

El “*framing*” en el tema del impuesto al refresco

El análisis de la reforma hacendaria ha suscitado múltiples debates respecto al alcance de los gravámenes propuestos. Diversos grupos se han organizado para hacer notar su descontento respecto a la iniciativa presentada por el presidente Enrique Peña Nieto¹ y discutida actualmente en el congreso mexicano.

Uno de los grupos opositores a la propuesta es la industria refresquera, quien se ha manifestado en contra de la medida que considera incrementar un peso por litro en el costo de las bebidas saborizadas.

Si bien esta opinión encuentra eco en siete de cada diez entrevistados por Parametría a nivel nacional en septiembre de este año, cabría hacer algunas presiones sobre este y otros ejercicios que hemos realizado en el tema.

La primera observación que debemos hacer es que al ser cuestionados sobre los puntos que contemplaba la reforma hacendaria, la mayoría de entrevistados se manifestaron en desacuerdo con las propuestas del ejecutivo federal, por ejemplo: 71 % dijo estar en contra de cobrar una tasa de 10 % a las ganancias en la Bolsa Mexicana de Valores, aun cuando seguramente el funcionamiento del mercado de valores es desconocido para gran parte de la población, en este contexto, el 74% de los entrevistados rechazaron la propuesta de incrementar en un peso por litro a las bebidas azucaradas como refrescos y otras saborizadas, sin embargo, el consumo de refresco en México está asociado a un tema mucho más complejo, el del sobrepeso y la obesidad.

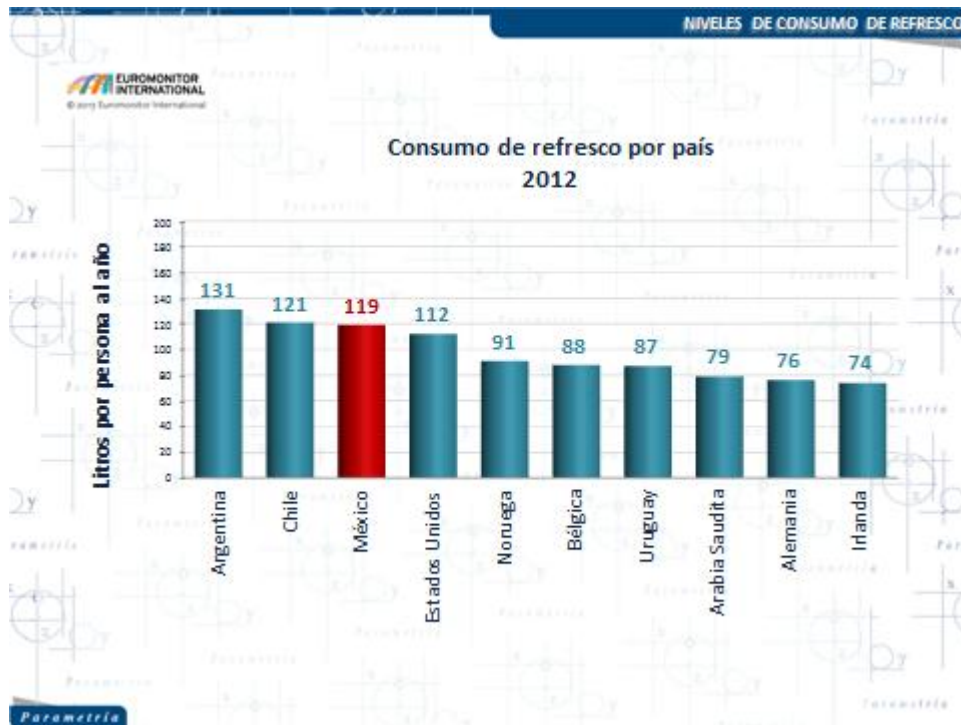
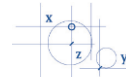
¹ Gobierno de la República. Reforma hacendaria <http://reformahacendaria.gob.mx/>



