



Análisis

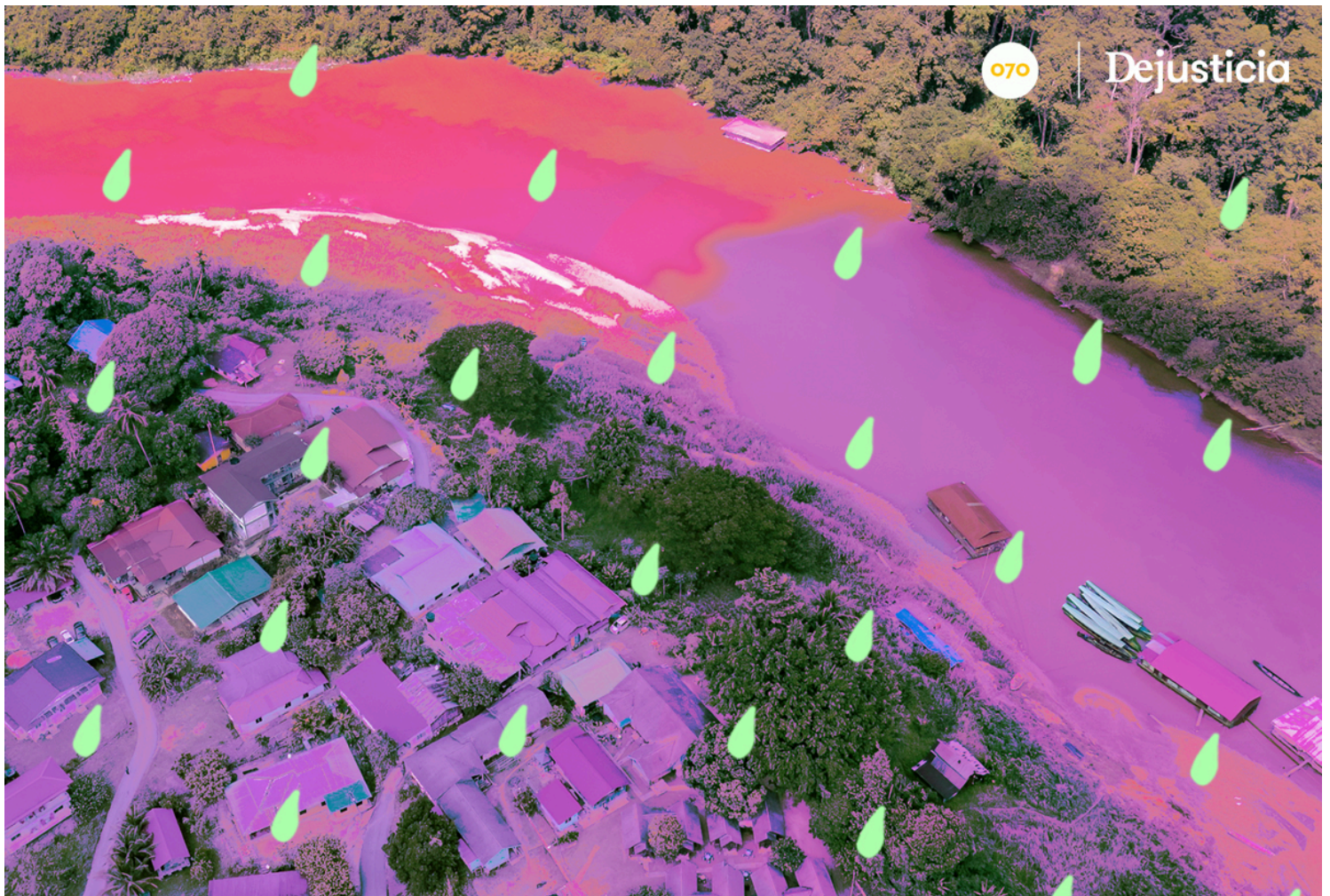
Brasil: un impuesto diseñado a la medida de la industria

Puede existir un impuesto, pero si está mal diseñado fallará en cumplir su objetivo. En el caso del gigante del sur, el entramado entre las industrias y el poder político han bloqueado la posibilidad de mejorar el diseño del impuesto a las bebidas azucaradas que se creó en 2013.

por [Evandro Almeida Jr y Goldy Levy](#)

[Evandro es periodista móvil \(MoJo\) multimedia desde 2017. Goldy es periodista y editora de O70 Podcasts.](#)

