



enkoll.

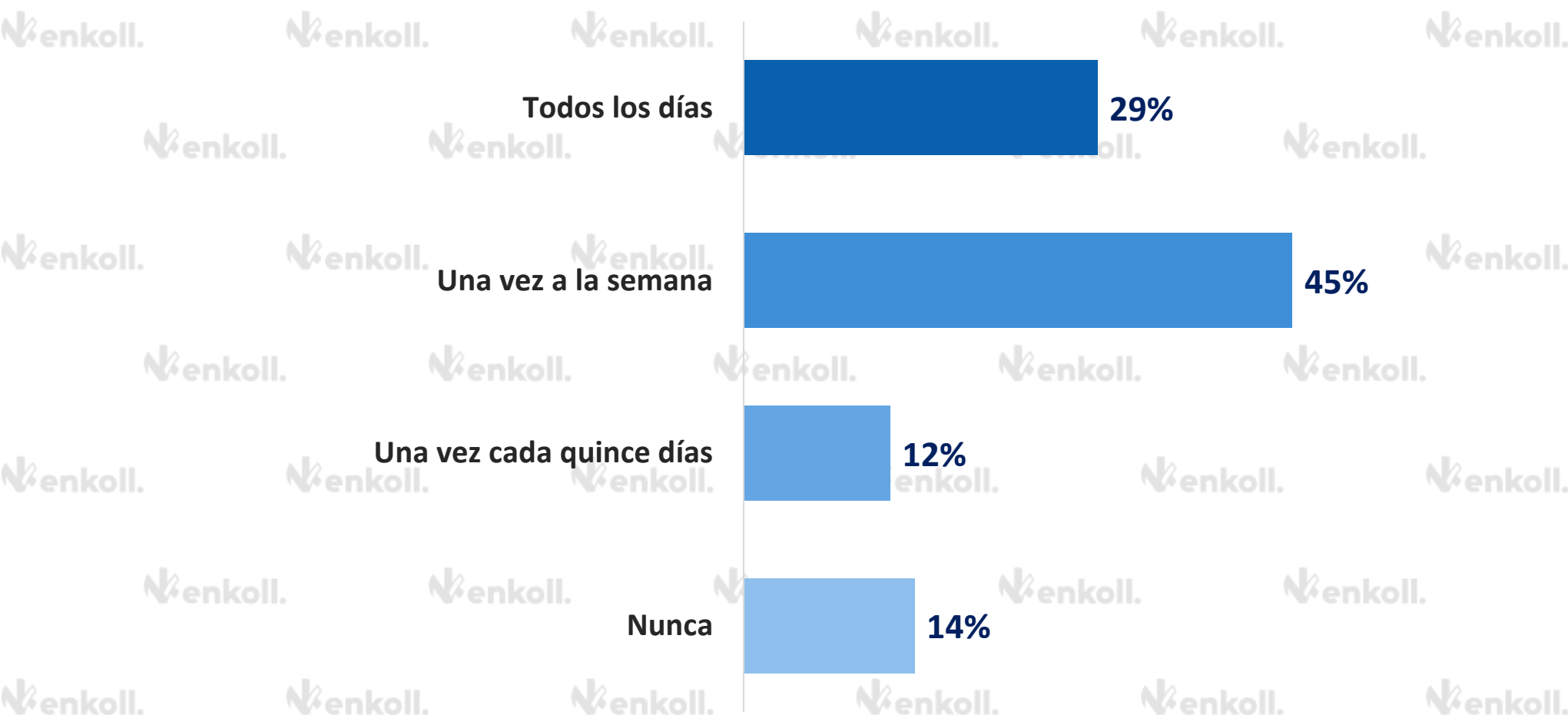
CONSUMO DE REFRESCOS

EN MÉXICO

05 • SEP • 2025

FRECUENCIA EN EL CONSUMO DE REFRESCOS

