



ÍNDICE

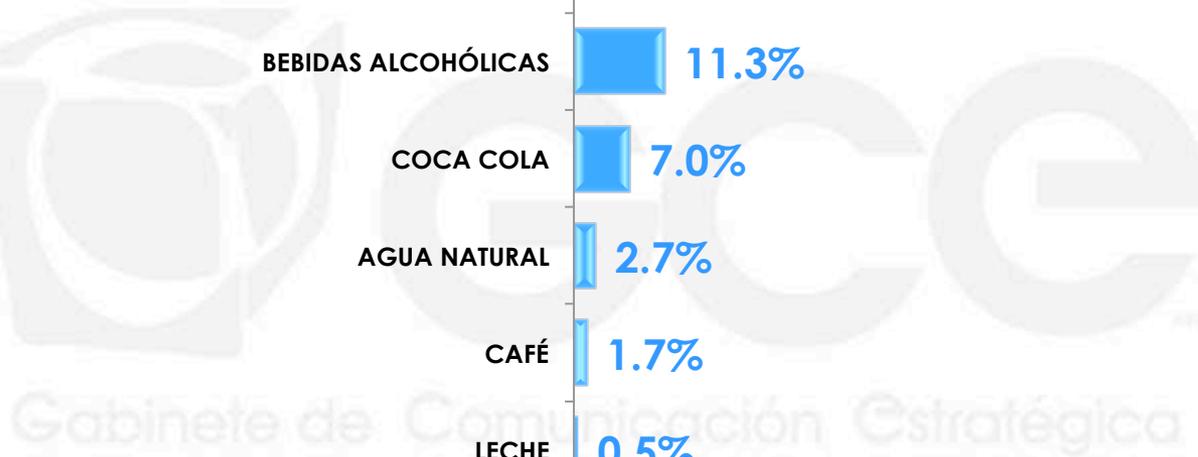
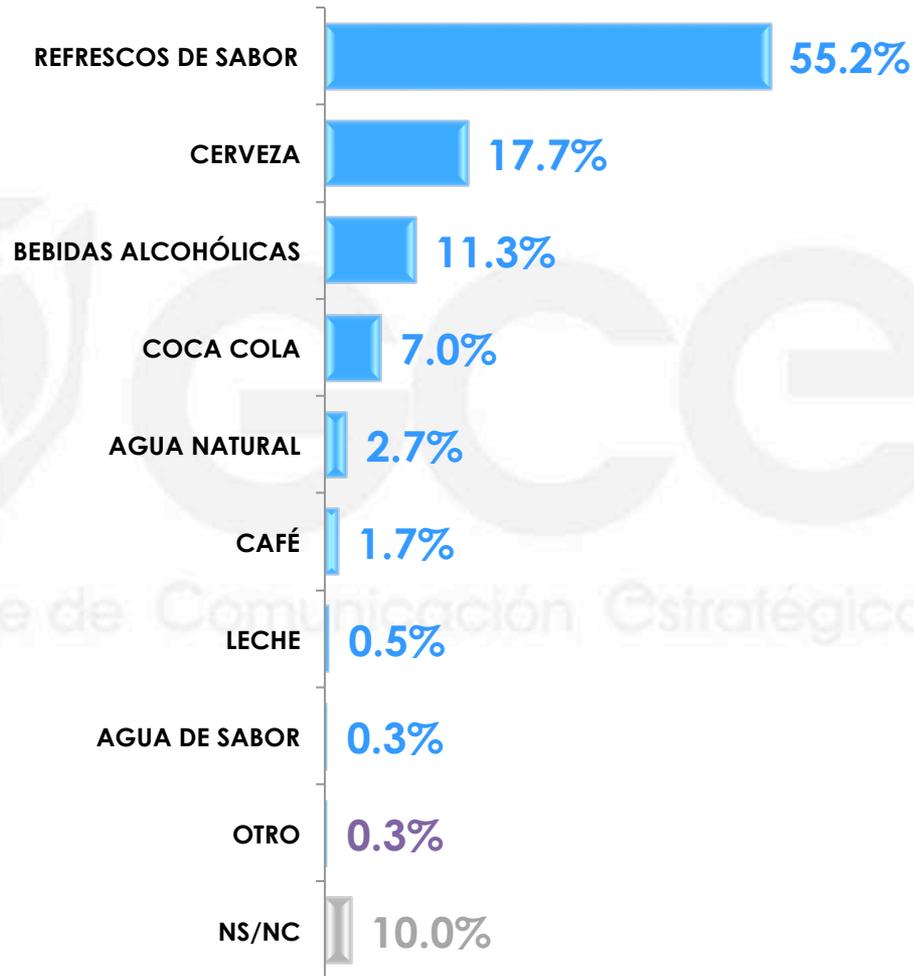
CONSUMO DE BEBIDAS EN LOS MEXICANOS	1
CONSUMO DE AGUA	6
PREFERENCIA DE REFRESCO	11



