



KOF y Bimbo, a dieta por más impuestos

La mayor carga tributaria de 2014 dañaría las ventas de productoras de refrescos y de golosinas; el 0.02% de los hogares en México evita consumir sodas y el 4.5% botanas, según Kantar Worldpanel.

Por: Gustavo de la Rosa |
Viernes, 20 de diciembre de 2013 a las 06:01

CIUDAD DE MÉXICO (CNNExpansión) — El próximo año los productores de bebidas endulzadas y de alimentos con alto contenido calórico como **Coca-Cola FEMSA** (KOF), Arca Continental y Grupo **Bimbo**enfrentarán un escenario complicado para sus ventas derivado de una mayor carga tributaria, anticiparon expertos.

KOF, por ejemplo, podría reportar una disminución de 7% en sus volúmenes de ventas para 2014, según estimaciones de la calificadora de riesgo Fitch Rating como consecuencia del **impuesto de un peso por litro a las bebidas azucaradas**.

A partir de enero entrarán en vigor los nuevos gravámenes contemplados en la reforma fiscal. Entre ellos se considera, además del aplicado a las bebidas azucaradas, el denominado impuesto chatarra de 8% y la aplicación del IVA de 16% al alimento para mascotas.

El reporte de Fitch señala que el costo de la mayor carga impositiva será transferido a los consumidores, por lo que el precio promedio de los refrescos podría experimentar un alza de entre 12% y 15%.

De acuerdo al último reporte de KOF entregado a la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), sus ingresos acumulan de enero a septiembre un valor de 106,202 millones de pesos (mdp), cifra que representa un incremento anual de 3.3%.

Mientras que su flujo operativo creció a una tasa anual de 3%, para ubicarse en 19,012 mdp hasta septiembre.

José María Flores Barrera, analista de Grupo Financiero de Ve por Más, reconoció que algunas emisoras del sector consumo ya comenzaron a resentir el efecto de una mayor carga tributaria.

"Desde que se presentó la propuesta, el precio de esas emisiones reaccionaron de manera negativa. Hay estudios que consideran bajas que van del 5% al 7% en sus ventas debido al incremento en los precios de los productos que son altamente demandados por los hogares; sin embargo es complicado estimar la magnitud del impacto, ya que nunca se había tenido un referente".

Desde que se presentó la propuesta de estos nuevos impuestos por parte del Ejecutivo, la cotización de algunas empresas fue "castigada". Desde finales de septiembre al 19 de diciembre pasados, el precio de los títulos de KOF acumula una baja de 4.83% y su capitalización de mercado disminuyó en 15,746 mdp

Las acciones de Bimbo han caído 4.9%, mientras que las de **FEMSA**retrocedieron 2.2%. En ambos casos su valor de mercado se ha reducido en poco más de 9,000 mdp en el periodo de referencia.

Para el caso de la embotelladora Arca Continental, la pérdida de capitalización es de 2,479 mdp y la minusvalía es de 1.9%.

El analista de Grupo Financiero de Ve por Más, aseguró que existen varios escenarios posibles sobre el impacto de los nuevos gravámenes que obligarían a las empresas a diseñar nuevas estrategias en un afán de no perder ventas.

"Pueden cambiar su contenido calórico, reformular sus productos o promocionar marcas con bajos contenidos de azúcares, pues hay una tendencia global a que los consumidores adquieren cada vez más productos sanos, y ésta puede ser una oportunidad para las compañías", anticipó.

De acuerdo con una encuesta de la firma Kantar Worldpanel, de enero a septiembre de este año, el 99.8% de los hogares en México compra refrescos, con un consumo acumulado por familia de 226.35 litros; el consumo bebidas sabor

a frutas es de 36.6 litros con el 98.9% de presencia en los hogares, mientras que las botanas las consume un 95.5% de las familias con 2.27 kilogramos por cada una.

Fabián Ghirardelly, director comercial de la firma investigadora de mercado Kantar Worldpanel México, aseguró que frente al escenario de mayores impuestos la gente podría migrar a marcas más baratas, o reducir el consumo de ciertas categorías de productos.

"Es muy difícil saber hoy en día qué pasará porque es un escenario que México nunca ha vivido, porque no es un escenario de crisis normal con mucha inflación, donde toda la gente tiene una situación económica difícil, sino que se trata de sólo un set de productos y categorías que verán incrementos en sus precios el año entrante".