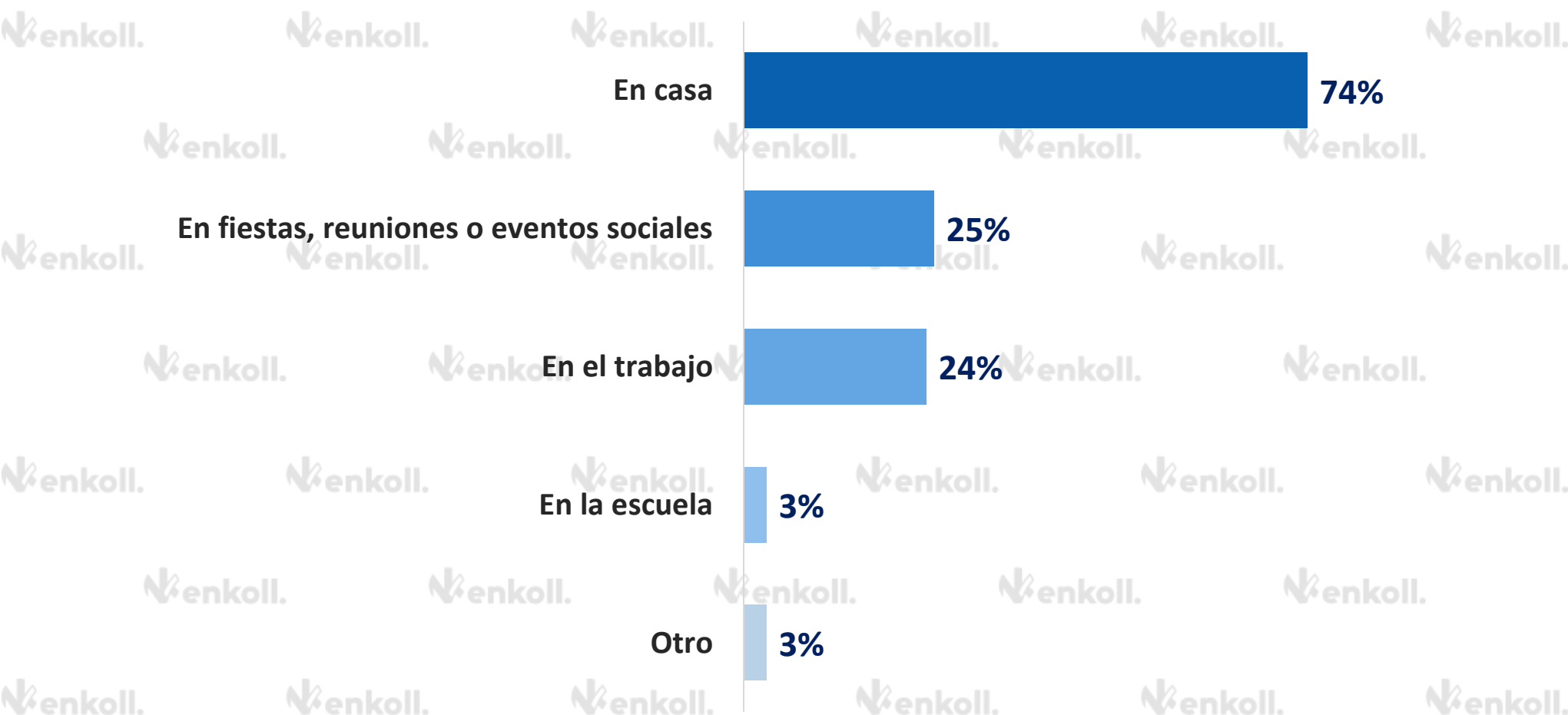
¿Cada cuánto consume usted refrescos?



LUGAR DONDE ACOSTUMBRA TOMAR REFRESCOS

¿En dónde acostumbra tomar refresco?