1

CONSUMO DE BEBIDAS EN LOS MEXICANOS

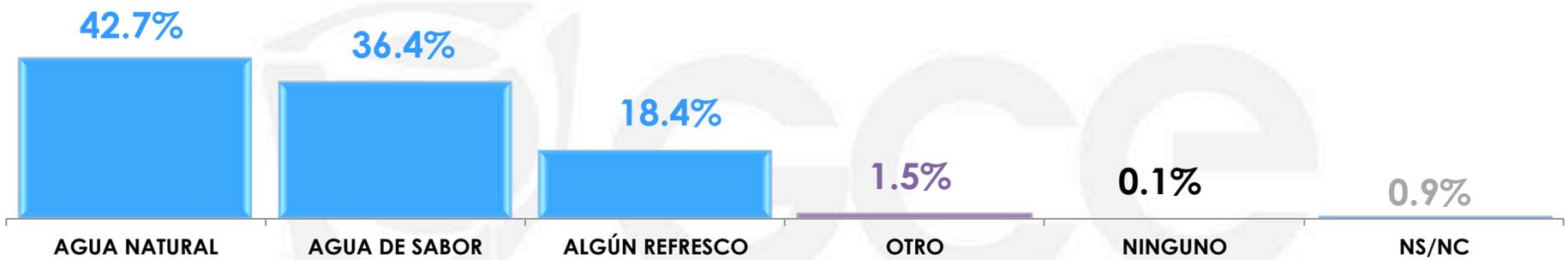
¿Cuál considera usted que es la bebida que más consumen los mexicanos?



¿Cuál considera usted que es la bebida que más consumen los mexicanos?

	REFRESCOS DE SABOR	CERVEZA	BEBIDAS ALCOHÓLICAS	COCA COLA	AGUA NATURAL
Sexo					
MASCULINO	54.6%	18.9%	13.7%	5.6%	4.1%
FEMENINO	58.7%	15.0%	8.1%	9.5%	2.2%
	CAFÉ	LECHE	AGUA DE SABOR	OTRO	NS/NC
Sexo					
MASCULINO	0.9%	0.0%	0.6%	0.4%	1.2%
FEMENINO	1.9%	0.5%	0.3%	0.2%	3.6%

