

# PREÇOS E IMPOSTOS SOBRE BEBIDAS AÇUCARADAS: RESPOSTA ÀS AFIRMAÇÕES DA INDÚSTRIA

**Afirmação da indústria:** *Impostos sobre bebidas açucaradas não resolvem os problemas de obesidade e diabetes.*

## QUAL É A VERDADE:

- ✓ As epidemias de obesidade e diabetes são complexas.<sup>1</sup> É consenso que as duas maiores causas da obesidade (e de doenças relacionadas, como a diabetes) são o consumo de bebidas açucaradas e de açúcar em excesso no geral.<sup>2 3 4</sup> Reduzir o consumo de bebidas açucaradas não resolve o problema por si só, mas tem uma grande importância para isso.
- ✓ As bebidas açucaradas contribuem enormemente para a obesidade e a diabetes e seu consumo deve ser reduzido através de várias iniciativas, incluindo impostos.<sup>2 5</sup>
- ✓ A Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou que o consumo de bebidas açucaradas é uma das principais causas de obesidade, diabetes e cáries, e que os impostos sobre bebidas açucaradas são a melhor estratégia para desencorajar o consumo.<sup>6</sup>
- ✓ Os impostos são uma das maneiras mais eficazes de reduzir o consumo de bebidas açucaradas<sup>7 8 9</sup> porque atingem toda a população e podem ser implementados facilmente, produzindo mais recursos do que gastam.
- ✓ A renda proveniente desses impostos pode ser direcionada ao financiamento de outros programas de saúde pública para reduzir a obesidade e a diabetes.
- ✓ Uma abordagem abrangente é de fato necessária para o combate à obesidade, incluindo impostos sobre bebidas açucaradas, restrições de publicidade, rótulos claros na frente da embalagem e outras medidas, mas isso não é motivo para esperar para implementar uma das intervenções mais eficazes e de fácil realização, já que sabemos que ela trará melhorias para a saúde e salvará vidas.

---

**Afirmação da indústria:** *Impostos sobre bebidas açucaradas não diminuem o consumo desse tipo de bebida. Existem apenas evidências pouco convincentes de que o imposto diminui o consumo.*

## QUAL É A VERDADE:

- ✓ Já foi provado que impostos sobre bebidas açucaradas reduzem a compra e o consumo proporcionalmente ao valor da taxação.<sup>10 11 12</sup>
- ✓ O imposto do México (de aproximadamente 10%) está funcionando conforme o previsto, já que a compra de bebidas açucaradas caiu 6% no primeiro ano da taxação.<sup>12</sup> Além disso, o impacto aumentou durante o primeiro ano da taxação.
- ✓ Modelos e teorias econômicas mostram que impostos maiores diminuiriam o consumo de bebidas açucaradas ainda mais.<sup>12 13</sup>

✓ Empresas fabricantes de bebidas gastaram grandes quantidades de dinheiro para se opôr aos impostos sobre bebidas açucaradas, o que sugere fortemente que elas acreditam que as taxações reduzem o consumo.<sup>14 15</sup> Entre 2009 e 2014, por exemplo, essas empresas gastaram pelo menos 106 milhões de dólares para afastar a opinião pública e política de iniciativas para frear o consumo de bebidas açucaradas.<sup>16</sup>

---

**Afirmação da indústria:** *O consumo de sucos e bebidas gaseificadas já estava caindo em muitos países de renda alta e em alguns países de renda média e baixa, mas as taxas de obesidade não diminuíram.*

#### QUAL É A VERDADE:

✓ Embora globalmente a venda de sucos e bebidas gaseificadas esteja abaixo de seu pico, a venda de outras bebidas açucaradas - como energéticos, água vitaminada e cafés e chás adoçados - está aumentando.<sup>17</sup> Substituir uma bebida açucarada por outra não traz melhorias para a saúde.

✓ Essa queda recente só começou depois de duas décadas de aumentos massivos no consumo de bebidas açucaradas. Pessoas de todo o mundo ainda estão ingerindo muito açúcar em forma de bebida. Diminuir e manter uma taxa menor de consumo de bebidas açucaradas evita o ganho de peso e ajuda a perder peso.<sup>18 19 20</sup>

✓ Diminuir a obesidade leva tempo. As taxas atuais de obesidade são um resultado de décadas de dietas inadequadas e aumento no consumo de bebidas açucaradas; por isso, diminuir e reverter essa tendência também levará tempo e requer medidas abrangentes e eficazes, incluindo restringir o marketing de alimentos não saudáveis e conscientizar os consumidores sobre os riscos que esses alimentos trazem para a saúde através do rótulo e de campanhas educativas.

