



WALMART REGRESA AL BUEN FIN

Descarta impacto en ventas por impuestos

RUBÉN ROMERO

La cadena de tiendas trabaja con los proveedores para mantener precios accesibles, dice vicepresidente

El incremento al Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) en bebidas saborizadas no afectará de forma significativa al consumo de Walmart, afirmó Javier Andrade, vicepresidente de comercialización de la empresa en México y Centroamérica.

"No, nosotros estamos trabajando constantemente con nuestros proveedores para mejorar nuestros costos y poder entregar el máximo valor a los clientes. Y ahí es en donde está el foco de todo, en poder mantener precios que sean accesibles y que sean relativamente buenos para nuestros consumidores y que el consumo no caiga", declaró Andrade al finalizar la entrega del certificado Hecho en México para el

minorista.

La Secretaría de Hacienda propuso en el Paquete Económico 2026 elevar la cuota de 1.65 a 3.08 pesos por litro de refresco, aplicable también a bebidas con endulzantes no calóricos. La medida implicará un alza de entre 10 y 15 por ciento en los precios actuales.

La minorista resaltó que, pese a la desaceleración en el consumo registrada en el segundo trimestre del año, espera muy buenos resultados durante el Buen Fin y confía en superar récords de ventas gracias a su base de más de cinco

millones de clientes diarios, sus tres mil 200 tiendas y el impulso del comercio electrónico.

En ese sentido, Walmart confirmó su participación en el Buen Fin, iniciativa impulsada por el gobierno federal y la Secretaría de Economía. La empresa destacó que su campaña Fin Irresistible se mantendrá complementaria al programa. De acuerdo con la empresa, más del 91 por ciento de los productos que comercializa en estas campañas están fabricados en México.

En el último año, Walmart invirtió seis mil millones de dólares en la apertura de nuevas unidades, lo que genera miles de empleos. También reiteró su compromiso con los pequeños y medianos productores.

De acuerdo con Walmart más de 91 por ciento de los productos que comercializa están fabricados en México