


EFFECTO DEL ALZA EN IEPS / PÁG. 18
SUBIRÍAN 15% DE PRECIO LAS BEBIDAS AZUCARADAS.
ALZA DE 87% A IEPS

Advierten aumento de 15% en el precio de las bebidas azucaradas

Buscan desincentivar el consumo de refrescos; MexBeb dice que provocaría pérdida de 150 mil empleos en 5 años

ANPEC estima que alrededor de 400 mil pequeños comercios podrían cerrar

JUAN CARLOS CRUZ

jcruzv@elfinanciero.com.mx

El incremento del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) a bebidas azucaradas, que pasará de 1.64 a 3.08 pesos por litro en 2026, generará aumentos de hasta 15 por ciento en los precios de refrescos y jugos, afectando a 400 mil pequeños comercios y poniendo en riesgo 150 mil empleos, según la Asociación Mexicana de Bebidas (MexBeb) y la Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes (ANPEC).

El gobierno argumenta que la medida busca mejorar la salud pública y financiar tratamientos para enfermedades relacionadas con el consumo de azúcar.

“En el caso de refrescos, ojalá no recaudemos nada por refrescos, ¿por qué?, porque lo que queremos es que se deje de consumir tanto refresco: es un peso. Entonces, en vez de consumir 30 latas de refresco al mes, una al día, es 29. De ese tamaño es el cambio, por lo menos

una lata que se deje de consumir al mes” refirió la presidenta Claudia Sheinbaum ayer en la mañana.

A contrapelo, expertos advierten que reduciría el poder adquisitivo de los hogares y desincentivaría la inversión en la industria.

“Derivado del incremento al impuesto vigente y a la incorporación del nuevo gravamen a las bebidas sin azúcar, los precios al consumidor se incrementarían de manera significativa, entre 10 y 15 por ciento de su costo actual, siendo un duro golpe al bolsillo de las personas”, advirtió en un comunicado la MexBeb que representa los intereses de Arca Continental,

Coca Cola FEMSA, GEPP Pepsico.

La organización que representa a embotelladores que operan 120 plantas acusó que el gravamen golpeará a los hogares de menores ingresos que destinan tres veces más recursos proporcionalmente a los refrescos y bebidas saborizadas que

los de mayores ingresos. Además de provocar la pérdida de hasta 150 mil empleos directos e indirectos en los próximos cinco años.

Cuauhtémoc Rivera, presidente de la ANPEC estimó que se verán afectados el 25 por ciento de las tiendas y pequeños comercios que

OBESIDAD.

Esperan que IEPS cubra los costos de atención médica por enfermedades relativas al sobre peso.



ya presentan reducciones en sus márgenes de ganancia.

“Este tipo de establecimientos operan con márgenes de operación muy reducidos, (los 400 mil pequeños negocios en riesgo) representan el 25 por ciento del sector”, dijo.

MexBeb calculó que el alza en el IEPS afectará a los más de 1.2 millones de 'tienditas' populares, que “en miles de casos se verán obligadas a cerrar, ya que los refrescos y bebidas saborizadas representan alrededor del 30 por ciento de sus ventas, así mismo tendrá un fuerte impacto en toda la cadena productiva”.

Según MexBeb, la Organización de Naciones Unidas (ONU) y sus agencias han evaluado y rechazado la recomendación de impuestos a las bebidas azucaradas, porque no existe evidencia real de que estos impuestos cambien los patrones de consumo ni mejoran la salud.

“El IEPS no es un impuesto que inhiba el consumo de bebidas que dañan la salud, sino es una carga fiscal que termina siendo un menoscabo en el bolsillo de quienes lo consumen. El gravamen tiene dos sentidos, uno es el recaudatorio y por otro lado afrontar el costo que el gobierno tiene que desembolsar para atender enfermedades vinculadas con la diabetes y la obesidad”, señaló Rolando Silva Briceño, vicepresidente fiscal del Instituto Mexicano de Contadores Públicos (IMCP).

Los refrescos destacan por ser el producto más buscado en las tiendas de abarrotes, con una respuesta de 25 por ciento, según una encuesta de la ANPEC.

“El consumidor no va sacar ese extra de su bolsillo para hacer frente a los impuestos adicionales. Se va ajustar, y si vemos una migración hacia marcas más baratas, marcas propias creciendo y sacrificio de unidades, porque el consumidor prefiere ir por una marca más barata”, dijo Raquel Jiménez Padilla, Directora de *customer success* de NIQ.

Janeth Quiroz Zamora, directora de análisis económico, cambiario y bursátil de Monex, explicó que el aumento del IEPS aplicado para los refrescos y otras bebidas azucaradas, podría implicar en realidad una menor recaudación el consumo de este tipo de productos disminuye.

“Tampoco estamos hablando de que sea un incremento recaudatorio bastante significativo, si es que se cumple con el objetivo de tratar de inhibir el consumo de estos productos, porque si eso llega a ocurrir para un porcentaje de los demandantes, entonces no se va a recaudar lo planteado para el IEPS”, explicó Quiroz Zamora.