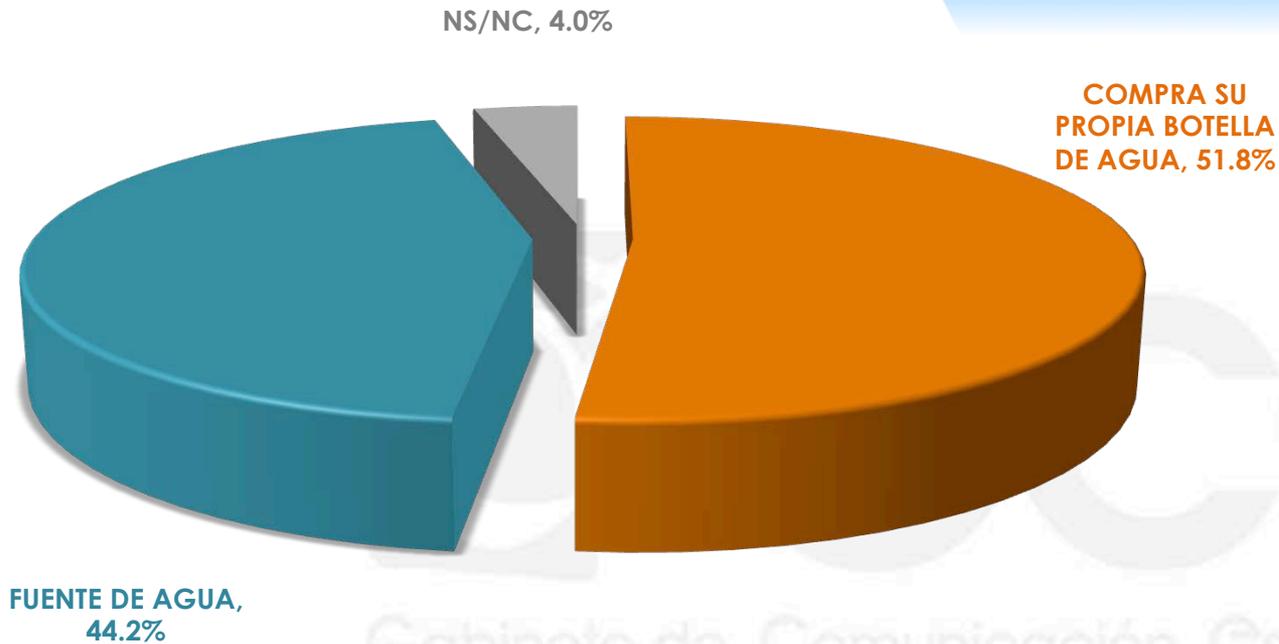
Pensando en cómo suele acompañar su comida, dígame, ¿usted qué prefiere: acompañarla con agua natural, con agua de sabor o con algún refresco?



Gabinete de Comunicación Estratégica

Sexo	AGUA NATURAL	AGUA DE SABOR	ALGÚN REFRESCO	OTRO	NINGUNO	NS/NC
	MASCULINO	39.3%	34.5%	22.5%	2.3%	0.0%
FEMENINO	45.9%	38.2%	14.7%	0.7%	0.2%	0.3%

En su lugar de trabajo o donde pasa la mayor parte del día, ¿existe alguna fuente de agua para su consumo o compra su propia botella de agua?



Gabinete de Comunicación Estratégica

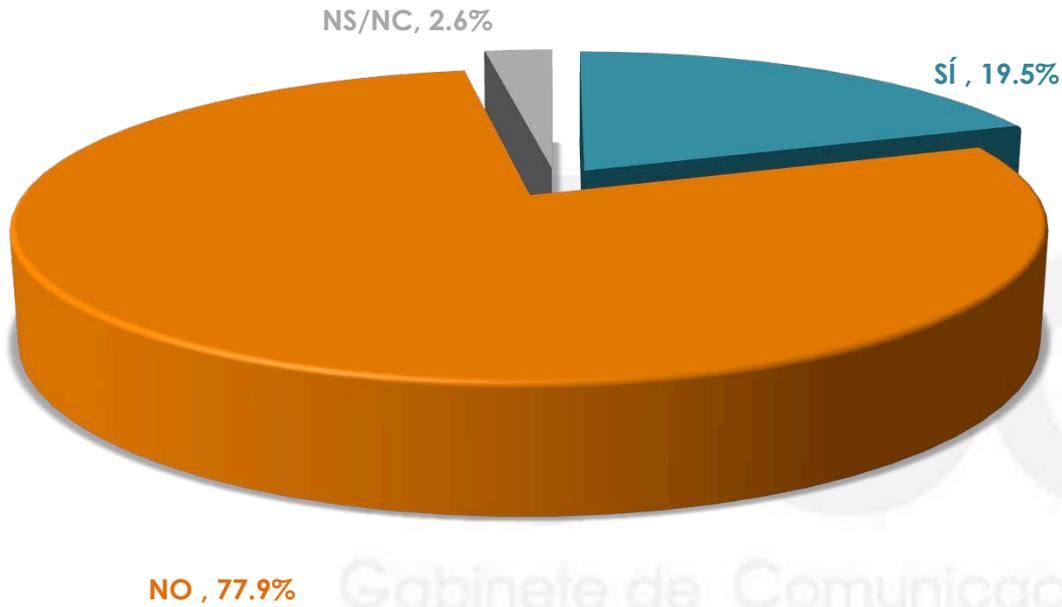
	FUENTE DE AGUA	COMPRA SU PROPIA BOTELLA DE AGUA	NS/NC
Sexo			
MASCULINO	44.8%	49.7%	5.5%
FEMENINO	43.6%	53.8%	2.6%