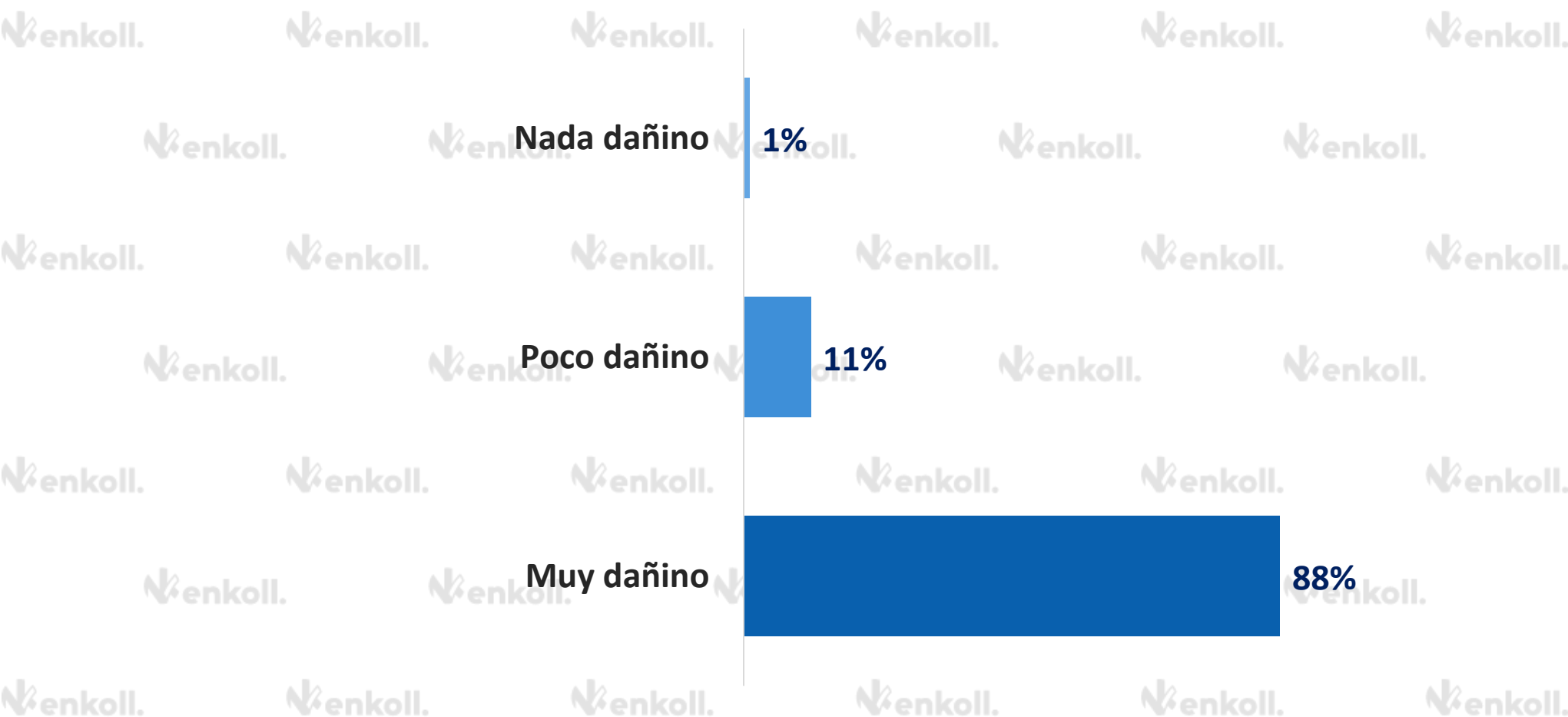
Del 86% que sí consume refrescos



Respuesta múltiple puede sumar más de 100%

OPINIÓN SOBRE EL DAÑO QUE GENERA EL CONSUMO DE REFRESCOS

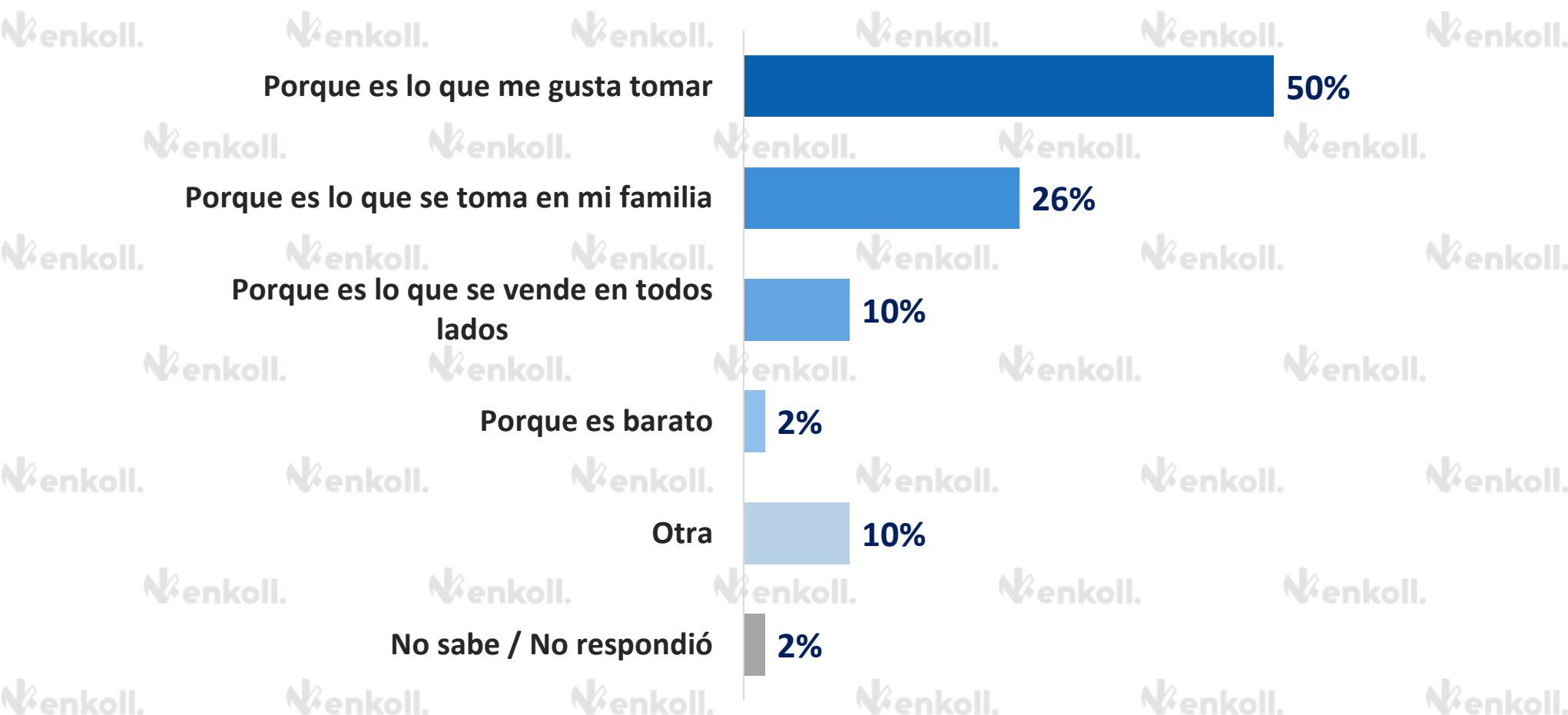
¿Qué tan dañino cree usted que es el consumo de refrescos para su salud?



