



Nuevo IEPS pondrá a prueba su dinamismo

Mercado de refrescos sin azúcar crece a doble dígito: NIQ

● A pesar de acumular un crecimiento de 17.7% en el último año, esta categoría representa apenas el 8% del total de la industria, de acuerdo con la consultora NielsenIQ

Judith Santiago
judith.santiago@eleconomista.mx

En un mercado dominado por los refrescos regulares, las versiones sin azúcar ganan terreno en México, pero el nuevo impuesto que entrará en vigor en 2026 pondrá a prueba su crecimiento.

Aunque es un segmento pequeño, ya que actualmente representa el 8% del total de la industria, su crecimiento a doble dígito es más dinámico que los refrescos regulares que concentran el 92% del restante, explicaron especialistas.

“En volumen, el refresco regular ha crecido 3.5% en el último año, el light ha bajado 5.3% porque los consumidores están migrando al segmento cero o sin azúcar que está creciendo a un ritmo de 17.7%, ganando más participación frente a las otras dos opciones”,

explicó Raquel Jiménez, líder de Customer Success en NielsenIQ (NIQ).

Precisó que los refrescos light, aunque están endulzados con edulcorantes no calóricos, ya no crecen por ser un mercado maduro y de nicho, por lo que la avenida de mayor desarrollo está entre los refrescos cero o sin azúcar. “Hoy no podemos dar una cifra de dónde va a llegar, pero sin duda va a seguir ganando terreno (la categoría cero)”, opinó.

En México, el país con mayor consumo de refrescos per cápita en el mundo, se prevé un crecimiento de 3% anual en las ventas totales de la industria hasta 2027, con un valor de más de 55,000 millones de dólares y 75,000 millones de litros, de acuerdo con datos de Innova Market Insights, una firma global de investigación de mercados.

Con la aprobación del nuevo Impuesto Especial sobre Producción y

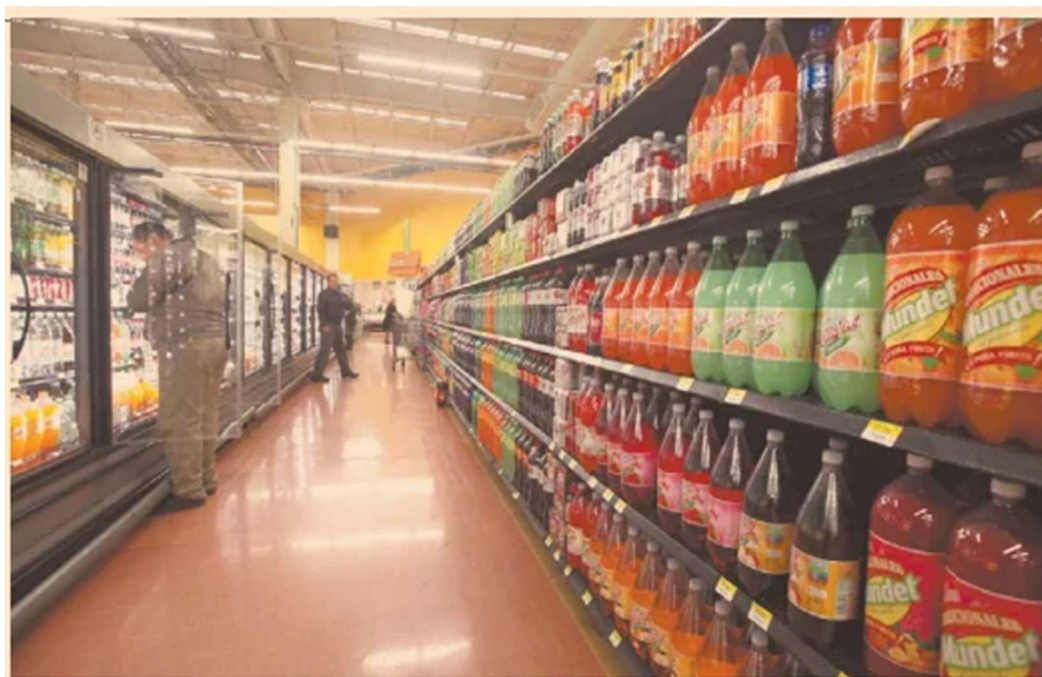


FOTO EE: HUGO SALAZAR

Servicios (IEPS), que afectará tanto a los refrescos con azúcar como a los bajos o sin calorías a partir de 2026, la industria se prepara para otra nueva etapa que podría cambiar su composición, coincidieron especialistas.

La medida implica un aumento de precios de 3.08 pesos por litro para los refrescos azucarados y de 1.5 pesos por litro para los endulzados con ingredientes no calóricos. Este incremento podría modificar los hábitos de compra de los consumidores.

Mientras que los refrescos con azúcar aumentaron su precio en alrededor de 7.3% durante el último año, las versiones sin azúcar lo hicieron apenas en 1.8%, aseguró la especialista en NIQ. El dato también es relevante en un momento cuando cualquier diferencia en el costo es decisiva para el bolsillo de los consumidores.

Se reconfigurará la industria

En 2014, cuando se aplicó por primera vez el IEPS, la categoría de bebidas azucaradas registró una caída de 1.9% en volumen y un aumento de precios de 13.3%, con una inflación general de 4%, explicó Rodrigo Arroyo, director de Desarrollo de Negocios en Worldpanel by Numerator México.

En ese momento, abundó, el consumidor prefirió mantener su gasto en refrescos y disminuir su presupuesto en otras categorías del hogar, como detergentes, productos de limpieza y cuidado personal.

“Entonces sí hubo un impacto de corto plazo. Lo que hizo el consumidor fue buscar dónde ahorrar y eso es lo que vemos que podría pasar”, acotó.

Raquel Jiménez coincidió en la afectación del IEPS en 2014, pero solo en el primer año.

Con el alza al IEPS que afectará tanto a los refrescos con azúcar como a los bajos o sin calorías, la industria se prepara para una recomposición en su oferta de bebidas.