2

CONSUMO DE AGUA

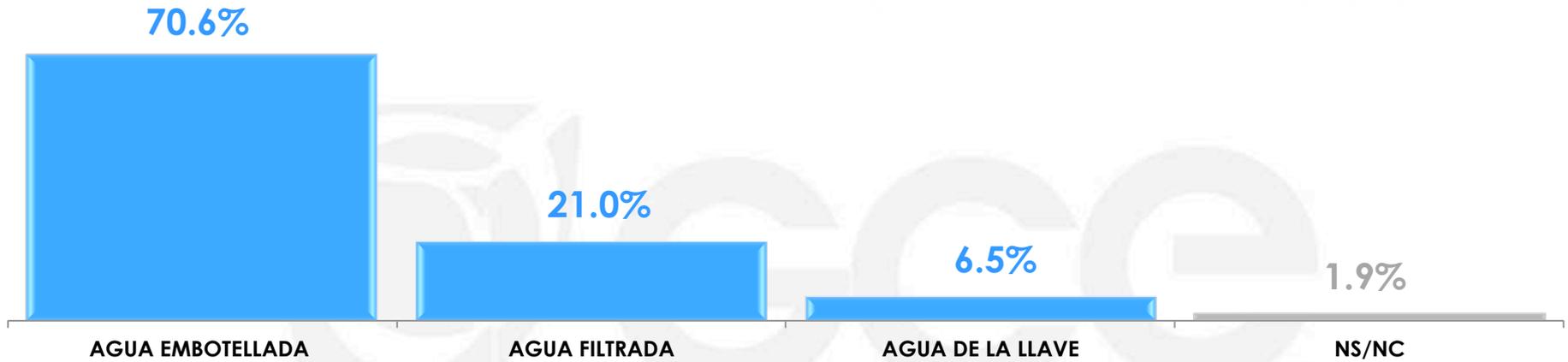
Por lo que usted sabe o ha escuchado,
¿en México se puede beber el agua directamente
de la llave?



Gabinete de Comunicación Estratégica

	SÍ	NO	NS/NC
Sexo			
MASCULINO	20.4%	77.2%	2.4%
FEMENINO	18.7%	78.4%	2.9%

Y dígame, ¿usted normalmente bebe agua embotellada, agua filtrada o la que obtiene directamente de la llave?