02.11.2022



Tres mil millones de litros de bebidas azucaradas. Esto es lo que produce al año la empresa Solar Bebidas, el segundo embotellador más importante de Coca-Cola en Brasil y una de las 13 más grandes del mundo. Tres mil millones de



Es miembro del Senado Federal por el Partido de la Social Democracia Brasileña y fue gobernador dos veces del estado de Ceará, uno de los más pobres de Brasil. Él, en cambio, es uno de los políticos más ricos, con un patrimonio de alrededor de 400 millones de reales (80 millones de dólares). A sus 73 años, además, es uno de los bastiones de la derecha brasileña de los últimos 30 años y una de las caras más visibles de un entramado sumamente complejo: la relación entre la política y la industria de las bebidas endulzadas.

“Es uno de los principales voceros de los intereses empresariales en el Congreso Nacional”, escribió el año pasado el sociólogo Pedro Silva en su [columna](#) de Brasil de Fato.

La industria de bebidas endulzadas en Brasil es multimillonaria y se ha fortalecido con el paso de los años. En 2007, las diez industrias de alimentos y bebidas más grandes del país representaban unos 12 billones de dólares (R\$ 61 billones) y el 27% del mercado de la cadena alimentaria. En 2019, doce años después, esas empresas casi que triplicaron su participación en la cadena alimentaria y multiplicaron más de 8 veces sus ganancias: pasaron a sumar 100 billones de dólares (R\$ 532 billones).

“En otras palabras, el sector creció y se concentró...”, explicó Laís Amaral, nutricionista y supervisora técnica del Programa de Alimentación del Instituto Brasileiro de Defensa del Consumidor (Idec), en [entrevista](#) con el medio Brasil de Fato. “La concentración del poder económico resulta en interferencia del poder político», dijo.

Actualmente la industria de bebidas endulzadas [representa 1,9% del Producto Interno Bruto](#) del país (BNDS, 2016). Este sector, sumando al de la producción de alimentos procesados, genera alrededor de [8,9 millones de empleos](#) en toda su cadena.

La influencia económica de esta industria se perpetúa en los altos mandos del poder político, como lo demuestra el caso de Jereissati. Sin embargo, en este entramado el consumidor es el último eslabón de la cadena, que accede a estos productos sin información sobre sus impactos en la salud.

La salud o la industria

Rebecca Cimino tiene 21 años y consume más de 100 latas de bebidas azucaradas al mes: 5 latas diarias de bebidas energizantes de 450 ml cada una y una lata de Coca Cola con cada comida. Vive en São Paulo con sus papás y hermano, es estudiante de periodismo y gasta, en promedio, 50 dólares al mes en bebidas azucaradas (unos 250 reales).

“Es bastante para mí. Equivale a un cuarto de lo que recibo por mes con mi salario del trabajo”, dice.

Aún así, Rebecca no logró ganar la apuesta que le hicieron sus amigos para que bajara su consumo de bebidas azucaradas a solo tres veces a la semana.

Aunque Brasil es un país enorme y diverso, es difícil escapar de la industria. En los restaurantes de comida rápida se toman gaseosas, en las fiestas de cumpleaños y cenas de Navidad siempre hay botellas multicolores acompañando el pastel. Además, hay comidas como la *coxinha*, una masa rellena con pollo, que se toma con Guaraná; o la *feijoada*, un plato típico de frijoles y cerdo, que se acompaña con Coca-Cola o cerveza.

Cada región tiene además su propia marca de gaseosa. En Maranhão, por ejemplo, se consume Guaraná Jesus, una bebida rosada que se produjo desde 1927 de forma regional, hasta que Coca-Cola la adquirió en 2001.

Por eso, no es extraño que Brasil ocupe el [décimo lugar](#) de los países que más consumen bebidas azucaradas en el mundo, con un promedio de [61 litros de bebidas azucaradas por año](#).

Según el Ministerio de Salud brasileño, hoy uno de cada cinco adultos que vive en las capitales del país toman refrescos o jugos artificiales todos los días, a pesar de que el consumo de estos productos se ha ligado a problemas de salud y enfermedades no transmisibles como el sobrepeso, la diabetes y la hipertensión. Los datos del mismo Ministerio dicen que entre los adultos que consumen estas bebidas aproximadamente 54% tiene sobrepeso y el 19% es obeso.