RAZÓN POR LA QUE TOMA REFRESCO

¿Cuál es la principal razón por la que usted toma refresco?

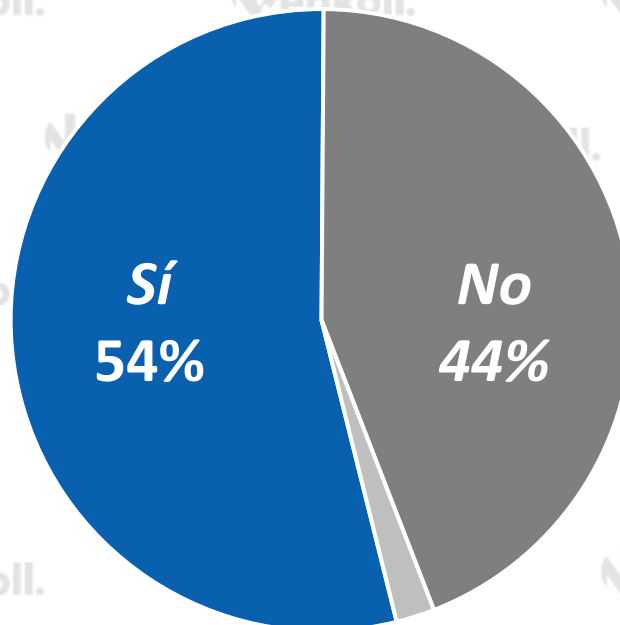
Del 86% que sí consume refrescos



OPINIÓN SOBRE PONER IMPUESTO AL REFRESCO

¿Usted estaría de acuerdo en que se cobrará un impuesto más alto a los refrescos, como medida para promover la baja en su consumo?