---

**Afirmação da indústria:** *Todas as calorias são iguais. Calorias são calorias; é injusto focar em bebidas açucaradas.*

#### QUAL É A VERDADE:

✓ A maior parte das bebidas açucaradas não tem valor nutricional. As calorias "vazias" das bebidas açucaradas não podem ser comparadas às calorias nutritivas de outros alimentos. Por exemplo, a fibra de uma maçã faz com que a pessoa que a ingere se sinta mais satisfeita e com menos fome do que alguém que toma um refrigerante comum.<sup>21</sup>

✓ Independente das calorias "vazias" das bebidas açucaradas, os açúcares contidos nelas alteram o metabolismo do corpo, afetam os níveis de insulina e colesterol e podem causar inflamações e pressão alta.<sup>1 22 23 24</sup> Essas alterações no corpo aumentam o risco de diabetes, doenças cardiovasculares, problemas dentários e doenças do fígado.<sup>2 3 22 25</sup>

✓ As grandes quantidades de açúcar líquido presente em bebidas são especialmente prejudiciais ao fígado, por conta de sua rápida absorção, além de estarem associadas com todas as formas de doença cardíaca.<sup>22 26 27 28 29</sup>

**Afirmação da indústria:** *As bebidas açucaradas não são o único problema. Elas são responsáveis por apenas uma porção das calorias da dieta de uma pessoa. A obesidade é causada por muitos fatores.*

#### QUAL É A VERDADE:

- ✓ Em muitos países, as bebidas açucaradas são a fonte de quase metade das calorias provenientes de açúcares adicionados na dieta média de uma pessoa.<sup>2 3 22 25 30 31 32 33</sup>
  - ✓ A OMS recomenda reduções drásticas no consumo de bebidas açucaradas e destaca que elas são o principal tipo de alimento que deve ter o consumo reduzido para diminuir os riscos de diabetes, obesidade e muitas outras doenças, inclusive problemas dentários.<sup>2 33</sup>
- 

**Afirmação da indústria:** *A culpa não é das bebidas açucaradas. Os verdadeiros culpados são a falta de atividade física e dietas inadequadas. O controle de peso depende do equilíbrio de calorias ingeridas e gastas.*

#### QUAL É A VERDADE:

- ✓ Evidências científicas mostram que reduzir a ingestão de calorias é mais efetivo para limitar o ganho ou perder peso do que fazer exercícios físicos.<sup>34 35</sup>
  - ✓ Um adulto precisaria, em média, correr pelo menos dois quilômetros/por 20 minutos para compensar o consumo de uma lata de 355 mL de refrigerante regular (que tipicamente contém 150 kcal ou 630 kJ). Correr dois quilômetros por lata de refrigerante ingerida é inviável para a maioria das pessoas.
  - ✓ Estudos mostram que o corpo humano não responde da mesma forma a calorias ingeridas de forma líquida do que de forma sólida. Em consequência disso, calorias líquidas podem resultar rapidamente em um consumo excessivo de calorias e aumento de peso.<sup>36 37 38</sup>
  - ✓ É consenso científico que o consumo de açúcar em excesso é prejudicial a saúde, pois causa impactos no fígado, coração e dentes e pode estimular a diabetes.<sup>1 2 3 4 33</sup> Exercícios físicos por si só não são suficientes para combater os efeitos negativos causados pelo consumo excessivo de bebidas açucaradas.
  - ✓ A indústria de bebidas gastou muito dinheiro tentando convencer o público de que atividades físicas são a única maneira de perder ou manter o peso para tirar a atenção de abordagens mais efetivas.
- 

**Afirmação da indústria:** *As pessoas são responsáveis pelas próprias escolhas. Por que todo mundo teria que arcar com as consequências do consumo excessivo de bebidas açucaradas feito por pessoas que tomaram decisões ruins?*

