



Baja el consumo de alcohol

* Por Marco Paz Pellat

Según la OMS, desde 2010 se ha registrado una reducción del 6% en el consumo per cápita, con Europa liderando esta disminución con un 12%



El consumo de alcohol ha mostrado una tendencia a la baja a nivel global, influenciado por cambios culturales y políticas públicas. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), desde 2010 se ha registrado una reducción del 6% en el consumo per cápita, con Europa liderando esta disminución con un 12%.

Sin embargo, el consumo excesivo sigue siendo un problema de salud pública, con más de 2.6 millones de muertes anuales atribuidas al alcohol, lo que representa el 4.7% del total de defunciones.

Hay varios elementos que explican esta baja. Por el ejemplo, el movimiento Dry January (Enero Sin Alcohol o Seco), que

se originó en el Reino Unido en 2013, ha ganado popularidad en los años recientes; en 2024, el 18% de los adultos en países como Estados Unidos y Reino Unido participaron, y el 38% redujo su consumo a largo plazo, según datos de la Universidad de Sussex.

En México, donde el alcohol tiene una presencia cultural significativa, también se observa una disminución en su consumo. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) reportó que el consumo per cápita bajó a 4.5 litros anuales en 2023, lo que representa una reducción del 22% en comparación con 2010.

Aun así, el consumo sigue siendo una preocupación: el 40.4% de los adultos



mexicanos consume alcohol en exceso, y casi el 14% de los adolescentes presentan patrones similares. Además, aproximadamente 20 millones de personas enfrentan problemas de adicción al alcohol, muchos de los cuales iniciaron su consumo entre los 13 y 14 años.

Los jóvenes han sido clave en la reducción del consumo: el 30% de los mexicanos entre 18 y 25 años bebe menos que hace una década. La Generación Z (1995-2000) ha mostrado un mayor interés por la salud y el bienestar, lo que ha impulsado el crecimiento del mercado de bebidas sin alcohol. El movimiento Enero Seco ha cobrado fuerza, con 12% de adultos en ciudades como Ciudad de México y Monterrey participando en 2024. En respuesta, las cerveceras locales han incrementado en un 35% la producción de bebidas sin alcohol.

A pesar de estos avances, persisten desafíos. El 18% de los mexicanos aún consume alcohol en exceso de manera ocasional, y existen desigualdades regionales: en estados como Chiapas y

Oaxaca, la reducción ha sido mínima. Además, el 25% de quienes participan en Enero Seco retoman sus hábitos previos en un lapso de tres meses, lo que sugiere que las campañas de concienciación deben complementarse con estrategias de seguimiento y apoyo a largo plazo. El futuro apunta hacia una cultura de moderación. Se proyecta que el mercado de bebidas sin alcohol crecerá un 50% en Latinoamérica para 2027, mientras que la industria del alcohol ha comenzado a diversificar su oferta con opciones bajas en alcohol o sin alcohol. Políticas como el aumento del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) al alcohol en México buscan fomentar hábitos más saludables.

En un mundo donde la salud es prioridad, el alcohol está perdiendo protagonismo, pero su lugar en la sociedad se redefine, no desaparece.

* **Contacto:** Portal: www.marcopaz.mx; Correo: alfil3000@gmail.com, Twitter: [@marcopazpellat](https://twitter.com/marcopazpellat); Facebook: [MarcoPaz/MX](https://www.facebook.com/MarcoPaz/MX); Medio digital: www.ForoCuatro.tv.