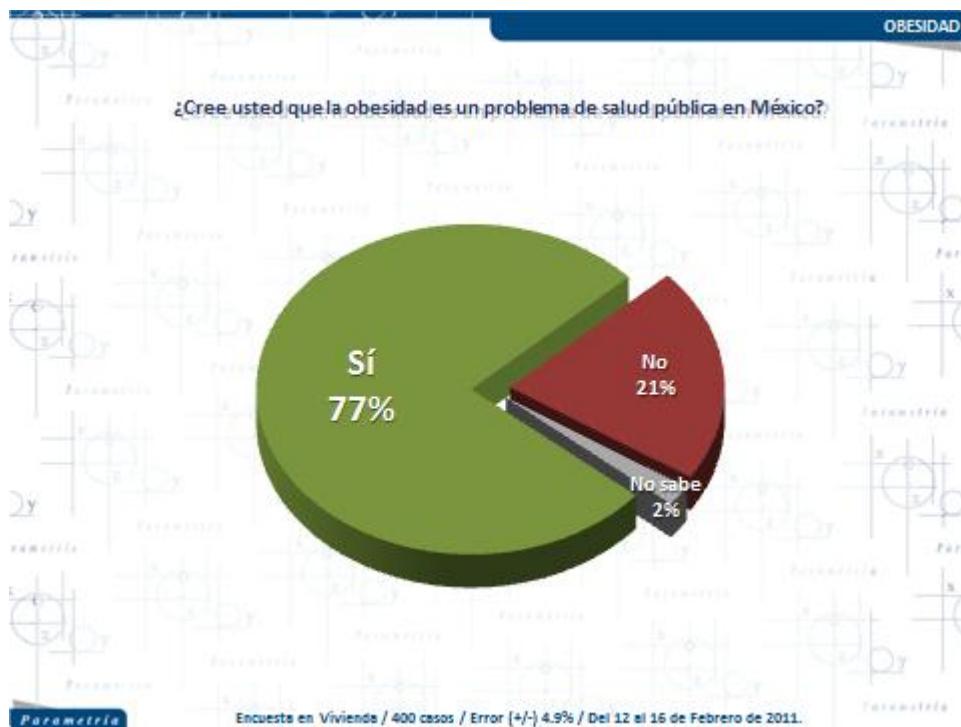
La comunidad internacional ha hecho varias advertencias respecto a los altos niveles de obesidad en el país, son diversos los esfuerzos —públicos y privados— que buscan atender al fenómeno. Si bien especialistas en salud afirman que este hecho es resultado de un proceso de transición epidemiológica de más de 30 años, los altos índices de obesidad en el país se le han atribuido al extendido consumo de refrescos y comida chatarra.²

México es de los principales consumidores de refrescos en el mundo, en el tema sólo somos superados por Argentina y Chile, tenemos un promedio de consumo de 119 litros por persona al año.

