

Ciudad de México a 25 de abril del 2024

Julio Pilotzi
Director de Pilotzi Noticias

Estimado Julio:

En nombre de la Asociación Mexicana de Bebidas (MexBeb), le escribo con relación a la nota [El desafío de la salud pública en México: crítica al consumo excesivo de Coca-Cola en Chiapas](#) publicada el 24 de abril en Pilotzi Noticias, en la que se afirma, que en Chiapas cada persona consume 821.25 litros de refresco por año (igual a 2.2 litros diarios).

Ese dato se publicó en un trabajo de 2012 en el que el autor afirma que *“en Los Altos de Chiapas (...) se consumen en promedio 3,285 tazas por habitante al año, lo que en litros equivale a 821.25, es decir, 2.25 litros al día”*.

Además de que a lo largo de su texto el investigador no indica cómo llegó a ese cálculo ni se preguntó cuánto tendrían que gastar los habitantes del estado más pobre del país para comprar esa cantidad de refresco, la revisión de datos oficiales demuestra que la cifra es falsa.

Datos oficiales del INEGI, provenientes de la [Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto en los Hogares 2022](#) y del [precio promedio de refrescos envasados para el mismo año](#):

- Precio promedio por litro de refresco de cola: \$ 22.07
- Habitantes promedio por hogar en Chiapas: 3.9 personas
- Gasto trimestral en **bebidas (alcohólicas y sin alcohol)** consumidas en el hogar: \$613.00

Supongamos en el extremo absurdo, que en ningún hogar de Chiapas de vez en cuando se compra una cerveza y que esos \$613.00 trimestrales se destinan únicamente a comprar refrescos de cola. Tendríamos que ese dinero (\$613.00 trimestrales) alcanzaría para comprar 27.7 litros por hogar o 7.1 litros por persona al trimestre, es decir, 79 mililitros por persona al día en promedio. Eso es 28 veces menos de la cifra insostenible de 2.2 litros.

En respuesta a las dinámicas del mercado, la industria reformula constantemente sus productos y ofrece diversidad de opciones para que las personas elijan la bebida de su preferencia. Como resultado de lo anterior, el contenido calórico promedio de las bebidas de los asociados ha disminuido 15% en la última década. En el mismo periodo, la mayor demanda de productos sin azúcar o de bajo contenido calórico propició un crecimiento de 21% en su volumen de ventas, mientras que el de bebidas calóricas se mantuvo prácticamente estable. Consecuentemente, la participación de mercado de bebidas sin azúcar o bajas en calorías creció de 38% a 44%.

Hoy, 55% de nuestro portafolio de productos no tiene azúcar o es bajo en calorías. Por cada producto con calorías existe una alternativa sin ellas y recientemente hemos anunciado el compromiso de incrementar a 75% el total del portafolio de las presentaciones sin calorías o de bajo contenido calórico para el año 2030.

Agradeceré la publicación de la presente como seguimiento a la nota referida y por supuesto, quedo a sus órdenes para ampliar el intercambio sobre estos temas, si así es de su interés.

Le envío un saludo.

A t e n t a m e n t e

Vicente Rodríguez Woog,
Director de Comunicación y Estrategia
Asociación Mexicana de Bebidas, MexBeb.

Acerca de MexBeb

La Asociación Mexicana de Bebidas (MexBeb) es el organismo de representación de la industria conformada por empresas mexicanas dedicadas a la producción y comercialización de bebidas no alcohólicas, que operan 120 plantas y 415 centros de distribución en todo el territorio nacional. Las empresas asociadas tienen una participación del 98% en el mercado de refrescos y aguas carbonatadas y del 84% en el mercado total de bebidas sin alcohol. Para más información visite nuestro sitio: mexbeb.org