

## **TESIS AISLADA XIX/2008.**

**NEUTRALIDAD EN LA TRIBUTACIÓN. SU ALCANCE.** La doctrina solía considerar que la neutralidad de los tributos significa que éstos deberían dejar inalteradas todas las condiciones del mercado, o bien, que no deberían provocar distorsiones de la oferta, de la demanda y de los precios. Sin embargo, la evidencia empírica demuestra que cualquier gravamen produce algún efecto en la economía del mercado –de ahí su utilización para conseguir recursos suficientes para el sostenimiento de los gastos públicos, pero también para la consecución de otros propósitos, como la redistribución de ingresos, la estabilización o el desarrollo—. Consecuentemente, dicho postulado debe ser acotado, reconociendo que los tributos pueden provocar distorsiones en los mecanismos del mercado, pero sin provocar en éste otras modificaciones que las intencionales en relación con los fines de la política fiscal para los cuales se ha establecido.

**Amparo en revisión 224/2007.** Pepsi-Cola Mexicana, S. de R.L. de C.V. y otra. 5 de septiembre de 2007. Cinco votos. Ponente: José Ramón Cossío Díaz. Secretarios: Juan Carlos Roa Jacobo, Pedro Arroyo Soto, Francisco Octavio Escudero Contreras, Rogelio Alberto Montoya Rodríguez y Paola Yaber Coronado.

**LICENCIADO HERIBERTO PÉREZ REYES, SECRETARIO DE ACUERDOS DE LA PRIMERA SALA DE LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN, CERTIFICA:** Que el rubro y texto de la anterior tesis aislada fueron aprobados por la Primera Sala de este Alto Tribunal, en sesión de treinta de enero de dos mil ocho. México, Distrito Federal, treinta y uno de enero de dos mil ocho. Doy fe.

**HAGH/rfr.**