Inegi muestra que las ventas del refresco con azúcar aumentaron 3.2 por ciento en 2014, y la recaudación tributaria subió.