Gabinete de Comunicación Estratégica

	AGUA EMBOTELLADA	AGUA FILTRADA	AGUA DE LA LLAVE	NS NC
MASCULINO	67.6%	23.8%	6.3%	2.3%
FEMENINO	73.3%	18.3%	6.7%	1.7%

¿Qué marca de agua prefiere usted consumir?*



Gabinete de Comunicación Estratégica

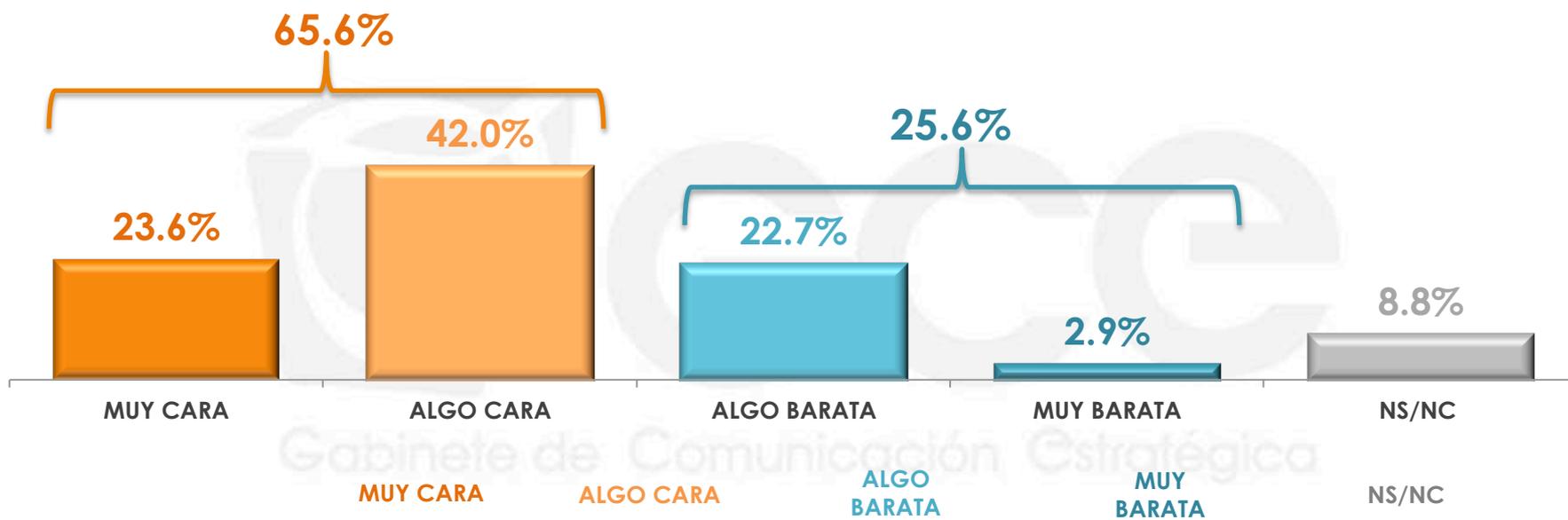
BONAFONT CIEL E-PURA SANTORINI CRISTAL SANTA MARÍA EVIAN OTRO NINGUNA EN ESPECIAL NS/NC

Sexo

	BONAFONT	CIEL	E-PURA	SANTORINI	CRISTAL	SANTA MARÍA	EVIAN	OTRO	NINGUNA EN ESPECIAL	NS/NC
MASCULINO	31.9%	14.4%	10.4%	5.5%	2.8%	0.0%	0.9%	15.2%	11.9%	7.0%
FEMENINO	31.8%	16.1%	15.9%	5.2%	4.4%	1.3%	0.0%	10.6%	8.5%	6.2%

*Esta pregunta la respondieron quienes mencionaron que beben agua embotellada

¿Usted qué tan cara o barata considera que sea el agua que se vende embotellada: muy cara, algo cara, algo barata o muy barata?



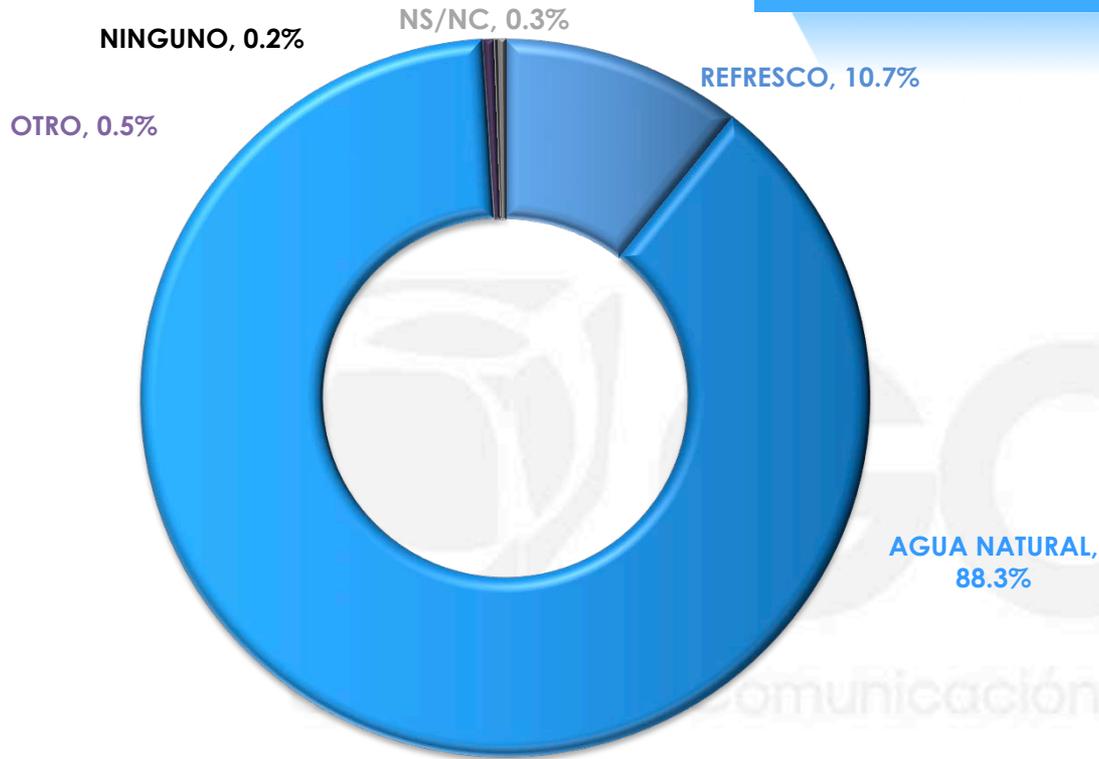
	MUY CARA	ALGO CARA	ALGO BARATA	MUY BARATA	NS/NC
MASCULINO	23.9%	40.4%	23.1%	4.5%	8.1%
FEMENINO	23.4%	43.5%	22.3%	1.3%	9.5%



