

Opiniones públicas sobre la política del alcohol en México

Hoja informativa de Vital Strategies
Agosto de 2024 Resultados de la encuesta de Reset – México



Antecedentes

RESET Alcohol reúne a gobiernos, sociedad civil, organizaciones de investigación y líderes mundiales de la salud pública para impulsar las tres «mejores inversiones» de la Organización Mundial de la Salud para reducir los daños sanitarios y sociales del alcohol: aumentar los impuestos sobre el alcohol, regular su disponibilidad y restringir su comercialización.

Esta iniciativa está liderada por Vital Strategies en colaboración con aliados locales de los países en los que opera RESET y aliados técnicos a nivel mundial, entre los que se encuentran el equipo de Tobacconomics de la Universidad John Hopkins, la Alianza Global de Políticas sobre el Alcohol (Global Alcohol Policy Alliance, GAPA), Movendi International, la Alianza de ENT (NCD Alliance) y la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Metodología de la investigación

Se realizó una encuesta representativa a escala nacional utilizando la marcación digital aleatoria para realizar entrevistas telefónicas a adultos mayores de 18 años. La muestra incluyó a 1006 personas. Los datos se recogieron entre el 9 y el 19 de abril de 2024.

El trabajo de campo lo llevó a cabo la agencia de investigación Thinks Insight & Strategy, con la ayuda de sus aliados de investigación locales.

Principales conclusiones

Consumo y prevalencia del alcohol

- El alcohol es responsable de más de 40 000 muertes al año en México*.
- El 53% de los hombres adultos consumen alcohol. El 27% de ellos se consideran que consumen alcohol en exceso por episodios o por atracones.*
- El 35% de las mujeres consumen alcohol.*
- Entre las personas que consumieron alcohol el año pasado, la cerveza es la bebida alcohólica más popular. El 75% bebe cerveza; el 29%, tequila y el 28%, vino.

*OMS, 2024. Todos los demás datos proceden de la iniciativa RESET Alcohol, Resultados de la encuesta de opinión pública sobre el consumo de alcohol en México, 2024.

Disponibilidad del alcohol

- El 87% afirma que es fácil comprar alcohol.
- El 75% afirma que el alcohol que se vende por Internet facilita su compra a los menores de edad.
- El 60% considera que el alcohol es relativamente barato.

Preocupaciones en relación con el consumo de alcohol

Al 97% de la población mexicana le preocupa la violencia contra las mujeres provocada por el consumo de alcohol.

- En general, el consumo de alcohol es considerado un problema importante o moderado en México por el 94% de la población. El 61% lo considera un problema importante.
- El 68% de las mujeres considera que el consumo de alcohol es un problema importante, frente al 52% de los hombres.
- El 60% cree que la población mexicana desconoce los daños del alcohol para la salud.

Se considera que el consumo de alcohol tiene un grave impacto negativo en la salud pública:

- El 99% afirma que el alcohol aumenta el riesgo de enfermedades hepáticas.
- El 98% afirma que el alcohol aumenta el riesgo de violencia contra las mujeres/violencia familiar.
- El 96% afirma que el alcohol aumenta el riesgo de caídas y lesiones.
- El 94% afirma que el alcohol aumenta el riesgo de siniestros y lesiones por siniestros viales.
- El 89% afirma que el alcohol aumenta el riesgo de maltrato infantil.
- El 71% afirma que el alcohol aumenta la incidencia del cáncer.

Respaldo a la acción del Gobierno

Existe un apoyo mayoritario a la acción gubernamental en México, ya que casi el 60% afirma que apoyaría el incremento del precio de las bebidas alcohólicas.

- El 84% está a favor de las etiquetas de advertencia en los productos que contienen alcohol.
- El 83% de la población mexicana afirma que su apoyo a los impuestos sobre el alcohol sería mayor si la recaudación se destinara a bienes sociales, en particular a la educación o la atención sanitaria.
- El 75% está de acuerdo en que las medidas de política para reducir el consumo de alcohol beneficiarían tanto a los que consumen alcohol como a los que no

- El 70% considera que es responsabilidad del gobierno abordar los problemas asociados al alcohol.
- El 69% apoya la reducción de los horarios en los que se puede comprar o consumir alcohol.
- El 69% apoya la restricción de la publicidad en televisión, radio y redes sociales.
- El 67% cree que las leyes actuales sobre el alcohol no se aplican correctamente.
- El 65% está a favor de reducir el número de lugares donde se puede comprar o consumir alcohol.

Protección de la juventud

Existe un claro apoyo a una política que aborde el consumo de alcohol de los menores.

- El 96% afirma que es importante educar a la población infantil y a la juventud sobre los riesgos del alcohol.
- El 76% de las personas expresan su preocupación por el posible consumo de alcohol de sus hijos/as en el futuro, especialmente las mujeres (el 62% expresa una gran preocupación, frente al 53% de los hombres).
- El 67% apoya el aumento de la edad mínima legal para consumir alcohol.

Responsabilidad del sector

- El 76% afirma que la exposición a la publicidad del alcohol fomenta la iniciación de los jóvenes.
- El 71% está de acuerdo en que la publicidad del alcohol puede hacer creer a los jóvenes que el consumo de alcohol es deseable o atractivo.
- El 65% opina que las empresas de bebidas alcohólicas no deberían hacer publicidad ni patrocinar eventos para jóvenes, como acontecimientos deportivos o conciertos.
- El 61% cree que no se puede confiar en que el sector de las bebidas alcohólicas sea capaz de decir la verdad sobre los efectos nocivos del alcohol.
- El 59% cree que la industria del alcohol debería responsabilizarse de los daños causados por el alcohol.