#### QUAL É A VERDADE:

- ✓ A indústria de bebidas gasta bilhões de dólares no mundo todo com propagandas destinadas a influenciar as pessoas a comprarem seus produtos, e depois volta atrás e culpa-as por não terem auto-controle. Abordagens agressivas de marketing prejudicam a capacidade de tomar decisões de cada indivíduo, promovem um ambiente em que opções não saudáveis estão mais

disponíveis do que opções saudáveis e torna difícil para as pessoas tomarem decisões conscientes e embasadas.<sup>39</sup>

✓ Todos pagam com custos médicos associados com a obesidade, diabetes e outras doenças cardiometabólicas e dentárias. Isso vale tanto para sistemas de saúde públicos, pagos através de impostos, quanto privados, nos quais as taxas de convênio médico e dentário sobem conforme a população se torna menos saudável.<sup>40 41 42</sup>

---

**Afirmação da indústria:** *Ao implementar um imposto sobre bebidas açucaradas, o governo está interferindo na vida das pessoas. O governo interfere na liberdade de escolha da população ao taxar bebidas açucaradas. As medidas tomadas pelo governo deveriam se limitar a conscientizar a população a não consumir muito açúcar vindo de qualquer tipo de comida ou bebida.*

#### QUAL É A VERDADE:

✓ Os consumidores ainda terão liberdade de escolha para comprar e consumir bebidas açucaradas.

✓ O governo deve se preocupar com a piora na saúde de seus cidadãos e tomar medidas preventivas. Isso é uma questão de saúde pública - e não privada.<sup>43</sup>

✓ Em muitos países, os cidadãos têm o direito à saúde garantido pela constituição, e nesses países o governo tem o dever de adotar medidas para proteger a saúde de sua população.

✓ O consumo excessivo de bebidas açucaradas leva a problemas de saúde sérios e de longo prazo que causam enormes gastos com saúde para indivíduos, famílias e para o país.<sup>44 45 46 47 48</sup> Esses custos não estão refletidos no preço de venda desses produtos.

✓ O governo deve tomar medidas para incentivar comportamentos benéficos e desencorajar comportamentos que causam danos. Por exemplo, proibir o fumo em determinadas áreas, exigir o uso do cinto de segurança e regulamentar a publicidade de alimentos não saudáveis para crianças (um exemplo disso aconteceu no Chile).

✓ Fabricantes de bebidas açucaradas gastam milhões/bilhões em marketing de produtos não saudáveis, muitas vezes direcionado para crianças. O imposto sobre bebidas açucaradas ajuda a combater o impacto desse marketing nas crianças.

---

**Afirmação da indústria:** *Impostos sobre bebidas açucaradas prejudicam os pobres. O imposto é regressivo e trará impactos negativos desproporcionais para a população de baixa renda, que tem menos capacidade de arcar com os custos.*

#### QUAL É A VERDADE:

✓ São as bebidas açucaradas que prejudicam desproporcionalmente os pobres. Em muitos países, famílias com baixa renda consomem mais bebidas açucaradas e portanto sofrem mais com a obesidade, diabetes e outras doenças relacionadas com dietas inadequadas.<sup>49 50 51 52</sup> Os custos dessas doenças (em termos de tratamentos, perda de produtividade, perda de qualidade de vida, membros da família tendo que se dedicar a cuidar do doente) também são um fardo maior para famílias com renda baixa do que para famílias com renda alta.<sup>40 44</sup>

✓ Como consumidores com rendas menores são mais responsivos a aumentos em preços, eles reduzirão o consumo de bebidas açucaradas mais do que consumidores com rendas mais altas. Assim, eles terão mais benefícios em termos de saúde e custos com tratamentos médicos.

✓ Como a população de renda baixa é mais responsiva ao aumento em preços, a compra de bebidas açucaradas diminuirá mais e, portanto, a proporção de renda anual gasta com o imposto se assemelhará à da população com renda mais alta.<sup>12 53</sup> As pessoas que pararem de comprar bebidas açucaradas vão economizar dinheiro e poderão gastá-lo com produtos mais saudáveis.<sup>12</sup>

✓ A renda proveniente dos impostos pode ser usada em programas de prevenção e tratamento de problemas de saúde em comunidades de baixa renda, promovendo, assim, um benefício adicional.<sup>49 54 55</sup>

---

**Afirmação da indústria:** *O imposto traz prejuízos para a economia. Empregos serão eliminados - em vendas, fabricação de bebidas e na indústria do açúcar - o que prejudica famílias trabalhadoras. Consequentemente, o imposto terá um impacto negativo em toda a economia.*

