



Destacan en México medida sobre bebidas azucaradas para cuidar salud

octubre 17, 2025 | 13:48

Ciudad de México, 17 oct (Prensa Latina) La presidenta de México, Claudia Sheinbaum, subrayó el propósito no recaudatorio, sino de salud pública, del aumento al impuesto sobre refrescos, y destacó un acuerdo alcanzado con la industria para disminuir el azúcar en esas bebidas.

“El objetivo es disminuir el consumo de refrescos y evitar mayor diabetes, hipertensión, obesidad en la población”, explicó la jefa del Ejecutivo al referirse al tema, discutido la víspera y esta madrugada en la Cámara de Diputados.

Al intervenir en la conferencia, el subsecretario de Integración y Desarrollo del Sector Salud, Eduardo Clark, aludió a la reciente presentación del paquete económico, con la inclusión de una medida para subir el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) a las bebidas azucaradas.

“México es, desafortunadamente, el principal consumidor per cápita de refrescos en el mundo, y teníamos nosotros (...) una tarea muy clara de buscar que la población tomase menos refresco para reducir las cargas de diabetes, obesidad e hipertensión”, señaló.

Refirió que por primera vez se incorporaba un impuesto hacia las bebidas “light, cero y sin calorías”, pero las empresas refresqueras se acercaron al gobierno y ambas partes llegaron a un acuerdo considerado “altamente beneficioso para la salud pública” de los ciudadanos.

Como resultado, detalló, la administración mantendrá el impuesto para las bebidas calóricas en 3,08 pesos (0,17 dólares) por litro y lo bajará a 1,50 pesos (0,08 dólares) en las “light”, mientras la industria se comprometió a cuatro acciones.

Entre estas, está la reformulación de los refrescos y, en el caso de Coca Cola, el principal participante en el mercado, afirmó que en un año las bebidas con azúcar de su portafolio tendrán 30 por ciento menos azúcar, además de un precio visiblemente menor de las alternativas “light y cero”.

Coca Cola también se comprometió a dejar de publicitar refrescos con niños y adolescentes y las versiones de alto volumen, como la de tres litros, y enfocar su publicidad en adelante, incluyendo la del Mundial de Fútbol, en las bebidas menos dañinas.

“Agradecemos al Congreso de la Unión, a través de la Cámara de Diputados, por haber considerado esta modificación e ingresado como una reserva a la ley del IEPS”, aseveró.