

Fecha
21.10.2025Sección
EmpresasPágina
18

IMPUESTO EN DEBATE

Alza al IEPS enfrenta a las refresqueras y ONG's por daño en salud y economía

Especialistas critican que no bajará el consumo y comerciantes temen pérdidas

Persisten tensiones entre organizaciones civiles, tienditas y embotelladoras

JUAN CARLOS CRUZ
jcruzv@elfinanciero.com.mx

La aprobación de los diputados al aumento del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) de 1.64 a 3.08 pesos por litro a las bebidas azucaradas y de cero a 1.5 pesos a los refrescos "light" o "cero azúcar", enfrentó a las embotelladoras con los organismos que promueven la salud y que quedaron insatisfechos ante las reformas que deberán ser ratificadas por el Senado.

El Poder del Consumidor acusó a la Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes (ANPEC) de 'hacerle el trabajo sucio' a Coca-Cola FEMSA, el principal embotellador de la marca en México, tras la reforma a la Ley del IEPS que aplicará para el 2026.

Lo anterior fue negado por la ANPEC, que hace unas semanas pidió a las tiendas de abarrotes cerrar sus negocios por cinco minutos como protesta en contra del IEPS. En el cierre participaron más de 80 mil negocios el 3 de octubre pasado a las 12 del día.

"No hay ninguna alianza con FEMSA, nosotros dirigimos una carta a MexBeb (Asociación Mexicana de Bebidas) y les dijimos que por la rapidez de los sucesos, tendría a bien ayudarnos a repartir este volante. Algunas compañías nos ayudaron, otras no", aseguró el presidente de

la ANPEC, Cuauhtémoc Rivera en entrevista con El Financiero.

Alejandro Calvillo, director de El Poder del Consumidor, una organización civil que protege los derechos de los compradores, advirtió que la principal amenaza de las tienditas son los OXXOS, propiedad de FEMSA, no los impuestos.

"La reducción o desaparición de las tienditas va ligada por el aumento de establecimientos como OXXO, que son la principal amenaza, entre otros factores. Llega un OXXO y se pone en la misma cuadra que una tienda de abarrotes, le afecta mucho a sus ventas a esta última", aseguró Calvillo.

La ANPEC recordó que la aprobación del aumento del IEPS afectará el 15 por ciento de las ventas de los afiliados, poniendo en riesgo a 60 mil negocios de recién apertura que no encuentran aún su punto de equilibrio, además de que se perderán alrededor de 120 mil autoempleos.

Al final, la Cámara de Diputados aprobó la iniciativa. La industria refresquera logró que las bebidas "light" o "cero" pagaran 1.50 pesos y no 3.08 pesos de IEPS por cada litro, como estaba originalmente planteado. Lo anterior a cambio de la reducción del 30 por ciento de contenido calórico en sus bebidas de forma escalonada a lo largo de un año.

"No es un asunto de que estuvieran cabildeando (las refresqueras) y a partir del cabildeo, el objetivo,

siempre lo dijimos, era reducir el consumo de refresco. El objetivo no era recaudar, sino sencillamente que se consuman menos bebidas azucaradas", aseguró recientemente el Subsecretario de Salud, Eduardo Clark.

Para el próximo año, Hacienda estima que por concepto del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios se recaudarán alrededor de 751 mil 500 millones pesos.

CONSUMIDORES NO DEJARÁN EL REFRESCO

Para NielsenIQ (NIQ), el consumo en categorías como las bebidas es inelástico, es decir, puede cambiar de marca o de formato, pero no las deja de consumir, como consecuencia, su bolsillo lo reciente.

Las bebidas no alcohólicas representan, en promedio, el 30 por ciento del gasto de los mexicanos, mientras que en los hogares de nivel socioeconómico bajo las bebidas alcohólicas absorben hasta 11 por ciento del gasto total.

En este contexto, el canal tradicional, donde se abastecen millones de familias, es el que más resiente las variaciones de precio, advirtió NIQ.

"Eso significa que las tienditas tienen margen para reaccionar, asegurando la disponibilidad de los empaques más buscados, impulsando formatos personales que permitan al consumidor acceder al producto en medio de precios más altos y diversificando con opciones no gravadas, como el agua, que representan una gran oportunidad para capitalizar", adelantó Eduardo Ragasol, Director General de NIQ, en un comunicado.

NIQ advirtió que el nuevo IEPS



Página 1 de 2
\$ 104442.00
Tamaño: 618 cm2

Continúa en siguiente hoja

Fecha	21.10.2025	Sección	Empresas	Página	18
-------	------------	---------	----------	--------	----

no será un ajuste más, ya que por una parte, el consumidor buscará precio, el tendero tendrá que ajustar su portafolio y las marcas deberán decidir si compiten solo por volumen o también por relevancia.

Mientras que en términos de sa-

lud, el nuevo IEPS que entrará en vigor el primer día del 2026, queda lejos del porcentaje mínimo recomendado por organismos internacionales, que es del 20 por ciento por litro, para lograr una reducción significativa en el consumo de re-

frescos.

De acuerdo con la Secretaría de Salud, un mexicano consume en promedio 166 litros de refresco al año, lo que convierte a México en uno de los países que más consume bebidas azucaradas en todo el mundo.

166

LITROS.

De refresco consumen en promedio al año los mexicanos.



Obesidad

El 85% consume bebidas endulzadas, aunque no se recomiendan.

■ % Consumo poco saludable en México



Luchan

En México hay cerca de un Oxxo por cada cuatro tiendas tradicionales.

■ Unidades

Oxxos
23,876
2.33 %

Tienditas
1,000,000
97.67%

Fuente: Statista, INEGI, INSP, SS y FEMSA

Gráfico: Ismael Angeles
Página 2 de 2