3

CONSUMO DE REFRESCO

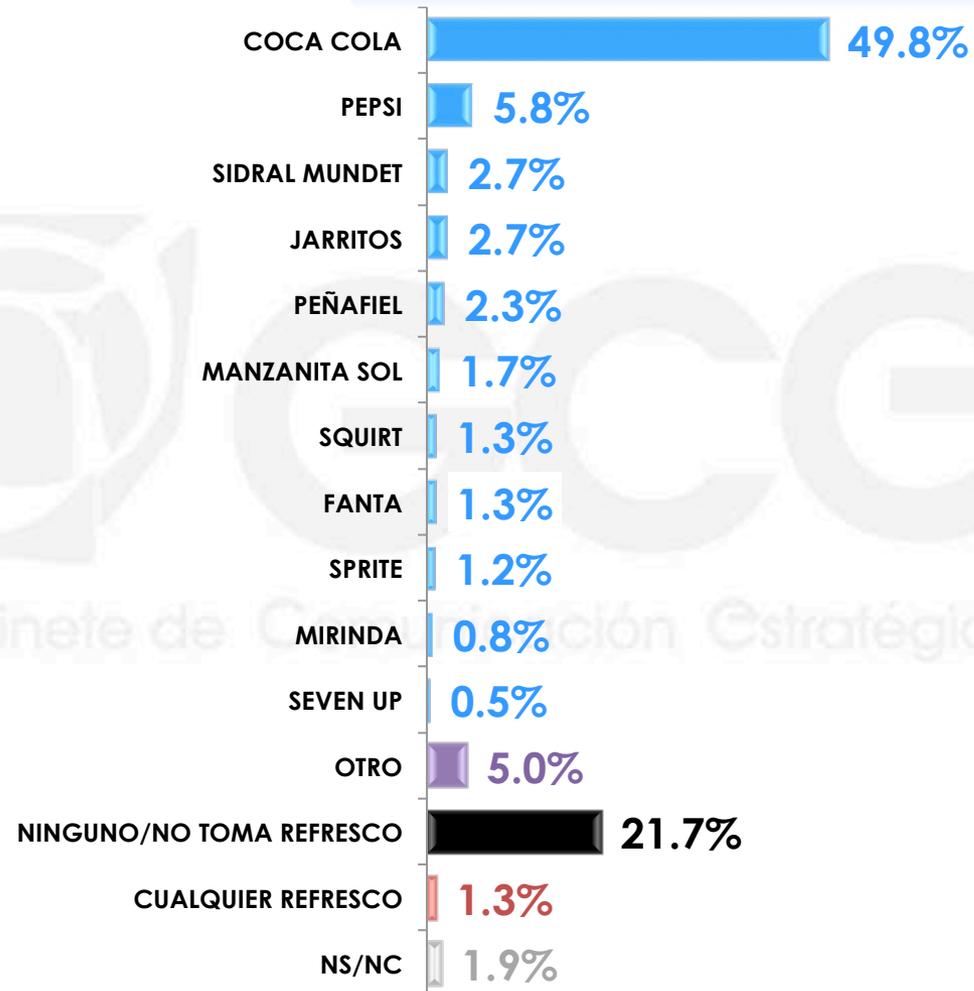
Si le dieran a escoger, ¿usted qué preferiría tomar:
refresco o agua natural?