#### QUAL É A VERDADE:

✓ As pessoas que pararem de comprar bebidas açucaradas vão gastar seu dinheiro em produtos mais saudáveis, bem como em outras coisas.<sup>12</sup> No México, as vendas de água aumentaram significativamente depois que o imposto foi implementado.<sup>12</sup> Não há evidências que a troca de bebidas açucaradas por outros produtos reduziu os empregos em jurisdições que adotaram a taxação. Estudos nos Estados Unidos não identificaram perda de empregos na fabricação de bebidas nem no comércio de alimentos.<sup>56</sup> Em Berkeley, na Califórnia, os lucros das lojas de alimentos não caíram devido ao imposto sobre bebidas açucaradas.<sup>57</sup>

✓ No México, uma análise detalhada do impacto dos impostos sobre bebidas açucaradas e alimentos não essenciais mostra que não houve diminuição no número total de empregos no setor de manufatura após a introdução dos impostos sobre bebidas açucaradas e alimentos não essenciais; os empregos em lojas que vendem alimentos e bebidas não diminuíram depois que as taxações foram adotadas; e as taxas de desemprego do país também não aumentaram.<sup>58</sup>

✓ O açúcar é um produto comercializado globalmente, portanto é pouco provável que um imposto regional sobre bebidas açucaradas afete a demanda mundial por açúcar.

---

**Afirmação da indústria:** *O imposto não será repassado aos consumidores. Os fabricantes vão absorver o custo do imposto em vez de passá-lo para os consumidores, o que resulta em um aumento geral de preços ou redução no consumo.*

#### QUAL É A VERDADE:

✓ Pesquisas revisadas por pares mostram que a maior parte dos fabricantes não absorveu o custo do imposto e que geralmente ele é repassado aos consumidores.

✓ No México, por exemplo, a maior parte dos fabricantes repassou completamente o custo do imposto para os consumidores (ou seja, o aumento no preço corresponde à taxação).<sup>59</sup>

✓ Na França, o imposto foi totalmente repassado aos consumidores na maior parte dos tipos de bebidas açucaradas, como refrigerantes. A receita dos fabricantes de bebidas chegou a subir mesmo com a diminuição no consumo.<sup>60</sup>

- ✓ O grau em que o imposto será repassado aos consumidores depende de vários fatores, incluindo a fatia de mercado das bebidas produzidas (ou seja, quão competitivo é o mercado) e o valor do imposto. Isso também vale para produtos como tabaco, álcool e bebidas.<sup>61 62 63 64</sup>
- ✓ Na maior parte dos lugares, apenas algumas empresas (oligopólios) dominam a indústria de bebidas, portanto espera-se que o imposto seja repassado aos consumidores.<sup>64 65 66</sup>
- ✓ Se os fabricantes decidirem absorver parte do imposto, uma taxa maior ajudará a garantir que eles não poderão prejudicar o impacto que o imposto traria para a saúde ao absorver o aumento no preço.

---

**Afirmção da indústria:** *Impostos sobre bebidas açucaradas resultarão em contrabando e comércio ilegal. O imposto vai encorajar as pessoas a atravessar a fronteira para comprar bebidas açucaradas mais baratas em outros países.*

### QUAL É A VERDADE:

- ✓ Devido ao peso e espaço que ocupam, é muito caro e difícil contrabandear bebidas. Os impostos atuais não são altos o suficiente para tornar o contrabando economicamente viável.
- ✓ Não há evidências de compras significativas de bebidas sendo feitas em outros países ou de contrabando.