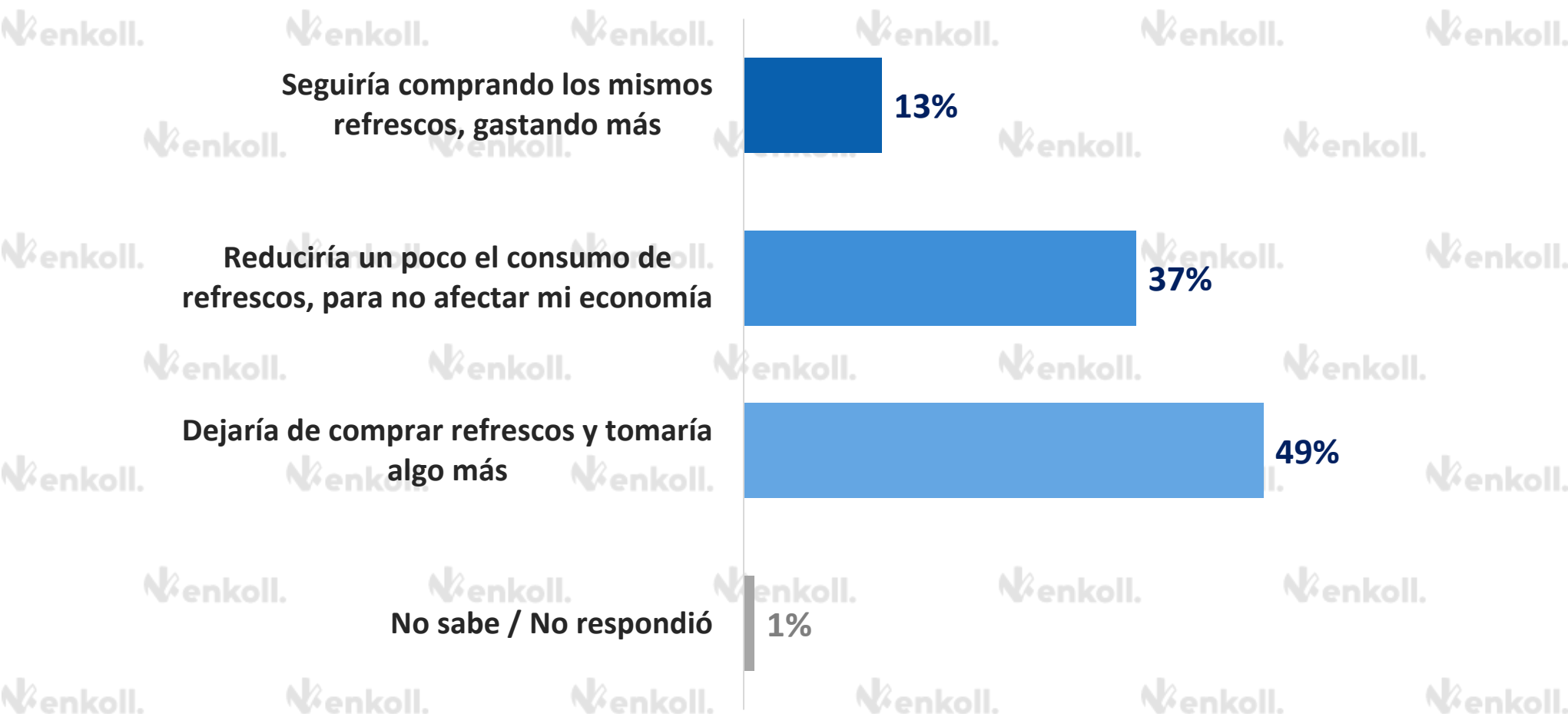
Del 86% que sí consume refrescos



No sabe / No respondió
2%

SI SEGUIRÍA COMPRANDO REFRESCOS

En caso de que se aumentara el impuesto a los refrescos y subiera su costo, ¿usted qué haría? *Del 86% que sí consume refrescos*

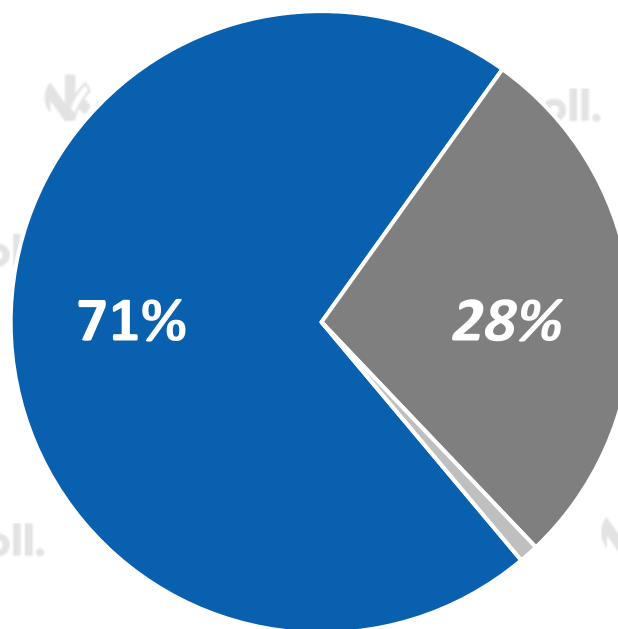


Respuesta múltiple puede sumar más de 100%

OPINIÓN SOBRE EL COSTO DEL REFRESCO

¿Usted está de acuerdo en que se aumente un peso el costo de los refrescos de 355 mililitros y cuatro pesos a los refrescos de 2 litros, para que ese dinero se destine al mejoramiento y construcción de hospitales y para mejorar los servicios de salud pública?

