

## Carátula



## País

- 24 **Consumo**  
Impuesto a las calorías
- 26 **Macroeconomía**  
El dólar sigue de moda
- 28 **Pensiones**  
Diversificación a fondo
- 30 **Pobreza**  
¿Victorias tempranas?
- 32 **Superintendencias**  
Mano dura

## Mundo

- 36 **Europa**  
El desafío europeo
- 38 **Brasil**  
Sin municiones
- 39 **Venezuela**  
Paranoia expropiadora
- 40 **Estados Unidos**  
Comienza la batalla

## Negocios

- 50 **Medios**  
¿Cambio de canal?
- 54 **Lácteos**  
Expansión láctea
- 56 **Laboratorios**  
¡Qué repelente!
- 58 **Internacional**  
Big problem
- 60 **Telecomunicaciones**  
Sin las antenas puestas

# ¿Barril sin fondo?

# 42

Aunque en los primeros días de febrero los precios del petróleo se recuperaron, al igual que las acciones de las empresas del sector, las petroleras enfrentan una de las coyunturas más duras de la historia reciente. Cómo será el plan de ajuste.

## LA FOTO

- 62 **Tecnología**  
Cuatro son compañía

## PERFIL

- 64 **Natalia Salazar**  
De vuelta a casa

## INFOGRAFÍA

- 66 **Bebidas**  
La receta del café

## OPINIÓN

- 22 **Eduardo Lora**  
Placeres y propósitos
- 41 **Fany Kertzman**  
El rey Midas al revés
- 74 **Jorge Gabriel Taboada**  
Déjame vivir mi vida

- 86 **Juan Manuel López Caballero**  
¿Por qué la obsesión de Santos con la Oede?

- 90 **Guerreros**  
A cantar

## TIEMPO EXTRA

- 18 **Libros**  
El 'like' de Zuckerberg
- 20 **Oficina**  
Hora del aumento

## INDICADORES

- 88 Macro, proyecciones, sociodemográfico, sectores, opinión, curiosidad.
- 89 Dinero - Raddar, mercado, financiero, inversiones.

# IMPUESTO A LAS CALORÍAS

El Gobierno piensa que el país debería empezar a gravar las bebidas azucaradas y la comida con alta carga de grasas. La idea tiene una fuerte oposición en la industria y está planteada en el Plan de Desarrollo. Polémica abierta.

**E**l año pasado, en plena campaña electoral para la reelección, el ministro de Salud, Alejandro Gaviria, empezó a hablar de la posibilidad de gravar las bebidas azucaradas como estrategia para combatir los crecientes niveles de obesidad.

La idea no le sonó al ministro de Hacienda, Mauricio Cárdenas, pero en las más recientes reuniones del Fondo

Monetario Internacional, el jefe de la cartera de las finanzas se reunió con su homólogo mexicano y este le contó que el impuesto a estas bebidas ha sido un éxito en términos de recaudo. En ese momento a Cárdenas la propuesta le empezó a sonar.

Gaviria aclara que es una idea que apenas se está madurando y que por ahora lo que va es una mención en el Plan de Desarrollo, donde más que de impuestos se habla de control sobre alimentos que afectan la calidad nutricional. Una mención que, sin embargo, tiene ya una fuerte oposición en los gremios de industriales y de cultivadores de caña de azúcar.

Al igual que en el resto del mundo, las empresas productoras de este tipo de bebidas, así como los fabricantes de alimentos con altos contenidos de grasas saturadas han usado un millonario *lobby* para frenar iniciativas que graven estos productos, con el argumento de que es una medida que solo encarece los precios, pero no ayuda a controlar la obesidad.

La ONG mexicana El Poder del Consumidor asegura que The American Beverage Association (ABA), que reúne a los fabricantes de bebidas no alcohólicas

de ese país, junto con Coca-Cola y PepsiCo reportaron el gasto de US\$111 millones entre 2009 y el tercer trimestre de 2014 por concepto de cabildeo. De esa suma, destinaron US\$2,3 millones a una infructuosa campaña en la ciudad de Berkeley, California, que en noviembre pasado se convirtió en la primera de ese país en aprobar un impuesto a las bebidas azucaradas, después de alrededor de 30 intentos previos en

otras ciudades estadounidenses.

