



OPINIÓN

CARLOS MOTA — EL PÚLPITO DE LOS MÉRITOS



A MORIR A FAVOR DE COCA-COLA Y BIMBO

MIENTRAS ESCRIBO ESTAS LÍNEAS, el secretario de Hacienda, Luis Videgaray, sostiene reuniones con legisladores de todas las bancadas para la discusión en lo particular de la Reforma Hacendaria, que había sido aprobada en lo general en el Senado de la República, y que podría incluir una que otra modificación aquí o allá.

Para cuando este edición circule, si los legisladores cumplieron sus obligaciones, tendremos una ley de ingresos que muy probablemente incluirá un impuesto de un peso por litro a las bebidas azucaradas y de 8% a la llamada “comida chatarra” (elevada en grasas trans y saturadas).

Para ser sincero, al mismo tiempo que escribo estas líneas, doy un mordisco a una Patiseta Clásica Suandy elaborada por Bimbo. No pienso que engordaré, ni que me dará diabetes por comerla. Más bien la disfruto. Mmm.

Horas antes de escribir esta entrega, un diputado del PRD me decía que el problema del gobierno con esta reforma es que había terminado peleándose con todos los sectores productivos importantes del país, a cambio de muy poco, acaso de 1% del PIB.

El diputado tenía un punto. De hecho, la calificadora Fitch ha dicho que con la propuesta de reforma fiscal del gobierno, no había elementos para elevar la nota de México en al menos un año. Moody's había dicho que sí podría subir la calificación de México, pero que la recaudación tributaria tendría que subir al menos 1.5% del PIB.

Lo cierto es que los ingresos del gobierno recibieron un parche importante al elevarse el precio del barril de petróleo hasta los 85

dólares, lo que no garantiza que el nuevo ingreso sea tributario y deja a la calificación de deuda soberana no fundamentada en una propuesta fiscal sumamente sólida, sino más bien al arbitrio de la interpretación de cada casa calificadora. Ya veremos.

Pero el tema icónico de esta discusión —luego de que se eliminó la posibilidad de cobrar IVA a las colegiaturas—, fue la inclusión de nuevos impuestos para las bebidas azucaradas y los alimentos de alto valor calórico. En mi opinión, el debate fue totalmente desordenado, y exhibió tres grandes problemas en la industria de bebidas y alimentos. El primer problema es de significación en los círculos que generan debate. A pesar del trabajo intenso de las agencias de relaciones públicas y de cabildeo, lo cierto es que los legisladores y el gobierno tuvieron materia prima fértil para insertar la idea de que ciertos productos hacen daño a la salud

no de las empresas, pero todo indica que en este país tocó la mala suerte a estas últimas de tener que educar a la gente sobre lo que implica una dieta no balanceada. Ni modo: la buena educación en cuanto a hábitos alimenticios no ocurrió en casa y tendrá que ocurrir por otros medios, en la calle, en la tv.

Ha sido muy desafortunado que los políticos condenasen a una industria que genera tanta inversión y empleos, y que la gente se viera como perro sin dueño, mirando desde abajo el debate porque ignora qué comer y cómo balancear su estilo de vida. El debate fue un espectáculo social dantesco. Unos gritando por aquí; otros culpando a los refresqueros por allá...

El tercer problema es de precio; y en teoría, los mecanismos de mercado habrán de decirnos a lo largo de 2014 qué tan inelástica es la demanda de estos productos, aún con los nuevos impuestos. Algunas notas perio-

“NI MODO: LA BUENA EDUCACIÓN EN CUANTO A HÁBITOS ALIMENTICIOS NO OCURRIÓ EN CASA Y TENDRÁ QUE OCURRIR POR OTROS MEDIOS, EN LA CALLE, EN LA TV”.

y que había que atacarlos. Refresco y galletas significan “malo”, punto.

Las empresas deberían hacer una revisión exhaustiva de sus plataformas de comunicación, incluidas sus agencias de publicidad y quienes fabrican sus spots, para refundar los protocolos de comunicación con la sociedad. Algo claramente no funcionó y los gobernantes tuvieron un caldo de cultivo para gravar discriminatoriamente sus productos.

El segundo problema es de equilibrio de valoración adecuada entre el público consumidor. Éste es un problema del consumidor,

dísticas documentaron en octubre que la gente confesaba que seguiría consumiendo el mismo tipo de bebidas y de comida, aunque los precios subieran.

Pienso que este último punto se podría convertir en una cruzada ciudadana simbólica. Veremos a partir de enero si los consumidores defienden a morir su consumo de bebidas de empresas como Coca-Cola y de alimentos de firmas como Bimbo. Si lo hacen —lo cual yo veo altamente factible—, estaremos ante una inédita lucha en defensa de las libertades individuales. Ojalá. F