vinetur

Alemania amplía el impuesto de los alcopops a mezclas de hasta 15% vol.

Fabricantes e importadores estudian cambios en precios, recetas y etiquetas

lunes 16 de noviembre de 2026

La Comisión de Finanzas del Parlamento alemán dio su visto bueno el pasado 12 de noviembre a un paquete fiscal que puede cambiar el negocio de las bebidas mezcladas en el país. La propuesta aplaza seis meses, hasta comienzos de 2028, la entrada en vigor del impuesto a las bebidas azucaradas y prevé aplicarlo de forma gradual durante tres años. Al mismo tiempo, deja fuera al vino espumoso de la subida prevista del impuesto sobre el alcohol y amplía el impuesto de los alcopops a mezclas de hasta 15% vol., aunque con un tipo inferior al que se había planteado en un primer momento.

El alcance de ese último cambio centra el análisis del abogado Christian Böhler, senior associate de Squire Patton Boggs en Fráncfort, especializado en derecho alimentario, litigación comercial y etiquetado de productos. En su valoración, la nueva definición podría llevar a este gravamen a una lista mucho más amplia de bebidas listas para beber y otros combinados con base espirituosa.

Böhler recuerda que, antes de 2004, los alcopops y los ready-to-drinks ganaron presencia en Alemania. Eran, en muchos casos, mezclas dulces y aromatizadas con destilados y una graduación relativamente baja, normalmente de entre 5% y 6% vol. El legislador entendió entonces que la combinación de sabor dulce, diseño atractivo y una percepción de baja graduación podía favorecer el consumo entre menores.

La respuesta fue fiscal. La idea, explica el jurista, consistía en encarecer de forma selectiva esos productos para reducir su demanda entre los jóvenes y hacer más difícil la entrada temprana en el consumo de alcohol. El Gobierno federal ratificó después ese objetivo en el Bundestag, al fijar como propósito que los alcopops fueran lo bastante caros como para rebajar la demanda juvenil.

Ese efecto se dejó notar en el mercado. Según Böhler, muchos productos con 10% vol. o menos desaparecieron o aumentaron su graduación para quedar fuera del impuesto. Aun así, las mezclas clásicas entre 1,2% y 10% vol. no se esfumaron por completo. Parte de la oferta sustituyó el alcohol destilado por alcohol procedente del vino, una vía que permitía esquivar la tasa entonces vigente.

La ampliación ahora planteada hasta el 15% vol. puede volver a mover ese mapa. En el análisis del despacho, una parte amplia del surtido de bebidas mezcladas podría pasar a tributar como alcopop. Si esa medida se combina con la subida prevista del impuesto sobre el alcohol, las empresas soportarían una carga adicional que, previsiblemente, acabaría trasladándose al precio final.

Ese cambio no solo afecta al precio. También puede empujar a fabricantes e importadores a revisar recetas, graduaciones, formatos y referencias, con efecto posterior en mayoristas, cadenas de distribución y existencias ya presentes en tienda. En un segmento como el de las bebidas listas para beber, una variación fiscal puede alterar el equilibrio entre marcas, cambiar la amplitud de gama y obligar a rehacer planes comerciales en poco tiempo.

El propio Böhler añade, no obstante, que el resultado no tiene por qué ir en una sola dirección. Como el tipo del impuesto ampliado sería más bajo que el previsto al principio, y conviviría con una subida del impuesto sobre el alcohol, podría abrirse un espacio para el regreso de bebidas mezcladas de baja graduación que salieron del mercado en 2004. La decisión, apunta, dependerá de los cálculos de cada empresa sobre qué combinación fiscal resulta más viable para cada producto.

La industria del vino sale mejor parada en los planes conocidos hasta ahora. La subida prevista del impuesto sobre el espumoso ha quedado fuera de la reforma, el impuesto sobre el vino no cambia y la ampliación del gravamen de los alcopops no debería

afectar a esa rama en su redacción actual. Donde sí puede haber movimiento es en las bebidas listas para beber con destilados, una categoría en la que la fiscalidad, el grado alcohólico y la composición pesan de forma directa en el posicionamiento comercial.

El cambio también puede traer nuevas obligaciones de etiquetado y de protección de menores. Böhler señala que, si el impuesto pasa a cubrir bebidas de hasta 15% vol., esos productos tendrían que llevar la advertencia prevista en el artículo 9, apartado 4, de la ley alemana de protección de menores: "Abgabe an Personen unter 18 Jahren verboten, § 9 Jugendschutzgesetz". La cuestión afecta de forma especial a las existencias antiguas en el comercio alimentario, que podrían quedar bajo revisión si ya están en circulación con otro etiquetado.

Para el sector de bebidas, esa derivada puede ser tan relevante como el propio impuesto. Un cambio de clasificación fiscal suele arrastrar revisión de envases, calendarios de reposición y control documental para productos fabricados o importados antes de la entrada en vigor de la norma. En categorías de rotación rápida, cualquier ajuste en la etiqueta o en la graduación puede modificar precios, promociones y presencia en lineal.

Queda además una duda jurídica sin resolver sobre qué debe entenderse exactamente por "mezcla de bebidas" a efectos del artículo 1 de la ley del impuesto sobre alcopops. Böhler plantea si entrarían en esa definición un licor de crema rebajado por debajo del 15% vol. o un Erdbeerlimes. A su juicio, hay motivos para la duda y será necesario examinar cada caso antes de dar por hecho que un producto concreto queda sujeto al nuevo gravamen.