



DESAFÍO REFRESQUERO. EMPRESAS YA PREPARAN ALZAS EN PRECIOS, AHORROS OPERATIVOS Y REFORMULACIÓN POR EL IEPS. **PÁG. 18**

REFRESCOS EN LA MIRA

KOF y Arca Continental se alistan para más impuestos

El alza del IEPS presiona a las embotelladoras que ajustan sus precios y estrategias para 2026

Enfrentan entorno desafiante agravado por desconfianza del consumidor y lluvias

KARLA RODRIGUEZ

krdriguezv@elfinanciero.com.mx

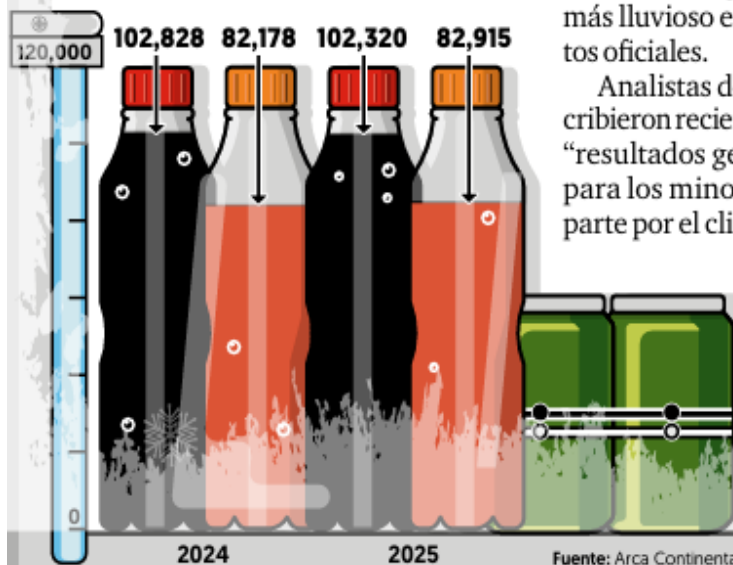
El incremento del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) a las bebidas azucaradas, de 1.64 a 3.08 pesos por litro, y la introducción de un gravamen de 1.5 pesos por litro a los refrescos *light* o 'cero azúcar' para el 2026, que se espera sea ratificado

Les llueve

Las lluvias y el menor consumo golpearon a los ingresos de ambos embotelladores.

■ Ingresos entre enero y septiembre, mdp

● KOF ● Arca Continental



por el Senado, representan un desafío para embotelladoras como Coca-Cola FEMSA y Arca Continental.

Ambas empresas enfrentan caídas en volúmenes de venta en México, su principal mercado, debido a factores como lluvias atípicas, debilidad económica y sensibilidad a los precios.

En el tercer trimestre del 2025, la embotelladora Arca Continental registró una caída superior a 2 por ciento en su volumen en México. A su vez, Coca-Cola Femsa, la mayor embotelladora del mundo de la icónica bebida, registró una contracción de 0.6 por ciento en volumen, debido principalmente a la caída del consumo en México, que aporta 50 por ciento del volumen de la venta de la empresa, mientras que el resto se divide entre Brasil, Guatemala, Centroamérica Colombia, Argentina y Uruguay.

¿La causa? Lluvias persistentes que han mantenido a los consumidores —de refrescos a cerveza— en casa.

México registró en junio el mes más lluvioso en tres años, según datos oficiales.

Analistas de Bank of America escribieron recientemente que esperan "resultados generalmente débiles" para los minoristas mexicanos, en parte por el clima "difícil". La menor confianza del consumidor y la caída de las remesas.

En un informe previo a los resultados, el analista de Grupo Finan-



ciero Ve por Más, Ariel Méndez Velázquez, mencionó el clima como uno de los principales obstáculos para las empresas de consumo, agregando que el tráfico cayó en el periodo debido a una prolongada temporada de lluvias y temperaturas más frías en comparación con el año pasado.

KOF: REFORMULACIÓN Y AHORRO OPERATIVO

En conferencia con analistas, tras su reporte de resultados del tercer trimestre del 2025, Ian Craig García, CEO de Coca-Cola FEMSA, detalló que la compañía seguirá apostando por su plan gradual de reformulación para reducir un 30 por ciento

en el primer trimestre de 2026 para determinar si serán necesarios ajustes adicionales.

“Hay mucha incertidumbre al respecto. Debemos analizar el impacto inicial y ajustar si es necesario. Contamos con un plan de ahorros en diversos escenarios”, explicó Craig.

