



Refresqueras mexicanas superan 65 mil 290 mdd en valor de mercado

Cabildera internacional tiene entre sus principales integrantes a Coca-Cola Femsa y Arca Continental

DORA VILLANUEVA

Nuestro país es uno de los mayores mercados para los refrescos, pues en promedio un mexicano consume 166 litros al año, de acuerdo con la Secretaría de Salud, pero es también la nación con tres de las refresqueras más grandes por valor de mercado, revelan datos bursátiles con corte al 7 de septiembre.

En un negocio que a nivel global está valuado en mil 960 millones de pesos, derivado de las 115 empresas de bebidas más grandes del mundo, México tiene tres que se cuegan entre las 25 más grandes.

Fomento Económico Mexicano (Femsa) es la número 14 por tamaño de mercado, al tiempo que Coca-Cola Femsa y Arca Continental se ubican en los sitios 24 y 25, respectivamente; y en conjunto las tres tienen un valor de mercado que alcanza 65 mil 290 millones de dólares.

Estas dos últimas son parte del Consejo Internacional de Asocia-

ciones de Bebidas (ICBA), el principal brazo de las refresqueras del mundo para intentar debatir en la discusiones o posturas oficiales que pongan bajo la lupa el efecto de sus productos sobre las sociedades.

Banco Mundial recomienda impuestos

En uno de sus intentos más recientes, ICBA apuntó que la propuesta para aumentar el impuesto a bebidas azucaradas y alcohólicas no podía considerarse un “pronunciamiento oficial” del Banco Mundial, dado el descargo de responsabilidad que incluyen todas las publicaciones del organismo multilateral.

“Los hallazgos, interpretaciones y conclusiones expresados en este trabajo no reflejan necesariamente las opiniones del Banco Mundial, su Directorio Ejecutivo ni los gobiernos que representan”, pues es una línea que aparece en toda publicación del organismo financiero internacional. Esta, de hecho, se toma textual de su más reciente *Perspec-*

tivas económicas mundiales, uno de los informes bandera.

El ICBA argumentó que dado este tipo de descargo de responsabilidad, la propuesta de aumentar impuestos no era del Banco Mundial, al tiempo que señaló la participación del Global Tax Program, socio del organismo multilateral, para publicar las notas de conocimiento en impuestos saludables.

Sin embargo en la reseña del estudio *Explorando impuestos saludables*, el organismo internacional afirma: “El Banco Mundial propone un paquete de impuestos saludables que busca mejorar la salud y los recursos fiscales del país. Las ideas principales incluyen: ajustar el impuesto específico de cigarrillos, bebidas azucaradas y alcohol de la siguiente manera: 3 pesos por cigarrillo; 0.12 pesos por gramo de azúcar en las bebidas azucaradas y 0.75 pesos por mililitro de alcohol puro en bebidas alcohólicas. Simplificar el impuesto *ad valorem* al alcohol. Incorporar estas medidas en la Ley de Ingre-



VAN POR 3 MIL KM EN LÍNEAS DE TRENES



▲ El Programa Sectorial de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes 2025-2030 del gobierno de México establece la construcción de más de 3 mil kilómetros de nuevas líneas de trenes para pasajeros, lo que impulsará el desarrollo regional y beneficiará a más de 49 millones de personas. Hoy, menos de 10 por ciento de la red ferroviaria se usa en servicio de pasajeros. Foto Luis Castillo

sos de la Federación 2026 ayuda en la prevención de enfermedades, en la sostenibilidad del sistema de salud, y en aumentar los recursos fiscales disponibles para el bienestar de todos”, expone el organismo de manera textual en su portal digital (bit.ly/4nnSWvm).

El gobierno federal ha señalado que el consumo de refrescos en México es uno de los más altos del mundo (bit.ly/4p35REq), lo que genera una serie de enfermedades que presionan los sistemas de salud,

y como parte del Paquete Económico 2026, la Consejería Jurídica de la Presidencia adelantó que la propuesta de Hacienda implicará “mucho cabildeo” con las refresqueras (bit.ly/4pd6xHs).

Entre los principales miembros de ICBA están Red Bull, American Beverage Association, Keurig Dr Pepper, Monster Energy, PepsiCo, The Coca-Cola Company, IBA (Indian Beverage Association), JSDA (Japan Soft Drink Association) y Coca-Cola Europacific Partners.