

Nota de prensa

El consumo de bebidas azucaradas cae el 2,2 % en Cataluña por el impuesto especial, según un estudio de UIC Barcelona

—Se trata del primer estudio que analiza el consumo de todas las bebidas: azucaradas y sin azúcar y las bebidas con y sin alcohol en España

—El mayor descenso se ha producido en los refrescos, el 13,6% en los de contenido medio de azúcar y el 3,5% en los que el contenido en azúcar es alto

—Los autores del informe abogan por aumentar las tasas, abordar cambios en el etiquetado frontal, impulsar intervenciones educativas en el ámbito escolar, mostrar en el ticket el importe del impuesto que se paga e instar a que la industria reduzca drásticamente el contenido de azúcar añadido

Barcelona, 23 de enero de 2019. El consumo de bebidas azucaradas embotelladas ha descendido el 2,2% en Cataluña desde la entrada en vigor el 1 de mayo de 2017 del Impuesto sobre las bebidas azucaradas embotelladas de la Generalitat de Catalunya, según un estudio de UIC Barcelona.

Los investigadores Toni Mora, miembro del Instituto de Investigación en Evaluación y Políticas Públicas de la Universitat Internacional de Catalunya (IRAPP - UIC Barcelona); Eleonora Fichera (Universidad de Bath); Beatriz G. López-Valcárcel (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria) y David Roche (IRAPP - UIC Barcelona) han estudiado la respuesta de los consumidores a este impuesto especial.

El estudio “¿Los consumidores responden a los ‘impuestos disuasorios’ de manera heterogénea? Nueva evidencia del impuesto a las bebidas azucaradas utilizando datos de escáner longitudinal” ha analizado datos masivos de consumo desde un año antes de la entrada en vigor del impuesto hasta un año después. En total, unos 125 millones de registros en una gran cadena de supermercados, que cuenta con una cuota del 10% del mercado. Se trata del primer estudio que analiza el total de bebidas: azucaradas y sin azúcar y bebidas con y sin alcohol.

Los resultados sugieren que globalmente, como efecto del impuesto, las familias han reducido un 2,2% aproximadamente la cantidad total de azúcar consumida en bebidas. Esta reducción ha sido mayor en los refrescos, el 13,6% en los de contenido medio de azúcar y el 3,5% en los de contenido alto. En el caso de las colas, el descenso ha sido del 5,2% y en otras bebidas como té, horchatas y bebidas vegetales, el 7,7%, en los de contenido medio de azúcar, y el 7,3%, en los zumos de contenido medio de azúcar.

El impuesto grava todas las bebidas embotelladas que contengan edulcorantes calóricos añadidos, 8 céntimos de euro por litro para bebidas que contienen entre 5 y 8 gramos de azúcar por 100 mililitros (ml) y 12 céntimos de euro por litro para bebidas que contienen más de 8 gramos de azúcar por 100 ml. Las bebidas con menos de 5 gramos de azúcar por 100 ml

Nota de prensa

están libres del impuesto. Una de las peculiaridades de este impuesto es que por primera vez establece el requerimiento de que el 100% del impuesto se debe trasladar al precio final del producto, si bien los distribuidores han sido los recaudadores y el consumidor final no ha observado el importe del impuesto en el ticket de compra.

El investigador y vicepresidente 2º de la Asociación de Economía de la Salud (AES), Toni Mora, asegura que este descenso se debe a la entrada en vigor del impuesto, aunque insiste en que “la incidencia ha sido muy baja”.

El informe revela, además, que mientras desciende el consumo de bebidas como refrescos, aumenta la compra de otras bebidas azucaradas como los batidos, que ha subido el 5,4%. En el caso de los tés, horchatas y bebidas vegetales, el incremento ha sido aún mayor, el 9,1%, y las bebidas en las que más ha crecido el consumo son las isotónicas, el 33,3%. Según Mora, estos cambios son una respuesta a la entrada en vigor del impuesto, aunque “también puede deberse a la percepción de que este tipo de bebidas son más saludables”.

Mayor descenso entre las familias con menos recursos

Además de la información sobre la compra en sí (qué producto, en qué cantidad y a qué precio), el estudio ha contado con información socioeconómica de la familia compradora (renta, número de hijos, lugar de residencia, gasto total en el supermercado).

Una base de datos tan extensa ha permitido analizar no solamente el efecto del impuesto sobre el consumo de bebidas azucaradas, sino también si el comportamiento de todas las familias es similar o bien hay patrones diferenciados según sus características. En este sentido, el estudio concluye que la reducción del consumo de azúcar ha sido superior para las familias con rentas más bajas, si bien la diferencia no llega al punto porcentual. Se trata de hogares con unos ingresos de hasta 18.400€ por unidad familiar y año. Según Mora, “el estudio encuentra una gran heterogeneidad entre familias tanto en sus reacciones al impuesto, según nivel socioeconómico y edad, como por categorías de producto”.

Para los autores de la investigación, es necesario que se tomen más medidas para disminuir el consumo de este tipo de productos. En esta línea, Mora apunta que “no existe suficiente concienciación y se ha de ‘atacar’ desde varios frentes, desde la intervención en el ámbito escolar hasta gravar en mayor medida, cambiar el etiquetado frontal (si bien requiere una evaluación del etiquetaje que resultaría efectivo) e instar a la industria a reducir drásticamente el contenido de azúcar añadido, las grasas saturadas y la sal de sus productos”.

Sobre la Cátedra Eurest de Economía Pública: Evaluación de Políticas Sanitarias y Educativas

La Universitat Internacional de Catalunya y Eurest Catalunya, empresa líder en el sector de restauración para colectivos pertenecientes a Compass Group, creó el 2015 la Cátedra Eurest de Economía Pública: Evaluación de Políticas Sanitarias y Educativas. Dirigida por el Dr. Toni Mora, vicerrector de Investigación, Innovación y Transferencia de UIC Barcelona, la Cátedra aborda tres áreas principales de investigación: nutrición y obesidad; la incidencia de los niveles educativos y la evaluación de programas en la educación, y el uso de los recursos sanitarios.

Sobre UIC Barcelona

La Universitat Internacional de Catalunya (UIC Barcelona) nació el año 1997 con el objetivo de ofrecer una formación universitaria de calidad y promover la investigación para servir a la sociedad. Ligada al mundo empresarial y con un marcado carácter internacional, imparte quince grados, una treintena de titulaciones internacionales y una amplia oferta de posgrado en los dos campus que tiene situados en Barcelona y Sant Cugat del Vallès.

Más información:

Marta Sánchez.

T. +34 932 541 800 / msanchezr@uic.es / www.uic.es / [@UICBarcelona](https://twitter.com/UICBarcelona)