	REFRESCO	AGUA NATURAL	OTRO	NINGUNO	NS/NC
Sexo					
MASCULINO	12.8%	86.3%	0.4%	0.0%	0.5%
FEMENINO	8.9%	90.1%	0.5%	0.3%	0.2%

n=600

Y, dígame, en cuanto al tema de los refrescos, ¿cuál es su marca de refresco favorita?

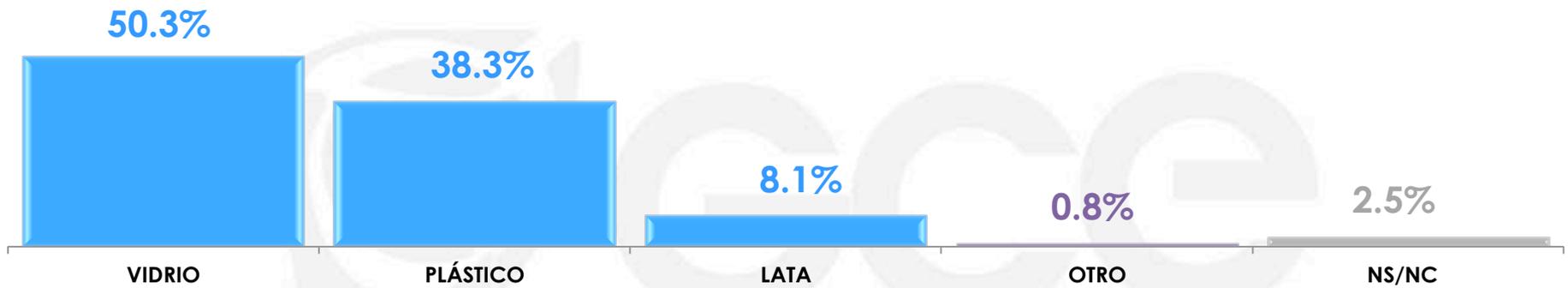


Y, dígame, en cuanto al tema de los refrescos, ¿cuál es su marca de refresco favorita?

	COCA COLA	PEPSI	SIDRAL MUNDET	JARRITOS	PEÑAFIEL	MANZANITA SOL	SQUIRT	FANTA
Sexo								
MASCULINO	54.3%	3.6%	2.1%	2.2%	1.9%	1.3%	1.9%	1.4%
FEMENINO	54.1%	6.0%	2.4%	3.2%	2.0%	1.2%	0.8%	1.1%

	SPRITE	MIRINDA	SEVEN UP	OTRO	NINGUNO/NO TOMA REFRESCO	CUALQUIER REFRESCO	NS/NC
Sexo							
MASCULINO	1.9%	0.0%	1.0%	5.3%	20.4%	2.1%	0.6%
FEMENINO	0.8%	0.9%	0.0%	5.1%	20.1%	0.5%	1.8%

¿En qué presentación prefiere consumir refresco: en botella de plástico, en lata o en botella de vidrio?*