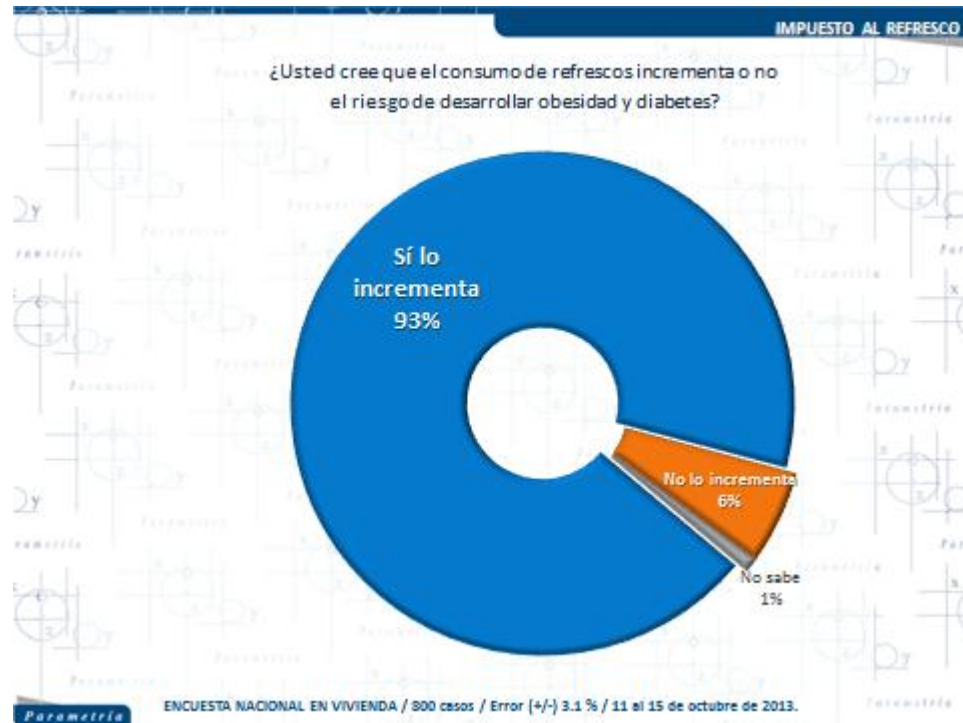
²CNN México. “La historia de cómo kilo a kilo México se volvió líder en obesidad” 12 de julio de 2013 <http://mexico.cnn.com/salud/2013/07/12/la-historia-de-como-kilo-tras-kilo-mexico-se-convio-lider-en-obesidad>



El gobierno mexicano es consciente de lo acuciante de la situación y la sociedad tampoco ha sido ajena al problema, en 2011, ocho de cada 10 entrevistados en vivienda por Parametría, consideraban que la obesidad era un problema de salud pública en el país.



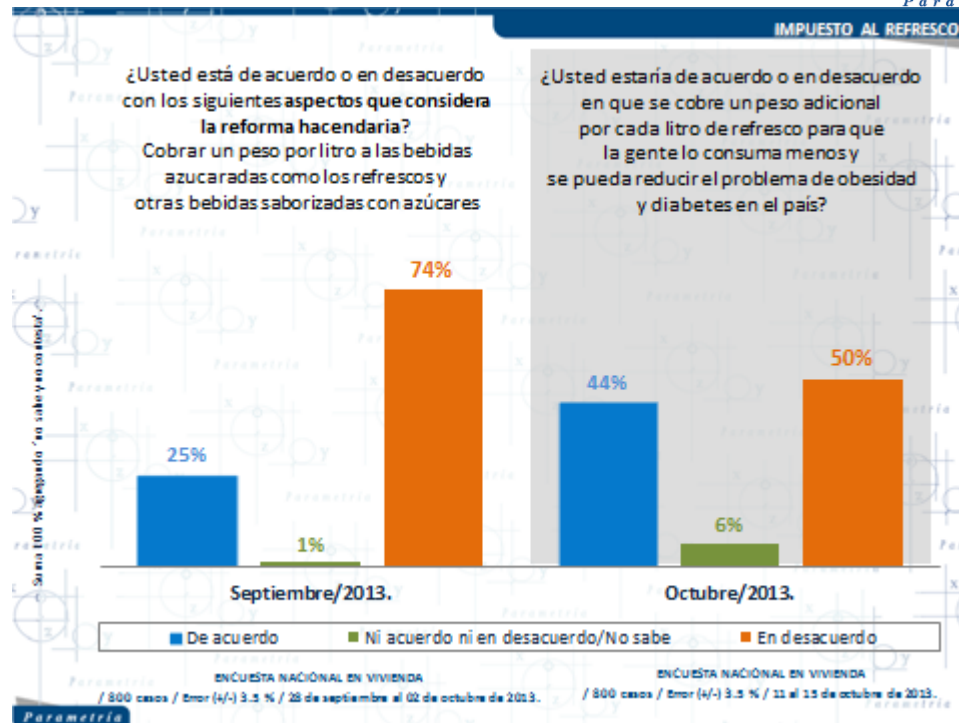
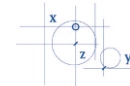
Asimismo, nueve de cada diez entrevistados (93%) en octubre de este año dijeron que el consumo de refresco incrementaba el riesgo de desarrollar obesidad y diabetes entre la población, solamente un 6% mencionó lo contrario.