ARCA CONTINENTAL: AUMENTO DE PRECIOS

Por su parte, Arca Continental estima un aumento de entre 8 y hasta 10 por ciento en el precio de sus bebidas, sin incluir la inflación, como respuesta al incremento del impuesto.

En conferencia con analistas tras su reporte de resultados, Arturo Gutiérrez Hernández, director general de la empresa, reconoció que

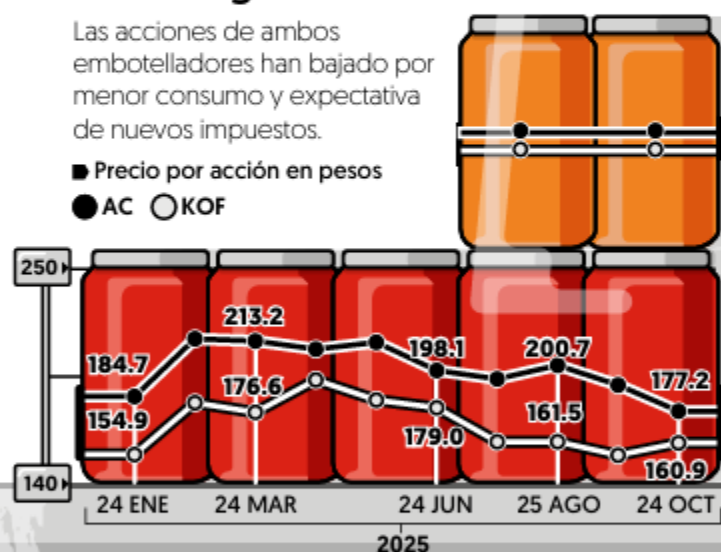
este ajuste podría afectar el volumen de ventas, pero destacó que la compañía ha aprendido de experiencias previas, como el aumento del IEPS en 2014, y confía en la elasticidad del mercado mexicano.

Pierden gas

Las acciones de ambos embotelladores han bajado por menor consumo y expectativa de nuevos impuestos.

■ Precio por acción en pesos

● AC ○ KOF



las calorías en sus bebidas. Sin embargo, señaló que este esfuerzo no generará ahorros significativos en insumos como endulzantes, ya que el enfoque principal es mantener las preferencias de los consumidores.

Además, la empresa implementará un plan de ahorros de emergencia, que incluye ajustes en su estructura operativa en México. Craig reconoció que el impacto del IEPS será significativo y que se evaluará su efecto

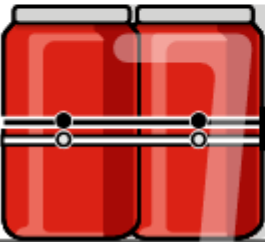
“Hemos demostrado la capacidad de ajustar precios en línea o por encima de la inflación, gracias a herramientas avanzadas de fijación de precios y modelos de promoción local”, afirmó Gutiérrez.

El directivo subrayó que la estrategia de Arca Continental combina la asequibilidad con la premiumización, lo que les permitirá seguir siendo competitivos en un entorno desafiante.

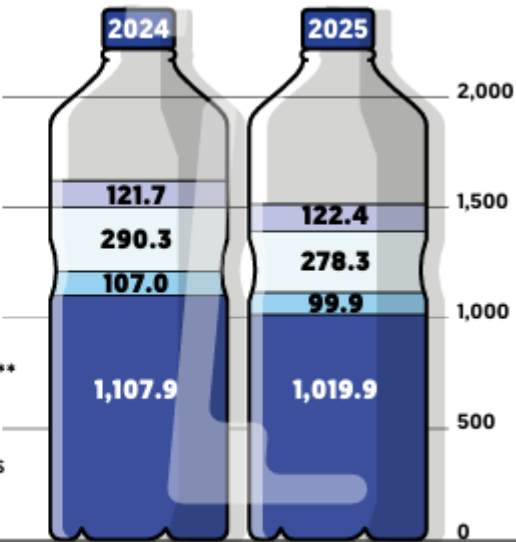
No refrescan

Coca-Cola FEMSA presentó una caída del 6.5% del volumen de sus ventas a septiembre de 2025.

■ Volumen de ventas, millones de cajas unidad, a septiembre



- Otros
- Garrafón**
- Agua*
- Refrescos



*Excluye presentaciones mayores a 5.0 litros; **Agua embotellada no carbonatada de 5.0 a 20.0 litros