Sí, estoy de acuerdo

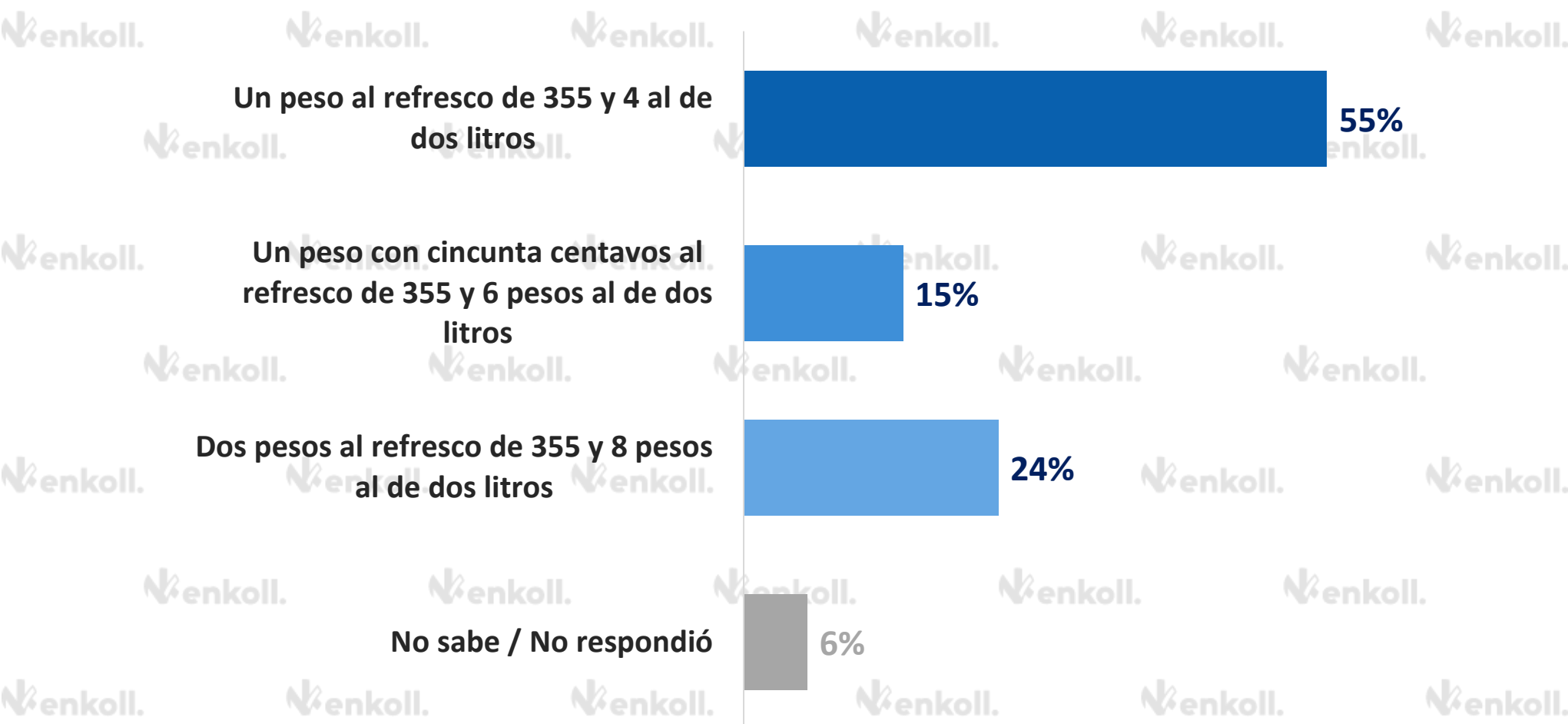


No, estoy en desacuerdo

No sabe / No respondió
1%

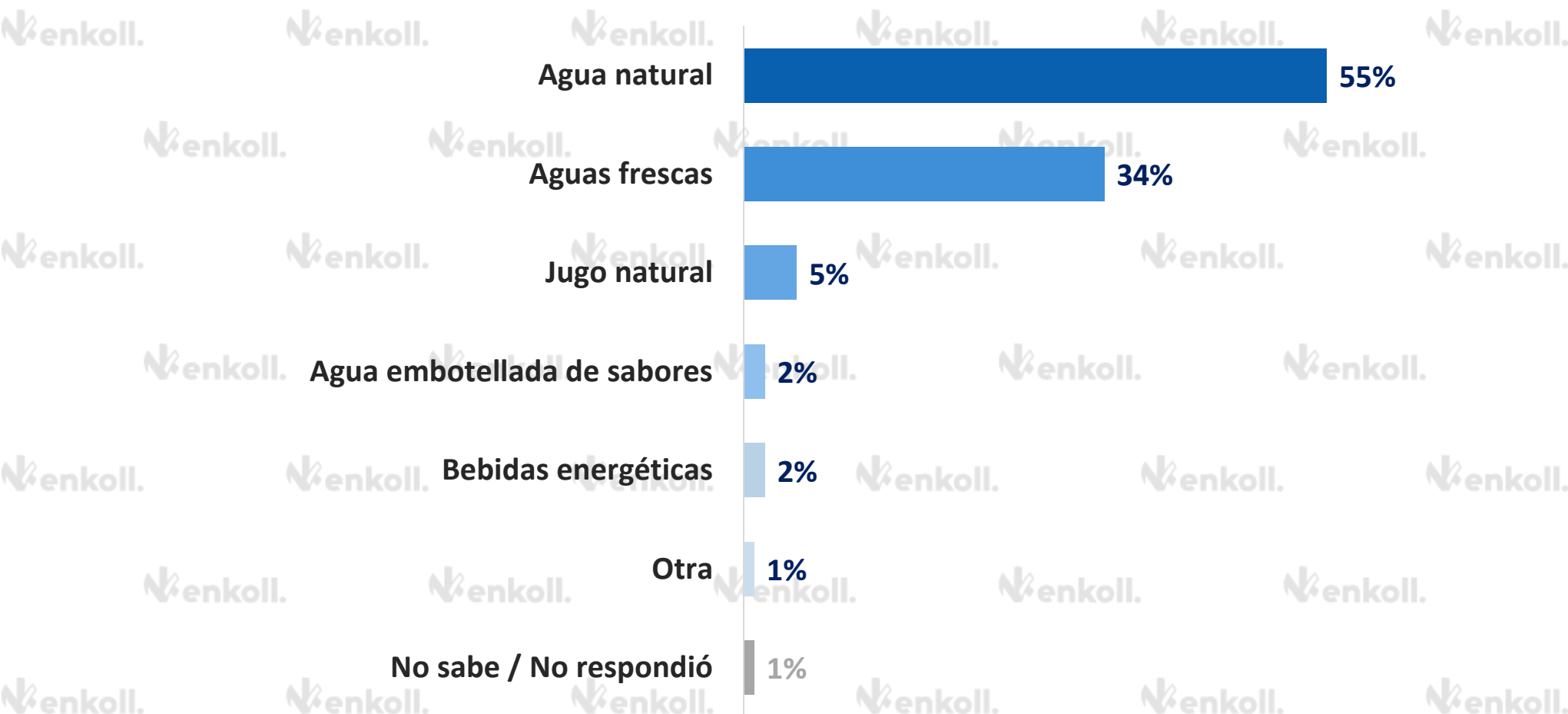
SI SEGUIRÍA COMPRANDO REFRESCOS

¿Hasta cuánto estaría usted de acuerdo en que se incremente el precio de los refrescos? *Del 71% que sí está de acuerdo*



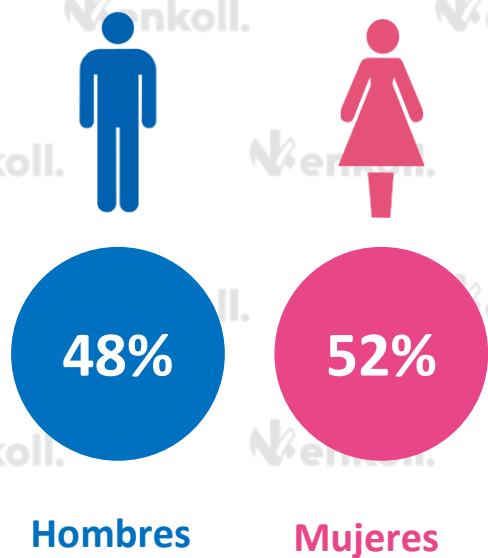
SUSTITUTO AL REFRESCO

¿Cuál es para usted la mejor opción para sustituir su consumo de refrescos?