---

### Referências

1. Anand SS, Hawkes C, de Souza RJ, et al. Food Consumption and its Impact on Cardiovascular Disease: Importance of Solutions Focused on the Globalized Food System A Report From the Workshop Convened by the World Heart Federation. *Journal of the American College of Cardiology* 2015; 66(14): 1590-614.
2. World Health Organization. Guideline: Sugar intake for adults and children. In: WHO Department of Nutrition for Health and Development (NHD), editor. Geneva: WHO; 2015. p. 50.
3. World Cancer Research Fund International. *Curbing global sugar consumption: Effective food policy actions to help promote healthy diets and tackle obesity* 2015. <http://www.wcrf.org/int/policy/our-policy-work/curbing-global-sugar-consumption> (accessed).
4. Johnson RK, Appel LJ, Brands M, et al. Dietary sugars intake and cardiovascular health: a scientific statement from the American Heart Association. *Circulation* 2009; 120(11): 1011-20.
5. Brownell KD, Farley T, Willett WC, et al. The Public Health and Economic Benefits of Taxing Sugar-Sweetened Beverages. *New England Journal of Medicine* 2009; 361(16): 1599-605.
6. World Health Organization. *Fiscal policies for diet and the prevention of noncommunicable diseases*. Geneva: WHO, 2016.
7. Escobar MAC, Veerman JL, Tollman SM, Bertram MY, Hofman KJ. Evidence that a tax on sugar sweetened beverages reduces the obesity rate: a meta-analysis. *BMC public health* 2013; 13(1): 1.
8. Long MW, Gortmaker SL, Ward ZJ, et al. Cost Effectiveness of a Sugar-Sweetened Beverage Excise Tax in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*; 49(1): 112-23.
9. Gortmaker SL, Long MW, Resch SC, et al. Cost Effectiveness of Childhood Obesity Interventions. *American Journal of Preventive Medicine*; 49(1): 102-11.
10. Andreyeva T, Long MW, Brownell KD. The impact of food prices on consumption: A systematic review of research on the price elasticity of demand for food. *Am J Public Health* 2009; 100(2): 216-22.
11. Colchero MA, Salgado JC, Unar-Munguía M, Hernández-Ávila M, Rivera-Dommarco JA. Price elasticity of the demand for sugar sweetened beverages and soft drinks in Mexico. *Economics & Human Biology* 2015; 19: 129-37.
12. Colchero MA, Popkin BM, Rivera JA, Ng SW. Beverage purchases from stores in Mexico under the excise tax on sugar sweetened beverages: observational study. *BMJ* 2016; 352.
13. Finkelstein EA, Zhen C, Nonnemaker J, Todd JE. Impact of targeted beverage taxes on higher-and lower-income households. *Archives of Internal Medicine* 2010; 170(22): 2028-34.
14. Interest CfSitP. Soda Industry Ups Political Spending to Fight Proposed Sugary Drink Taxes. 2011. <http://www.kickthecan.info/sites/default/files/documents/Soda%20Industry%20Political%20Spending%20Fact%20Sheet.pdf> (accessed July 27 2016).
15. Politics CfR. Annual Lobbying by American Beverage Assn. 2016. <http://www.opensecrets.org/lobby/clientsum.php?id=D000000491&year=2015> (accessed July 27 2016).
16. Center for Science in the Public Interest. *Big Soda vs Public Health: How the industry opens its checkbook to defeat health measures*: Center for Science in the Public Interest, 2015.
17. Stern D, Piernas C, Barquera S, Rivera JA, Popkin BM. Caloric Beverages Were Major Sources of Energy among Children and Adults in Mexico, 1999–2012. *The Journal of Nutrition* 2014; 144(6): 949-56.