La segunda observación de los ejercicios realizados por Parametría en el tema, tiene que ver con las preguntas que realizamos, en los estudios de opinión pública el “*framing*” o encuadre que se da a ciertos tópicos sociales puede incidir en los resultados de las respuestas.

Cuando se cuestionó—en el contexto de la reforma hacendaria— a los mexicanos sobre si estaban de acuerdo o en desacuerdo con cobrar un peso por litro a las bebidas azucaradas como refrescos y otras con saborizantes, el 74 % estuvo en desacuerdo con la propuesta, sin embargo, en el ejercicio realizado en octubre de 2013, donde se preguntó a la población si estaba de acuerdo o en desacuerdo con que se cobrara un peso adicional por cada litro de refresco para que la gente lo consumiera menos y se pudiera reducir el problema de obesidad y diabetes en el país un 44% aprobó la medida, es decir, el nivel de desacuerdo descendió para ubicarse en el 50%, con una disminución de 24 puntos porcentuales.

Este contraste permite afirmar que si la pregunta informa a la población de la búsqueda de un fin social, —en este caso reducir el problema de obesidad y diabetes en el país— el ciudadano se muestra más dispuesto a aceptar el incremento en el precio de las bebidas azucaradas.

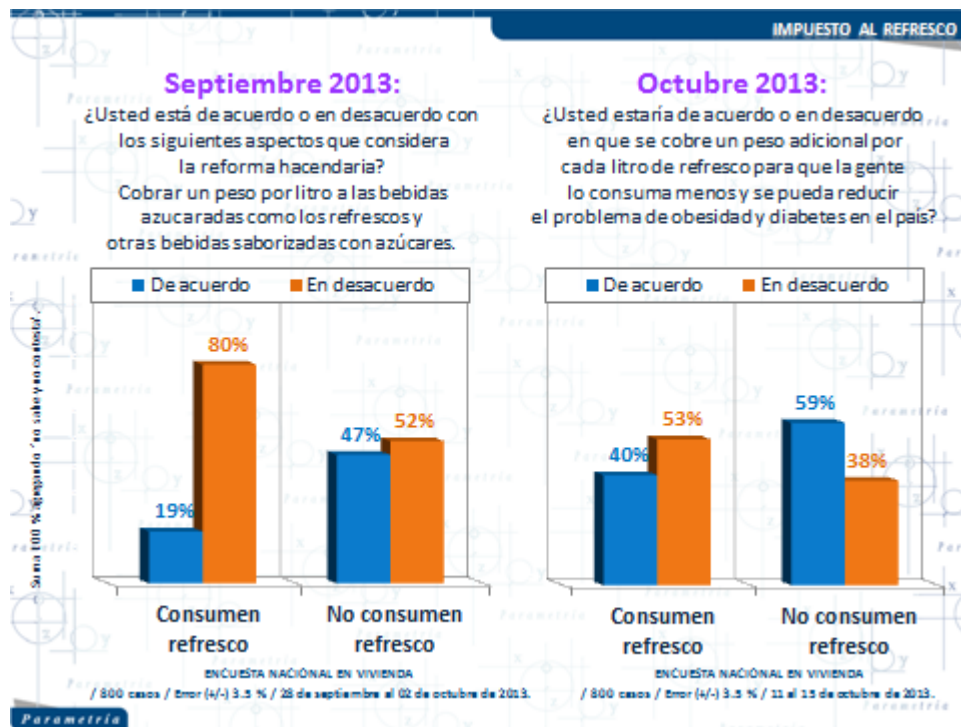


Otro ejemplo del impacto que tiene el encuadre de la pregunta sobre el encuestado resulta de analizar las respuestas de los entrevistados conforme al nivel de consumo de refresco.

