



IMPUESTOS SOBRE LOS PRODUCTOS AZUCARADOS

FERNANDA MEDIANO

ANDRES SILVA

ENERO, 2015

TEORIAS PARA LA TOMA DE DECISIONES

Elección Racional

Economía convencional

- Tomamos decisiones a través del razonamiento lógico.
- Nuestras decisiones racionales buscan maximizar nuestras ganancias y beneficios propios.
- Los individuos prefieren más de lo bueno y menos de lo que les cause mal.

Racionalidad Limitada

Economía conductual

- Nuestra capacidad de procesamiento de información es limitada.
- Tomamos decisiones con la información con que contamos hasta encontrar alguna alternativa satisfactoria.
- No siempre actuamos razonamiento lógico.

TOMA DE DECISIONES / CONDUCTA DE CONSUMO

DETERMINANTES SOCIALES DE LA SALUD

Factores no cognitivos y entorno:

- Información disponible (Etiquetado/Marketing/Educación)
- Patrones culturales y costumbres
- Sistema de valores y creencias: Percepción normativa, significados sociales atribuidos, (Modelos sociales)
- Emociones

Factores cognitivos:

- Capacidad de procesamiento de información, calculo
- Percepción, memoria, experiencias,
- Sesgos cognitivos

POLÍTICAS DE SALUD PÚBLICA Y EFECTIVIDAD EN CAMBIO CONDUCTUAL

	Preferencias Opciones	Información Educación	Incentivos financieros	Impuestos subsídios	Incentivos no económicos
Supuesto	A mayor opciones mejores decisiones	Mayor información mejores decisiones	Incentivos financieros para promover el cambio conductual	Precio no refleja costo social. Corrección de imperfecciones.	Racionalidad limitada
Evidencia	No hay evidencia para responder	Campañas Informativas ² Aumento de cc. y modesto cambio conductual	Efectos corto plazo de algunas intervenciones	Simulaciones demuestran impacto en consumo ⁴	Se ha demostrado cambios en consumo de alimentos ECR ⁶
	Hay evidencia efecto contrario ¹	Etiquetado ² GDA: impacto mínimo o moderado en conducta SEMAFORO: impacto en conducta y efecto de sustitución	Abono al inicio del programa ³	Evidencia Finlandia, Dinamarca, Hungría, Francia, ⁵	

- Galizzi, 2014; Thaler and Sunstein 2008
- Mazzocchi et al, 2009, Downs et al. 2009; Dumanovsky et al. 2011; Harnack et al. 2008; Schwartz et al. 2012; Fox et al. 2002; Roberto y Kawachi, 2014
- Galizzi, 2014 ; John et al., 2011,2012; Kullgren et al., 2013
- Andreyeva et al, 2010; Block et 2010; Cash et al., 2005
- Thow, Downs, Jan., 2014; Cornelse, et al., 2014
- Thaler and Sunstein, 2008; Hanks et al., 2012, 2013b

TOMA DE DECISIONES / CONDUCTA DE CONSUMO

Factores no cognitivos y entorno:

- Información disponible (Etiquetado/Marketing/Educación)
- Patrones culturales y costumbres
- Sistema de valores y creencias: Percepción normativa, significados sociales atribuidos, (Modelos sociales)
- Emociones

Factores cognitivos:

- Capacidad de procesamiento de información, calculo
- Percepción, memoria, experiencias,
- Sesgos cognitivos

HÁBITOS ALIMENTARIOS

CANASTA

HÁBITOS ALIMENTARIOS - CANASTA



EVIDENCIA INTERNACIONAL EN IMPUESTOS EN ALIMENTOS

1. Son relevantes las sustituciones con otros productos?

Impacto se refleja en la canasta de alimentos (sustituciones). Impuesto en bebidas azucaradas incentiva gasto en leche descremada (Zhen *et al.*, 2010) y el gasto en sal y grasas (Zhen *et al.*, 2014).

2. Cuáles es el impacto en indicadores biométricos?

Impuesto en las bebidas azucaradas induce a una pérdida de peso en un adulto de 0,7 kgs. el primer año y 1,3 kgs. en el largo plazo (Finkelstein *et al.*, 2013).