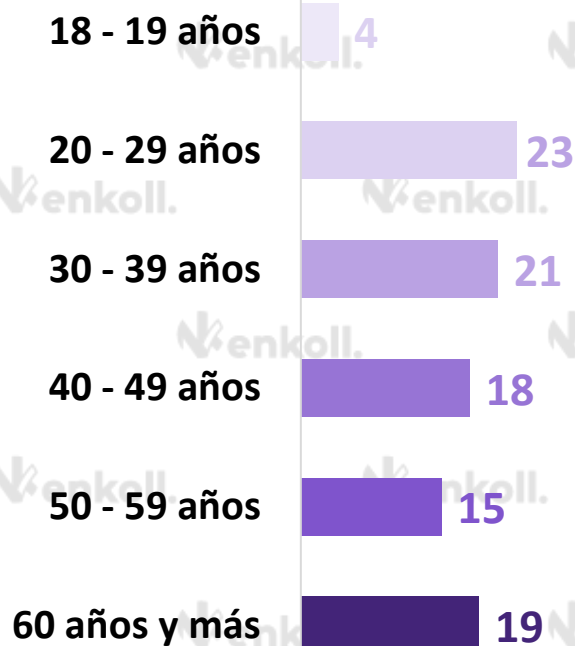


INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA

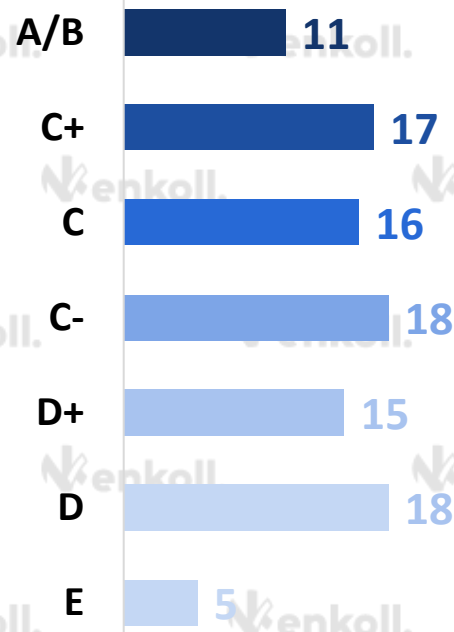
GÉNERO



EDAD

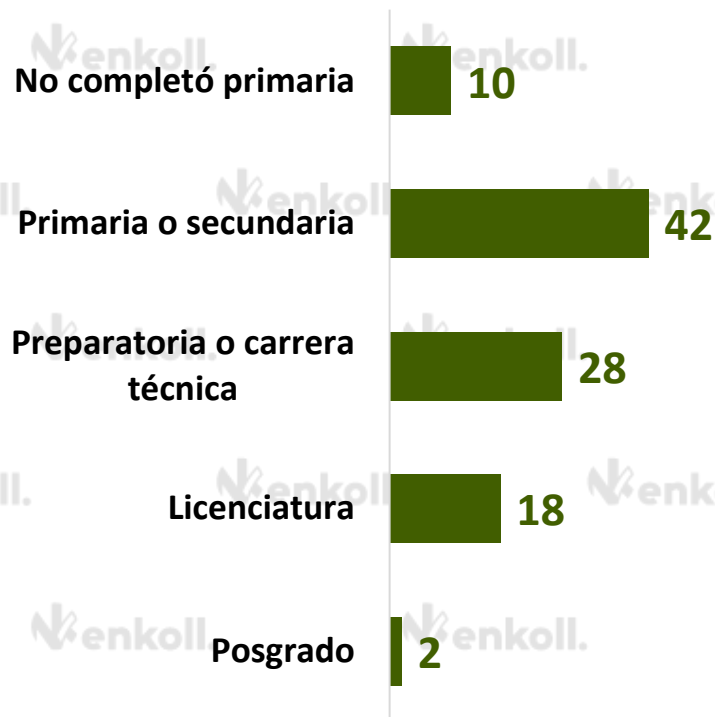


NIVEL SOCIOECONÓMICO



INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA

ESCOLARIDAD



OCUPACIÓN



METODOLOGÍA



1,402 entrevistas efectivas a hombres y mujeres de 18 años y más de todos los niveles socioeconómicos.



Del **28** al **31** de **agosto** de 2025



Entrevistas en vivienda, aplicando un instrumento de recolección (cuestionario) adecuado para los propósitos del estudio.

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

La muestra tiene representatividad para la República Mexicana.

Se realizó una muestra probabilística y polietápica:

- Etapa I. Se seleccionaron Áreas Geoestadísticas Básicas (AGEB) con un muestreo con probabilidad proporcional al tamaño (PPT) de la población.
- Etapa II. Se seleccionan manzanas en cada unidad primaria en muestra usando un muestreo con probabilidad proporcional al tamaño (PPT) de la población.
- Etapa III. Se seleccionan viviendas en cada manzana con muestreo sistemático con arranque aleatorio.

Para una mejor representación de la población se manejan cuotas por género cruzada por rango de edad.

PRECISIÓN Y CONFIANZA

Los resultados tienen un margen de error alrededor de **+/- 2.62%** con un nivel de confianza del **95%**.

Enkoll S.A. de C.V es responsable del patrocinio, diseño y recolección de datos. Para mayor información sobre la metodología de la encuesta, dirija un correo electrónico a: contacto@enkoll.com o comuníquese al (55) 8500 7777.

¡Gracias!

Enkoll S.A. de C.V

contacto@enkoll.com • (55) 8500 7777

www.enkoll.com

POLÍTICA
DE CALIDAD

 @enkoll_

 /enkoll.market.intelligence

 Enkoll Inteligencia de Mercados

enkoll.



Sistema de Gestión
Certificado 102001



Sistema de Gestión
Certificado 302002



Sistema de Gestión
Certificado 112003



Alcance de certificación: Diseño, desarrollo, aplicación e interpretación de estudios de opinión pública y de mercado, tanto cuantitativos como cualitativos.