

Close

THE CONVERSATION

Rigor académico, oficio periodístico



Shutterstock / Marcos Mesa Sam Wordley

¿Mejoran la salud los impuestos sobre las bebidas azucaradas?

27 abril 2021 19:57 CEST

Desde hace pocos años se han creado impuestos específicos sobre las bebidas con azúcar añadido en múltiples lugares del mundo como Francia, México, Reino Unido, algunos estados de EEUU y más recientemente, en Cataluña.

Son impuestos “sobre el pecado”, destinados a eliminar las externalidades financieras. En otras palabras, pretenden que “el que la hace, la pague”. No hay que olvidar que todos pagamos con nuestros impuestos el tratamiento de las enfermedades asociadas a la obesidad, y las bebidas azucaradas son una de las principales fuentes de “calorías vacías” en los países desarrollados.

También son impuestos paternalistas que intentan mejorar la salud, como bien supremo a tutelar, forzando cambios de comportamiento. Hace falta dado que, en España, el 37% de los adolescentes entre 15 y 19 años toma refrescos azucarados tres o más días por semana, según la Encuesta Nacional de Salud de 2017.

Autores



Beatriz González López-Valcárcel

Catedrática de Métodos Cuantitativos en Economía y Gestión, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria



Toni Mora

Catedrático Economía Aplicada. Director IRAPP, Universitat Internacional de Catalunya

Ahora bien, como son tasas de reciente creación, existen pocos estudios que evalúen su impacto sobre el consumo de refrescos, sobre el consumo de azúcar y sobre la salud.

No consuma noticias, entiéndalas.

Suscribirme al boletín

La experiencia catalana

El impuesto catalán entró en vigor el 1 de mayo de 2017 y es una copia del implementado en el Reino Unido. Grava el azúcar añadido con 8 céntimos de euro por cada 100 ml para las bebidas que tienen 5-8 gramos de azúcar por 100 ml. Y con 12 céntimos de euro por cada 100 ml para las que tienen mayor contenido de azúcar.

Se recauda por parte de los vendedores, a los que se obliga a trasladar al precio el 100% del impuesto. Los precios han subido una media del 15%. Aunque todas las bebidas azucaradas artificialmente están sujetas, los refrescos carbonatados (colas y otros) son los más afectados, por su volumen de ventas sobre el total del grupo.

De momento, cuatro trabajos científicos han evaluado el impacto del impuesto catalán sobre el consumo de refrescos.

El primero, de Royo-Bordonada y colaboradores, estaba basado en encuestas a 1 929 personas entre 12 y 40 años que viven en barrios pobres de Barcelona y Madrid (estos juegan el papel de grupo control). Las encuestas se hicieron un mes antes y un año después de la entrada en vigor del impuesto en Cataluña. Revelaron que el porcentaje de consumidores habituales de refrescos azucarados cayó un 39%, debido principalmente al precio, y que no hay efecto sustitución.

El segundo, de Vall y López-Casasnovas, utilizó datos agregados semanalmente del consumo de colas y agua de una cadena de supermercados (10% de la tasa de mercado global de alimentación). Y acusó una reducción de ventas del 7,7%, con sustitución de consumo hacia bebidas sin azúcar y heterogeneidad en los cambios de comportamiento.

Concretamente, el impuesto fue más efectivo en las áreas con mayor prevalencia de obesidad, en las más ricas y para las bebidas que más azúcar añaden. Conclusión: el impuesto es efectivo.

El tercer estudio, de Puig, Pinilla y Puig, utilizó series temporales mensuales agregadas de ventas en las comunidades autónomas, desde enero de 2013 a junio de 2019, diferenciando entre las bebidas azucaradas y las que no tienen azúcar. El resto de España hizo el papel de “control” en el diseño.

Los autores llegaron a la conclusión de que al impuesto se puede atribuir una reducción significativa de consumo de colas azucaradas (12,1%), sin que sea significativo el efecto sustitución.

Nuestro estudio, publicado recientemente, analiza los datos de los millones de tickets de compra de los casi 900 000 clientes habituales de una gran cadena de supermercados desde un año antes hasta un año después de la entrada en vigor del impuesto. Además de que comprende datos de tiendas en España donde el impuesto no está presente. La ventaja es que esos datos tan desagregados permiten comparar en el tiempo a cada familia consigo misma.

También comprobamos que ha tenido lugar una reducción del consumo de bebidas azucaradas y sustitución por otras sin azúcar, pero el efecto neto sobre el azúcar total consumido (y por tanto, sobre la salud) es pequeño, de apenas un 2,2%. Sin embargo, algunas categorías de bebidas han mostrado reducciones de consumo mayores (6,4% en las compras de colas, del 4,1% en refrescos, del 3,9% en los zumos de alto contenido en azúcar y del 3% en batidos).

Un impuesto que busca no recaudar

¿Qué podemos concluir? Primero, y lo más importante, es que, a diferencia de los demás impuestos, que buscan recaudar manteniendo en lo posible la neutralidad, es decir, sin distorsionar el mercado, éstos buscan no recaudar. Son instrumentos de las políticas de salud, y no de políticas fiscales. Su mayor éxito sería no ingresar nada. Porque significaría que los consumidores abandonan los productos nocivos por otros más saludables.

En segundo lugar, los impuestos sobre las bebidas azucaradas tienen gran potencial, pero requieren otras medidas complementarias así como mayor visibilidad.

No basta con que suba el precio: debería aparecer por separado en el ticket el impuesto que se paga, como el IVA. Fundamentalmente porque este impuesto tiene un importante papel para educar y señalar el daño a la salud.



bebidas azucaradas azúcar obesidad impuestos