18. de Ruyter JC, Olthof MR, Seidell JC, Katan MB. A Trial of Sugar-free or Sugar-Sweetened Beverages and Body Weight in Children. *New England Journal of Medicine* 2012; 367(15): 1397-406.
19. Ebbeling CB, Feldman HA, Chomitz VR, et al. A Randomized Trial of Sugar-Sweetened Beverages and Adolescent Body Weight. *New England Journal of Medicine* 2012; 367(15): 1407-16.
20. Raben A, Vasilaras TH, Moller AC, Astrup A. Sucrose compared with artificial sweeteners: different effects on ad libitum food intake and body weight after 10 wk of supplementation in overweight subjects. *Am J Clin Nutr* 2002; 76(4): 721-9.
21. Mourao D, Bressan J, Campbell W, Mattes R. Effects of food form on appetite and energy intake in lean and obese young adults. *Int J Obes (Lond)* 2007; 31(11): 1688-95.
22. Malik VS, Hu FB. Fructose and Cardiometabolic Health: What the Evidence From Sugar-Sweetened Beverages Tells Us. *Journal of the American College of Cardiology* 2015; 66(14): 1615-24.
23. Malik VS, Popkin BM, Bray GA, Despres JP, Willett WC, Hu FB. Sugar-sweetened beverages and risk of metabolic syndrome and type 2 diabetes: a meta-analysis. *Diabetes Care* 2010; 33(11): 2477-83.
24. Malik VS, Popkin BM, Bray GA, Despres JP, Hu FB. Sugar-sweetened beverages, obesity, type 2 diabetes mellitus, and cardiovascular disease risk. *Circulation* 2010; 121(11): 1356-64.
25. Te Morenga LA, Howatson AJ, Jones RM, Mann J. Dietary sugars and cardiometabolic risk: systematic review and meta-analyses of randomized controlled trials of the effects on blood pressure and lipids. *The American Journal of Clinical Nutrition* 2014; 100(1): 65-79.
26. Sharma N, Okere IC, Duda MK, et al. High fructose diet increases mortality in hypertensive rats compared to a complex carbohydrate or high fat diet. *American journal of hypertension* 2007; 20(4): 403-9.
27. Johnson RJ, Segal MS, Sautin Y, et al. Potential role of sugar (fructose) in the epidemic of hypertension, obesity and the metabolic syndrome, diabetes, kidney disease, and cardiovascular disease. *Am J Clin Nutr* 2007; 86(4): 899-906.
28. Bray GA, Popkin BM. Calorie-sweetened beverages and fructose: what have we learned 10 years later. *Pediatric Obesity* 2013; 8(4): 242-8.
29. Stanhope KL. Role of fructose-containing sugars in the epidemics of obesity and metabolic syndrome. *Annual review of medicine* 2012; 63: 329-43.
30. Te Morenga L, Mallard S, Mann J. Dietary sugars and body weight: systematic review and meta-analyses of randomised controlled trials and cohort studies. *British Medical Journal* 2013; 346: e7492
31. Malik VS, Pan A, Willett WC, Hu FB. Sugar-sweetened beverages and weight gain in children and adults: a systematic review and meta-analysis. *Am J Clin Nutr* 2013; 98(4): 1084-102.
32. de Koning L, Malik VS, Kellogg MD, Rimm EB, Willett WC, Hu FB. Sweetened Beverage Consumption, Incident Coronary Heart Disease and Biomarkers of Risk in Men. *Circulation* 2012; 125(11): 1735-41.
33. WHO Commission on Ending Childhood Obesity. Report of the WHO Commission on Ending Childhood Obesity. In: Organization WH, editor. Geneva Switzerland: World Health Organization; 2016. p. 51.
34. Schwingshackl L, Dias S, Hoffmann G. Impact of long-term lifestyle programmes on weight loss and cardiovascular risk factors in overweight/obese participants: a systematic review and network meta-analysis. *Systematic Reviews* 2014; 3: 130-.
35. Rabkin SW, Campbell H. Comparison of reducing epicardial fat by exercise, diet or bariatric surgery weight loss strategies: a systematic review and meta-analysis. *Obesity Reviews* 2015; 16(5): 406-15.
36. Mourao DM, Bressan J, Campbell WW, Mattes RD. Effects of Food form on Appetite and Energy Intake in Lean and Obese Young Adults. *International Journal of Obesity (London)* 2007; 31(11): 1688-95.
37. DiMeglio DP, Mattes RD. Liquid versus solid carbohydrate: effects on food intake and body weight. *Int J Obes Relat Metab Disord* 2000; 24(6): 794-800.
38. DellaValle DM, Roe LS, Rolls BJ. Does the consumption of caloric and non-caloric beverages with a meal affect energy intake? *Appetite* 2005; 44(2): 187-93.
39. Barnhill A, King KF. Ethical agreement and disagreement about obesity prevention policy in the United States. *International journal of health policy and management* 2013; 1(2): 117.
40. McKinsey & Company. The obesity crisis. McKinsey Global Insights, 2015.
41. Yach D, Stuckler D, Brownell KD. Epidemiologic and economic consequences of the global epidemics of obesity and diabetes. *Nat Med* 2006; 12(1): 62-6.
42. Organization WH. Preventing chronic diseases: a vital investment: WHO global report. 2005.
43. Brownell KD, Warner KE. The perils of ignoring history: Big Tobacco played dirty and millions died. How similar is Big Food? *Milbank Q* 2009; 87(1): 259-94.
44. Seuring T, Archangelidi O, Suhrcke M. The Economic Costs of Type 2 Diabetes: A Global Systematic Review. *PharmacoEconomics* 2015; 33(8): 811-31.
45. Long MW, Gortmaker SL, Ward ZJ, et al. Cost Effectiveness of a Sugar-Sweetened Beverage Excise Tax in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine* 2015; 49(1): 112-23.
46. Finkelstein EA, Brown DS, Popkin BM. Lifetime medical costs associated with obesity and smoking. Chapel Hill; 2007.
47. Finkelstein E, Fiebelkorn C, Wang G. The costs of obesity among full-time employees. *Am J Health Promot* 2005; 20(1): 45-51.
48. Sánchez-Romero LM, Penko J, Coxson PG, et al. Projected Impact of Mexico's Sugar-Sweetened Beverage Tax Policy on Diabetes and Cardiovascular Disease: A Modeling Study. *PLoS Med* 2016; 13(11): e1002158.
49. Brownell KD, Farley T, Willett WC, et al. The Public Health and Economic Benefits of Taxing Sugar-Sweetened Beverages. *New England Journal of Medicine* 2009; 361(16): 1599-605.
50. Han E, Powell LM. Consumption patterns of sugar-sweetened beverages in the United States. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics* 2013; 113(1): 43-53.
51. Grimes CA. Dietary salt intake, sugar-sweetened beverage consumption, and obesity risk. *Pediatrics (Evanston)*; 131(1): 14-21.
52. Mullie P, Aerenhouts D, Clarys P. Demographic, socioeconomic and nutritional determinants of daily versus non-daily sugar-sweetened and artificially sweetened beverage consumption. *European journal of clinical nutrition* 2012; 66(2): 150-5.
53. Backholer K, Sarink D, Beauchamp A, et al. The impact of a tax on sugar-sweetened beverages according to socio-economic position: a systematic review of the evidence. *Public Health Nutrition* 2016; FirstView: 1-15.
54. Andreyeva T, Chaloupka FJ, Brownell KD. Estimating the potential of taxes on sugar-sweetened beverages to reduce consumption and generate revenue. *Preventive medicine* 2011; 52(6): 413-6.
55. Go A, Mozaffarian D, Roger V. Sugar-sweetened beverages initiatives can help fight childhood obesity. *circulation* 2013; 127: e6-e245.
56. Powell LM, Wada R, Persky JJ, Chaloupka FJ. Employment impact of sugar-sweetened beverage taxes. *American journal of public health* 2014; 104(4): 672-7.