Este polémico impuesto solo se aplica en unos 20 países y el más reciente y más cercano es Chile, mientras que en México rige hace un año. Allí se gravaron con 10% las bebidas azucaradas y con 8% los alimentos ricos en calorías como chocolates, dulces

**La Asociación de Fabricantes de Bebidas de Estados Unidos reportó el gasto de US\$111 millones entre 2009 y el tercer trimestre de 2014 por lobby en contra de los impuestos a estos productos.**

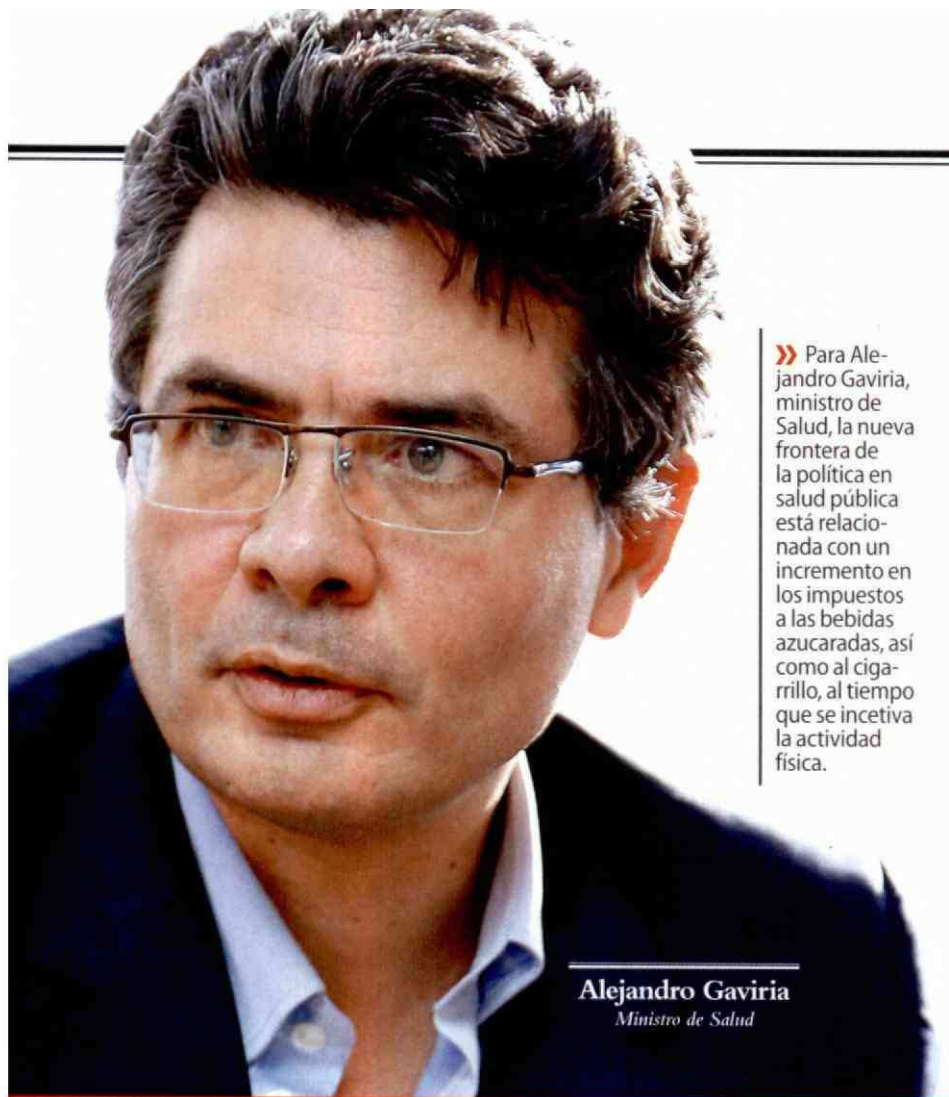
y frituras. Además, desde julio pasado se restringieron los anuncios de “comida chatarra” en horarios infantiles de televisión y cine.

Los resultados aún no son concluyentes. Un informe de la prensa mexicana dice que las ventas de gaseosas cayeron 4,4%, menos del 6% o 7% que esperaban los fabricantes, y los niveles de obesidad aún no se han medido para saber si bajaron, pero los expertos en nutrición consideran que esa caída del consumo no le hace ni cosquillas a un problema que afecta a siete de cada diez adultos y a 4,5 millones de niños mexicanos.