EVIDENCIA INTERNACIONAL EN IMPUESTOS EN ALIMENTOS

3. Qué monto debería ser el impuesto para cambiar comportamiento?

Cambios en comportamiento consumo en bebidas se inducen con tasas mayores al 20%.

4. Cuáles han sido los montos aplicados en otros países?

Francia aplicó un impuesto de 0.072 euros/litro de bebida. Hungría aplicó un impuesto de 0.22-0.41 euros/kilo a productos altos en azúcar, grasas y sal y bebidas. Dinamarca aplicó un impuesto de 0.36 euros/kilo.

EVIDENCIA INTERNACIONAL EN IMPUESTOS EN ALIMENTOS

5. Cómo se debería aplicar el impuesto? *por valor? por volumen? por caloría?*

Impuesto por caloría es más eficiente que un impuesto por volumen de bebida para alcanzar una meta de reducción de calorías (Zhen *et al.*, 2014).

6. Qué determinantes explican las diferentes elasticidades?

Impacto del impuesto depende, al menos, tipo de producto (Dharmasena and Capps, 2012), nivel de ingreso (Sharma *et al.*, 2014) y nivel de consumo del hogar (Tiffin *et al.*, 2014). Además, Gasto en bebidas no alcohólicas altamente influenciado por hábitos (Zhen *et al.*, 2010).

EVIDENCIA INTERNACIONAL EN IMPUESTOS EN ALIMENTOS

7. Qué argumentos tienen los críticos del impuesto?

- Dinamarca retiró impuesto a productos altos en grasas por daños a la industria local.
- Efectos regresivos?
- Tasas muy bajas para inducir a cambio en comportamiento.

8. Qué argumentos tienen los defensores del impuesto?

- Forma de internalizar una externalidad negativa.
- Medio para financiar otros programas (e.g. voucher focalizados de frutas y verduras)
- Eventuales efectos negativos o dudas en el diseño pueden mitigarse con estudio de posibles escenarios.

IMPLEMENTACIÓN EN CHILE

- Revisión exhaustiva de la evidencia internacional. Mirada crítica a la metodología y resultados.
- Hacer estudio con bases de datos locales a nivel de hogar. Adaptando metodologías a realidad local.
- Medir el impacto de impuestos a bebidas azucaradas (*ex-post*) y *simular el impacto* de impuestos a productos/nutrientes azucarados (*ex-ante*).

IMPLEMENTACIÓN EN CHILE

- Definir los impactos para distintos escenarios de políticas públicas.
- La definición del impuesto a partir del estudio de las canastas locales minimiza los efectos indeseados en el gasto y maximiza su impacto en salud.

REFERENCIAS

- Andreyeva, T., Long, M. W., & Brownell, K. D. (2010). The impact of food prices on consumption: a systematic review of re-search on the price elasticity of demand for food. *American Journal of Public Health*, 100(2), 216–22.
- Block, J.P., A. Chandra, K.D. McManus, and W.C. Willet. 2010. Point-of-Purchase Price and Education Intervention to reduce Consumption of Sugary Soft Drinks. *American Journal of Public Health* 100 (8): 1427–33.
- Cash, S.B., D.L. Sunding, and D. Zilberman. 2005. Fat Taxes and Thin Subsidies: Prices, Diet, and Health Outcomes. *Food Economics: Acta Agriculturae Scandinavica, Sect C 2 (2–4): 167–74.*
- Christina A. Roberto, PhD, Ichiro Kawachi, MD, PhD. 2014. Use of Psychology and Behavioral Economics to Promote Healthy Eating. *American Journal of Preventive Medicine*. 47(6):832–837
- Dharmasena, S., and Capps, O. 'Intended and unintended consequences of a proposed national tax on sugar-sweetened beverages to combat the u.S. Obesity problem.' *Health Economics*, Vol. 21, (2012) pp. 669–694.
- Downs, J.S., G. Loewenstein, and J. Wisdom. 2009. Strategies for Promoting Healthier Food Choices. *American Economic Review* 99 (2): 159–64.
- Dumanovsky, T., C.Y. Huang, C.A. Nonas, T.D. Matte, M.T. Bassett, and L.D. Silver. 2011. Changes in Energy Content of Lunchtime Purchases from Fast Food Restaurants after Introduction of Calorie Labelling: Cross Sectional Customer Surveys. *British Medical Journal* 343: d4464
- Finkelstein, E.A., Zhen, C., Bilger, M., Nonnemaker, J., Farooqui, A.M., and Todd, J.E. 'Implications of a Sugar-Sweetened Beverage (SSB) Tax When Substitutions to Non-Beverage Items are Considered.' *Journal of Health Economics*, Vol. 32, (2013) pp. 219-239.
- Fox, J., D. Hayes, and J. Shogren. 2002. Consumer Preferences for Food Irradiation: How Favourable and Unfavourable Descriptions Affect Preferences for Irradiated Pork in Experimental Auctions. *Journal of Risk and Uncertainty* 24 (1): 75–95.
- Galizzi, M. 2014. What Is Really Behavioral in Behavioral Health Policy? And Does It Work?. *Applied Economic Perspectives and Policy*. volume 36, number 1, pp. 25–60. doi:10.1093/aep/ppt036
- Hanks, A.S., D.R. Just, and B. Wansink. 2013b. Smarter Lunchrooms Can Address New School Lunchroom Guidelines and Childhood Obesity. *Journal of Pediatrics* 162 (4): 867–79.

