


ADVIERTEN EXPERTOS
**'NO HAY GARANTÍA DE QUE RECURSOS DE
IEPS A BEBIDAS AZUCARADAS VAYAN A SALUD'**

**Miguel
Ángel Paz**

**Alejandro
Calvillo**

**Sandra
González**

**Diego
de la Mora**

**Joel
Rodríguez**
DEBATE EN MEET POINT VIRTUAL

Impuesto a refrescos no asegura inversión a salud, dicen expertos

Desde su implementación en 2014, la medida no ha cumplido con el objetivo de frenar la diabetes, afirma Concamin

**El aumento del IEPS
reduciría venta de
bebidas azucaradas
en 27%: Fundar**

El aumento al Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) a bebidas azucaradas que el gobierno propone para 2026 no garantiza que lo recaudado se destine realmente a la prevención y atención de las enfermedades asociadas a su consumo. En cambio, sí representa un impacto para el bolsillo de los consumido-

res, advirtieron expertos, quienes coincidieron en los daños que estos productos provocan a la salud, aunque difirieron en si la estrategia del gobierno es la correcta.

“No veo diferencias (en el aumento al impuesto a bebidas azucaradas) con otros esfuerzos que se han hecho para reducir la diabetes (...). Traté con varios secretarios de Salud, y todo lo que vimos podría describirse, incluido este, como proyectos de fantasía”, expresó en el Meet Point virtual de EL FINANCIERO Televisión, Joel Rodríguez Saldaña, director ge-

neral del Centro Multidisciplinario de Diabetes.

En el foro titulado “¿Subirán más los refrescos? Impuestos y sus efectos en México”, Rodríguez recordó que, al ser el gasto en salud en México el más bajo de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), no existen garantías de que el gobierno destine lo recaudado a programas de salud específicos, pues recordó que incluso se eliminó el programa de diabetes.

“Yo no vislumbro que los recursos

que se obtengan para la atención (de enfermedades) vayan a aplicarse. Recordemos que en el Plan Nacional de Desarrollo uno de los programas que se eliminó fue el de diabetes”, dijo.

Por su parte, Diego de la Mora Maurer, director ejecutivo de Fundar, indicó que los estudios científicos en México y en distintos países han demostrado que la manera más efectiva de reducir el consumo de bebidas azucaradas es aumentar su precio mediante impuestos. No obstante, destacó que es necesario “etiquetar los recursos que vienen de los impuestos saludables para medidas de salud” y así garantizar que se les dé el uso prometido.

Sostuvo que el aumento del IEPS



“reduciría el volumen de venta de refrescos en 27% y generaría una recaudación muy relevante de poco más de 100 mil millones de pesos” que se podría invertir en la salud de las personas.

Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor, coincidió en que la manera de reducir el consumo de productos nocivos es mediante el aumento de impuestos. Recordó que el IEPS a las bebidas azucaradas se implementó en 2014 y éste fue sólo de 10% cuando lo recomendado es 20%, e incluso, hay países que cobran 40%.

Indicó que, aunque el impuesto aplicado fue bajo, generó una disminución de 8% en el consumo de refrescos, principalmente en mujeres. Sin embargo, reconoció que la medida no resolverá el problema de salud, aunque sí contribuye a reducir los daños y el gasto que representa para el gobierno la atención de la diabetes y la obesidad.

En tanto, Miguel Ángel Paz Chávez, presidente de la Comisión Jurídica de la Confederación de Cámaras Industriales (Concamin), indicó que la reducción de los efectos negativos del consumo de bebidas azucaradas es un objetivo correcto, pero el aumentar los impuestos no es la medida adecuada, pues afirmó que desde que se implementó no ha cumplido con el objetivo de reducir la prevalencia de diabetes y enfermedades cardiovasculares. —*Redacción*

“Sí tiene un impacto negativo sobre la población. El IEPS es un impuesto indirecto (...) que es trasladado al consumidor”

MIGUEL ÁNGEL PAZ
Presidente de la Concamin

“Traté con varios secretarios de Salud, y todo lo que vimos podría describirse (...) como proyectos de fantasía”

JOEL RODRÍGUEZ
Director general del Centro Multidisciplinario de Diabetes

“No es la medida la que resolverá el problema. Hay un ambiente alimentario que induce al consumo de productos (dañinos)”

ALEJANDRO CALVILLO
Director de El Poder del Consumidor