**Santiago López**

Director de la  
Cámara de  
Industria de  
Bebidas de la Andi



**Alejandro Gaviria**  
Ministro de Salud

» Para Alejandro Gaviria, ministro de Salud, la nueva frontera de la política en salud pública está relacionada con un incremento en los impuestos a las bebidas azucaradas, así como al cigarrillo, al tiempo que se incentiva la actividad física.

## POCO ELÁSTICO

Para hacer una evaluación más precisa de los posibles impactos en el país, los industriales contrataron un estudio con el economista Hernando José Gómez, quien lo acaba de terminar y una de sus principales conclusiones es que el consumo de este tipo de bebidas tiene una elasticidad inferior a 1%; es decir, que los colombianos reaccionan poco al alza de los precios y no dejan de comprar.

“Tendría que encarecerse mucho para bajar el consumo y ese no sería el caso con el impuesto. Tendría además un efecto negativo y es que, a nivel de los adultos, ellos tenderían a sustituir estas bebidas, no por aguas o más jugos naturales, sino por cerveza. Así que por solucionar un problema, se estaría generando otro”, explica Gómez.

Coincide con el análisis de López, en el sentido de que la ingesta de calorías depende de los hábitos y no de los precios de los alimentos. Así, cuando una comida se encarece, la reemplazan por otra. Además, señala que quienes más resentirían el impuesto serían los pobres, que son los que más consumen estas bebidas por sus bajos precios.

“Esa es una idea de populismo con la salud. La obesidad se controla con otras estrategias que tienen que ver con ejercicio y dieta y lo que puede pasar es que es una iniciativa que pasaría de ser defendida por el Ministro de Salud, a serlo por el Ministro de Hacienda, al ver un aumento del recaudo, pero con unos impuestos que son ineficientes e inequitativos”, sentencia Gómez.

El ministro Gaviria está convencido de que este tipo de tributos son la nueva gran frontera de la salud pública, que también deberá incluir aumento en los impuestos al tabaco, así como estrategias para propiciar cambios de comportamiento y reducir las tasas de sobrepeso y obesidad.

Sin embargo, es consciente de que es un tema políticamente muy complejo, pues es un hecho que el mayor consumo está en los estratos bajos y medios. ¿Logrará encontrar la fórmula para combatir la creciente obesidad y no afectar a los consumidores y a la industria? Ojalá que sí. **IDI**

## NO ES EL AZÚCAR, ES LA DIETA

Santiago López, director de la Cámara de la Industria de Bebidas de la Andí, dice que culpan a las bebidas azucaradas (que incluyen gaseosas, tés, jugos, energizantes, etc.) de ser las responsables de los problemas de sobrepeso, pero la evidencia muestra que las bebidas refrescantes no alcohólicas en Colombia representan aproximadamente 2,7% del total de las calorías que consume una persona en el país, “por eso no tiene justificación una política específica en contra de ellas”.

Agrega que para luchar seriamente contra la obesidad hay que informar a los consumidores sobre las calorías en todo tipo de comidas y bebidas, educar para balancear la dieta y fomentar la actividad física.

El dirigente gremial también argumenta que el consumo per cápita de bebidas no está ligado a la obesidad, pues en Holanda es de 632 mililitros por día y el índice de obesidad es de 16%;

mientras en Grecia son 116 mililitros y la obesidad es de 41%. En el caso de Colombia, se consumen 54,1 litros per cápita por año, mientras en México el consumo asciende a 190, Argentina 156, Brasil 90 y Panamá 80, entre otros. López atribuye el bajo consumo de

**El impacto de esta medida en Colombia lo sentirían más las personas de estratos medios y bajos, que son los mayores consumidores.**

Colombia a que estas bebidas compiten con los jugos preparados en casa y el agua de la llave.

Frente al impacto de los impuestos a las bebidas con azúcar, López dice que van más allá de los industriales, pues abarcan a toda su cadena de valor, que incluye el agro al que le compran frutas, panela y azúcar; al sector de transporte, de publicidad, de servicios, de productos plásticos y de las tiendas, que son el principal canal de comercialización.