REFERENCIAS

- Harnack, L.J., S.A. French, J.M. Oakes, M.T. Story, R.W. Jeffery, and S.A. Rydell. 2008. Effects of Calorie Labelling and Value Size Pricing on Fast Food Meal Choices: Results from an Experimental Trial. *International Journal of Behavioural Nutrition and Physical Activity* 5 (1): 63.
- John, L., G. Loewenstein, A. Troxel, L. Norton, J. Fassbender, and K. Volpp. 2011. Financial Incentives for Extended Weight Loss: A Randomized, Controlled Trial. *Journal of General Internal Medicine* 26 (6): 621–6.
- Kullgren, J.T., A.B. Troxel, G. Loewenstein, D.A. Asch, L.A. Norton, L. Wesby, Y. Tao, and J. Zhu, and K.G. Volpp. 2013. Individuals vs. Group-Based Incentives for Weight Loss: A Randomized, Controlled Trial. *Annals of Internal Medicine* 158 (7): 505–14.
- Laura Cornelsen^{1,2}, Rosemary Green^{2,3}, Alan Dangour^{2,3}, Richard Smith^{2,4} Perspectives Why fat taxes won't make us thin *Journal of Public Health*. doi:10.1093/pubmed/fdu032
- Mazzocchi, M., B.W. Trail, and J.F. Shogren. 2009. *Fat Economics: Nutrition, Health and Economic Policy*. Oxford: Oxford University Press.
- Schwartz, J., J. Riis, B. Elbel, and D. Ariely. 2012. Inviting Consumers to Downsize Food Portions Significantly Reduces Calorie Consumption. *Health Affairs* 31 (2):399–407.
- Sharma, A., Hauck, K., Hollingsworth, B., and Siciliani, L. 'The Effects of Taxing Sugar-Sweetened Beverages Across Different Income Groups.' *Health Economics*, Vol. 23, (2014) pp. 1159-1184.
- Thaler, R.H., and C. Sunstein. 2008. *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Thow, A. M., Jan, S., Leeder, S., & Swinburn, B. (2010). The Effect of Fiscal Policy on Diet, Obesity and Chronic Disease: A Systematic Review. *Bulletin of the World Health Organization*, 88(8), 609–614.
- Tiffin, R., Kehlbacher, A., and Salois, M. 'The Effects of a Soft Drink Tax in the UK.' *Health Economics*, Vol. (2014).
- Zhen, C., Wohlgenant, M.K., Karns, S., and Kaufman, P. 'Habit Formation and Demand for Sugar-Sweetened Beverages.' *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 93, (2010) pp. 175-193.
- Zhen, C., Finkelstein, E.A., Nonnemaker, J.M., Karns, S.A., and Todd, J.E. 'Predicting the Effects of Sugar-Sweetened Beverage Taxes on Food and Beverage Demand in a Large Demand System.' *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 96, (2014) pp. 1-25.



IMPUESTOS SOBRE LOS PRODUCTOS AZUCARADOS

FERNANDA MEDIANO

ANDRES SILVA

ENERO, 2015