57. Silver L, Ng, Shu Wen, Ryan-Ibarra, Suzanne, Taillie, Lindsey Smith, Induni, Marta, Miles, Donna, Poti, Jennifer M., Popkin, Barry M. . First year evaluation of the Berkeley Sugar Sweetened Beverage Tax: Did it affect prices, sales revenue or consumption? Chapel Hill and Berkeley: UNC-CH; 2016.
58. Guerrero-López CM MM, Juan A. Rivera, Colchero MA.,. Employment changes associated with the implementation of the sugar-sweetened beverage and the nonessential energy dense food taxes in Mexico. In: Mexico NioPHo, editor. Cuernavaca; 2016.
59. Colchero MA, Salgado JC, Unar-Munguía M, Molina M, Ng S, Rivera-Dommarco JA. Changes in Prices After an Excise Tax to Sweetened Sugar Beverages Was Implemented in Mexico: Evidence from Urban Areas. PLoS ONE 2015; 10(12): e0144408.
60. Berardi N, Sevestre P, Tepaut M, Vigneron A. The Impact of a 'Soda Tax' on Prices: Evidence from French Micro Data In: France Bd, editor. Working Paper No 415; 2013.
61. Bergman UM, Hansen NL. Are excise taxes on beverages fully passed through to prices? The Danish evidence: mimeo, 2010.
62. Bonnet C, Réquillart V. Tax incidence with strategic firms in the soft drink market. Journal of Public Economics 2013; 106: 77-88.
63. Harding M, Leibtag E, Lovenheim MF. The heterogeneous geographic and socioeconomic incidence of cigarette taxes: Evidence from Nielsen Homescan Data. American Economic Journal: Economic Policy 2012; 4(4): 169-98.
64. Weyl EG, Fabinger M. Pass-Through as an Economic Tool: Principles of Incidence under Imperfect Competition. Journal of Political Economy 2013; 121(3): 528-83.
65. Konrad K, Morath F, Muller W. Taxation and market power. Canadian Journal of Economics 2014; 47, No1.
66. Anderson SP, De Palma A, Kreider B. Tax incidence in differentiated product oligopoly. Journal of Public Economics 2001; 81(2): 173-92.