Esto implica enormes gastos para el Estado: Solamente en tratamientos para la obesidad, el Sistema Único de Salud (SUS) de Brasil gasta unos 95 millones de dólares (\$458 millones de reales).

Lo más grave es que el consumo inicia desde muy pequeños: antes de cumplir 1 año de edad, el 56% de los bebés de Brasil [ya han tomado gaseosa](#).

Un impuesto mal diseñado



acuerdo. A la fecha (2022), según los últimos decretos presidenciales la tasa se encuentra en el 8%.

Es una tasa bastante menor a la que se ha aplicado en otros sitios de América Latina: en **México se aplicó un incremento del 10%** sobre el precio final del producto, y en **Chile el impuesto va entre 10% y 18%** según el gramaje de azúcar. En el caso de México, pasó de ser el segundo país en el mundo con mayor obesidad, en el 2013, al quinto lugar en el 2022. En Chile el consumo disminuyó en un 22% en apenas cuatro años, según una investigación **publicada en enero de 2020 en la revista Social Science & Medicine**, financiada por investigadoras chilenas y de Reino Unido. Ambos, además, han aplicado leyes estrictas de etiquetado para educar a los consumidores sobre los riesgos de consumir bebidas con altos grados de azúcar, edulcorantes o aditivos químicos, algo que no ha ocurrido en Brasil. El éxito de estos dos casos ha sido el diseño del impuesto: es consistente y tiene como objetivo final desincentivar el consumo.

Para una consumidora tan voraz como Rebecca, que toma casi 100 latas al mes, el impuesto que rige en Brasil no ha desmotivado su hábito. “No voy dejar de beber mis gaseosas por el impuesto, sólo si incrementa mucho lo haré. Sin embargo, si el impuesto tiene un objetivo claro, pagaré tranquilamente el aumento,” explica la estudiante de periodismo.

Lluvia dulce: Historias sobre el impuesto a las bebidas endulzadas en Latinoamérica



[Click acá para ver](#)

Por otro lado, desde que se aprobó el primer impuesto en Brasil, las industrias no dieron tregua y encontraron maneras para evadir o pagar un porcentaje aún menor del que dice la ley. En algunos casos estas maniobras cuentan con el apoyo del gobierno.

La manera más simple de hacerle trampa al impuesto es producir gaseosas a partir de frutas locales, como las semillas de guaraná o açaí. En estos casos, según la ley, al impuesto se le descuenta 1% sobre el precio total. Uno de los ejemplos más visibles es la gaseosa Guaraná Antarctica, la bebida de este sabor más popular de Brasil.

Otro de los métodos que encontraron las industrias de bebidas endulzadas para reducir los impuestos fue trasladar su producción a las zonas francas del país para aprovechar los beneficios tributarios, dado que son zonas donde pagan menos impuestos.

La más llamativa es la Zona Franca de Manaus, creada en 1967 en el estado de Amazonas como parte de un incentivo agrario e industrial para el norte del país. Hoy en día, esta zona franca se ha expandido a otros tres estados del país y emplea a más de medio millón de personas en todo tipo de industrias. Pero, aquí son tantos los beneficios recibidos por las empresas que expertos fiscales la han llamado “**otro país dentro de Brasil**” por su desconexión con las leyes tributarias del resto del Estado.

Y es que el incentivo para trasladar las fábricas a esta zona franca es tan grande que las empresas reciben beneficios tributarios adicionales por utilizar ingredientes que se producen dentro de esta misma zona franca. El caso más común es el del ‘concentrado’ o xarope, un ingrediente base para la producción de bebidas endulzadas.

Con estos ‘colchones de créditos’ y **los incentivos generados por el gobierno de Jair Bolsonaro**, los fabricantes de bebidas endulzadas logran reducir la tasa del impuesto para que sea casi inexistente y no llegue a los consumidores. Para este reportaje, contactamos a la empresa Ambev, dueña de cervecerías, y a la productora de bebidas azucaradas Guaraná Antarctica, pero se negaron a contestar las preguntas sobre las tácticas que han usado para tributar menos de lo que deberían.

“El dinero que deja de ir a la salud va para financiar la producción de bebidas que causan daños a la salud, ya que la Zona Franca es una máquina de generar crédito (beneficios tributarios)”, explica Marília Albiero de la la Alianza para el Control del Tabaco (**ACT-Brasil**), una organización no-gubernamental que promueve la salud y la alimentación saludable.