En el ejercicio de septiembre de 2013, de aquellos que dijeron consumir refresco apenas un 19 % se manifestó de acuerdo con que aumentara un peso el precio de estas bebidas, no obstante, de los que mencionaron no consumir estas bebidas un 47 % estuvo de acuerdo con el incremento.

El cambio más significativo proviene una vez más de incluir en la pregunta el reducir el problema de obesidad y diabetes debido a la disminución del consumo, en este sentido, 40% de aquellos que dijeron consumir refresco estuvieron de acuerdo con el aumento de un peso por litro de refresco, 21% más de lo registrado en la medición que preguntó sobre los puntos de la reforma hacendaria, el nivel de desacuerdo con el aumento del precio entre aquellos que consumen también baja considerablemente de 80% a 53%.

Cabe señalar que seis de cada diez personas que no consumen refresco, están de acuerdo con aumentar el precio de estas bebidas para reducir los problemas de obesidad y diabetes que aquejan a los mexicanos.

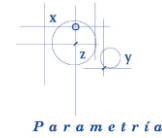


Debemos prestar atención a la lectura de los ejercicios que están bordando el tema de los impuestos a ciertos productos y servicios, la aceptación o rechazo de los mismos tiene que ver con el encuadre en que se presente el tema y con los beneficios que pueda percibir o no el entrevistado.

Fuentes:

GOBIERNO DE LA REPÚBLICA. Reforma hacendaria [Citado el 17 de octubre 2013] disponible en: <http://reformahacendaria.gob.mx/>

PARAMETRÍA. Encuesta Nacional en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 800 cuestionarios hechos a personas de 18 años en adelante, con credencial para votar que residan en el lugar de interés al momento de la entrevista. Fecha de levantamiento: Del 28 de septiembre al 02 de octubre de 2013. Nivel de confianza estadística: 95 %. Margen de error: (+/-) 3.5 % Diseño, muestreo, operativo de campo y análisis: Parametría SA de CV. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el IFE.



EUROMONITOR INTERNACIONAL. Coca-Cola Diversity Amidst a Shifting Landscape. Citado el 17 de octubre 2013] disponible en:

<http://euromonitor.typepad.com/.a/6a01310f54565d970c0192aa34a3b9970d-pi>

PARAMETRÍA. Encuesta Nacional en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 400 cuestionarios hechos a personas de 18 años en adelante, con credencial para votar que residan en el lugar de interés al momento de la entrevista. Fecha de levantamiento: Del 12 al 16 de Febrero de 2011. Nivel de confianza estadística: 95 %. Margen de error: (+/-) 4.9 % Diseño, muestreo, operativo de campo y análisis: Parametría SA de CV. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el IFE.

CNN MÉXICO. “La historia de cómo kilo a kilo México se volvió líder en obesidad” 12 de julio de 2013 Citado el 17 de octubre 2013] disponible en:

<http://mexico.cnn.com/salud/2013/07/12/la-historia-de-como-kilo-tras-kilo-mexico-se-volvio-lider-en-obesidad>

PARAMETRÍA. Encuesta Nacional en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 800 cuestionarios hechos a personas de 18 años en adelante, con credencial para votar que residan en el lugar de interés al momento de la entrevista. Fecha de levantamiento: Del 11 al 15 de octubre de 2013. Nivel de confianza estadística: 95 %. Margen de error: (+/-) 3.5 % Diseño, muestreo, operativo de campo y análisis: Parametría SA de CV. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el IFE

Artículo publicado en 24 Horas el 23 de octubre de 2013