



**Las embotelladoras** deberán ser más eficientes y tendrán que enfrentarse a las empresas que potabilizan agua. FOTO ARCHIVO: REUTERS

## POR REFORMA HACENDARIA

# Las refresqueras se reinventarán para mitigar impuesto en el 2014

### ANALISTAS

*aseguran que será inevitable que las embotelladoras suban el precio de sus productos hasta 15%; de hecho, unas ya lo han hecho, como es el caso de Coca-Cola FEMSA*

Guadalupe Cadena  
guadalupe.cadena@eleconomista.mx

EL AGUA purificada, las bebidas hidratantes y los jugos serán los productos que cambiarán la oferta de las empresas refresqueras al consumidor.

Actualmente, cerca de 73% del volumen de producción de Coca-Cola FEMSA (KOF) se concentra en las bebidas carbonatadas, mientras que las no carbonatadas representan 27%, una combinación que se definirá en los próximos meses, refirió David Folks, analista de Actinver, quien explicó que esta será una de las estrategias de las embotelladoras para resistir el impacto del impuesto de 1 peso, que se cobrará a los refrescos a partir del 1 de enero del 2014.

Recordó que en los últimos 10 años se ha diversificado la disponibilidad de productos, ya que mientras que en el 2003 el segmento de bebidas reportaba un total de 90 bienes diferentes, hoy en día se cuenta con más de 600 opciones, entre refrescos, aguas endulzadas, té helado, bebidas energizantes, jugos y otras.

“Desde ahora y durante EL 2014 vamos a ver una arquitectura de productos, precios y presentaciones, para mitigar el impacto que tendrá el nuevo impuesto”, comentó Folks.

Esto implica que se dará impulso a la presentación de bebidas carbonatadas de menor tamaño, ya que el gravamen se aplicará a partir de volúmenes de 1 litro, lo que afectará a los refrescos familiares.

Rogelio González, analista de la calificadora Fitch, añadió que KOF y Arca Continental (ambos embotelladores de Coca-Cola) y Cultiba (embotelladora de Pepsi), irremediablemente se verán obligadas a elevar los precios de las bebidas gaseosas al consumidor final, lo que se estima será en 15 por ciento.

Los expertos consultados manifestaron que para compensar el impacto del nuevo impuesto y para enfrentar la competencia, dichas empresas tendrán que ser más eficientes en aspectos como logísti-

ca y distribución de las mercancías. Sobre todo, porque al ofrecer agua purificada, también tendrán que medirse ante las empresas potabilizadoras, que igualmente ofrecen agua envasada.

Por lo pronto, las refresqueras que cotizan en la Bolsa han sido castigadas por el mercado.

**35.1**  
**POR CIENTO**  
ha caído el valor de la acción de Cultiba en lo que va del 2013.

Desde septiembre que se dio a conocer la iniciativa de reforma fiscal, el valor de los títulos de las tres empresas cayeron 25% en promedio, comentó José María Flores, analista de banco Ve por Más.

De enero al cierre de ayer, las acciones de KOF cayeron 19.29%, mientras que Cultiba y Arca Continental reportaron retrocesos de 35.1% y 15.13 por ciento.

Flores consideró que en la medida en que el mercado asimile los cambios de precios y productos del segmento de bebida, las emisoras verán una recuperación.