Un diseño del impuesto “para inglês ver” y las estrategias para que deje de serlo



implementarse hasta en un 20%, es decir, cinco veces más del actual.

Albiero de la ACT-Brasil, que respalda el proyecto, explica que “buscamos que el impuesto llegue al producto final y que gire en 20%. Y con una recaudación que destine los recursos a dónde más se necesita: la salud pública y desarrollo deportivo.”

Además, el proyecto del senador Carvalho propone que 80% del recaudo se destine para el Sistema Único de Salud, y el otro 20% para el financiamiento y la promoción de eventos deportivos y paradesportivos en el país.

“La evidencia muestra que la política de precios es una herramienta para promover una alimentación saludable”, dijo el **senador Carvalho** durante la **aprobación en la comisión** de asuntos sociales.

Para el Doctor Fabio da Silva Gomes, asesor regional de nutrición y actividad física de la Organización Panamericana de Salud, el impuesto debe tener un objetivo claro – así como el propuesto por el proyecto de ley. “Al igual que otros impuestos saludables, lo que proponen es incentivar un modo de vida saludable, mediante la reducción del consumo de este tipo de productos, haciéndolos menos asequibles.”

Este impuesto, además, eliminaría el “colchón de crédito” que tienen las empresas bajo las regulaciones actuales. De esta forma, el impuesto tendría fines claros para desincentivar el consumo y priorizar la salud de la población, y menos posibilidades de hacerle trampa.

Actualmente el proyecto está en discusión en la Comisión de Asuntos Económicos en el Senado Federal, “la más difícil de todas,” explica Albiero de ACT-Brasil, porque es donde se analizan los impactos económicos de los proyectos de ley y cómo interfieren en la agenda económica del país. Estas discusiones suelen ser largas y pueden durar meses, porque deben revisar cada posible impacto del proyecto. A esto se le suman los intereses propios de los senadores que hacen parte de esta comisión y entre ellos figura Tasso Jereissati, el senador Coca-Cola.

No es secreto que Jereissati ha utilizado el cargo público a favor de la industria: Un reportaje del portal ‘O Joio e o Trigo’ de 2017, **demostró que el senador** se reunió en 2008 con el ministro de Hacienda del momento, Guido Mantega, y dos ejecutivos de Coca-Cola Brasil, para evitar que suban los impuestos a estos productos.

La esperanza es que esto no vuelva a ocurrir con el proyecto del Tributo Saludable, pero el panorama no es optimista y el lobby agresivo.

“Muchos ponentes lo han devuelto, no quisieron ser responsables por el proyecto en los últimos 6 años, incluso el ex-senador Romário de Souza Faria”, cuenta Marília. Este ex-senador es un ídolo del fútbol mundial y además es diabético, al igual que el 15% de la población brasileña.

Hasta que este nuevo proyecto de ley no sea aprobado, el impuesto actual no servirá para desincentivar su consumo y por ende no cumplirá su objetivo. Si el entramado entre los intereses políticos y la industria no da tregua, seguirá funcionando un impuesto *para inglés ver*. A menos que, en el nuevo gobierno de Lula Da Silva, se tomen medidas para mejorar el diseño del impuesto e incrementar su efectividad.

COMPARTIR ARTÍCULO



Evandro Almeida Jr y Goldy Levy

[Evandro es periodista móvil \(MoJo\) multimedia desde 2017. Goldy es periodista y editora de 070 Podcasts.](#)

Ojalá lo lean (1)

Maravilloso (0)

KK (0)

Revelador (0)

Ni fú ni fá (0)

Merece MEME (0)



INICIAR SESIÓN CON

O REGISTRARSE CON DISQUS ?

Nombre



Compartir

Mejor

Lo más nuevo

Más antiguo

Sé el primero en comentar.

Suscribirse

Privacidad

No vender mis datos

Relacionados

«No tengo idea cuál es la clave para ser viral», Luis Carlos Reyes [Mr. Taxes]

por Cerosetenta

Entrevista

#ElNiusléterDe070

Escriba su correo...

Suscríbase

Género

Política

Cultura



Podcasts



070

¿Quiénes somos?

Podcasts

Ediciones especiales

Proyectos 070

SÍGUENOS

¿Quieres escribir en 070?

CONTÁCTANOS

cerosetenta@uniandes.edu.co

BOGOTÁ, COLOMBIA

NEWSLETTER

Suscríbete a El Niúsleter de 070

Suscríbete