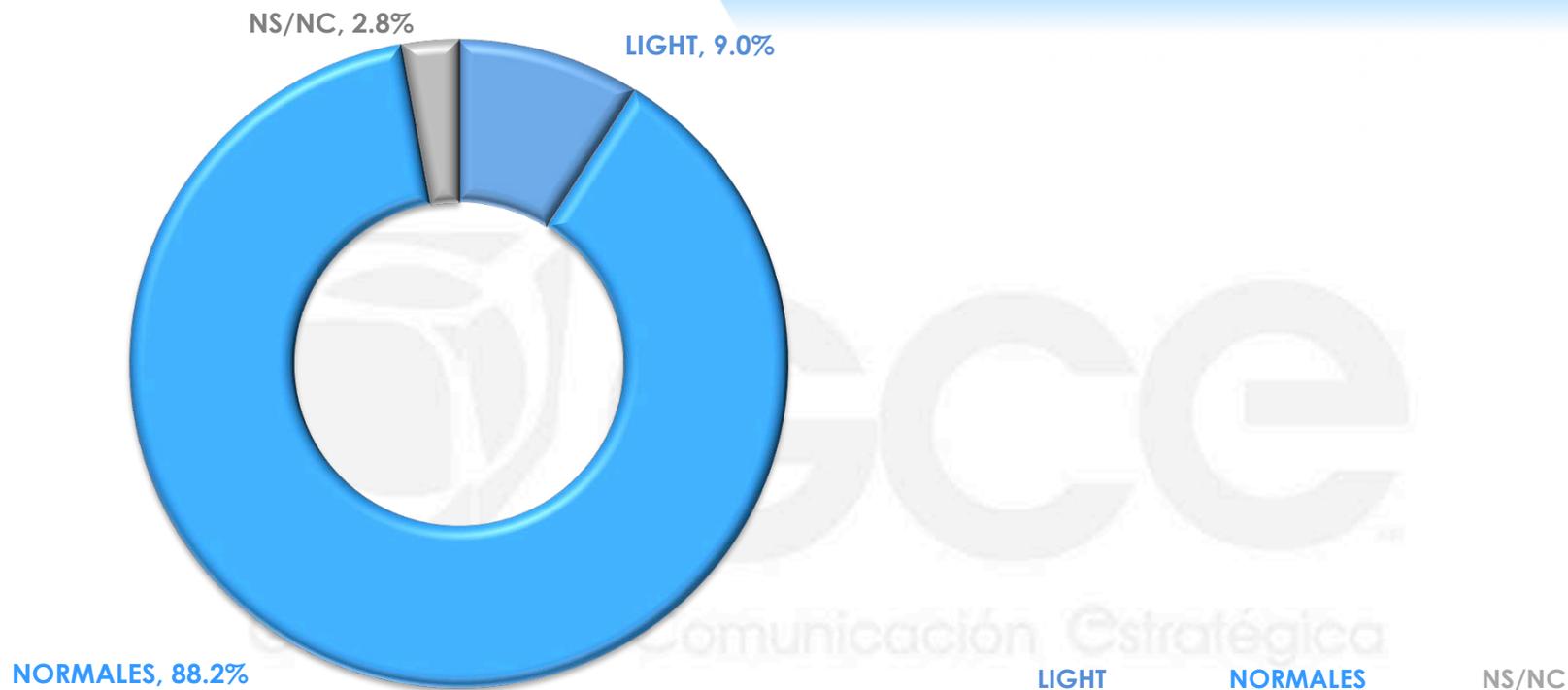
VIDRIO PLÁSTICO LATA OTRO NS/NC

Sexo

	VIDRIO	PLÁSTICO	LATA	OTRO	NS/NC
MASCULINO	58.9%	28.9%	10.9%	0.8%	0.5%
FEMENINO	42.5%	46.9%	5.5%	0.7%	4.4%

*Esta pregunta solo se realizó a quienes mencionaron algún tipo de refresco.

¿Usted qué tipo de refrescos prefiere beber: los light o los normales?*



	LIGHT	NORMALES	NS/NC
MASCULINO	6.9%	90.7%	2.4%
FEMENINO	11.0%	86.0%	3.0%

*Esta pregunta solo se realizo a quienes mencionaron algún tipo de refresco.

De las siguientes afirmaciones que le voy a mencionar sobre los refrescos de cola, como Coca y Pepsi, dígame, para cada una de ellas, si las considera mitos o verdades*

MITO

VERDAD

Ns/Nc

Ayuda cuando se tiene la presión baja

34.6%

56.6%

8.8%

Permite limpiar la taza del baño

33.5%

50.5%

16.0%

Lo mantiene alerta

51.5%

42.8%

5.7%

Es una bebida que crea adicción

20.2%

77.8%

2.0%

n=600

De las siguientes afirmaciones que le voy a mencionar sobre los refrescos de cola, como Coca y Pepsi, dígame, para cada una de ellas, si las considera mitos o verdades*

AYUDA CUANDO SE TIENE LA PRESIÓN BAJA

		MITO	VERDAD	NS/NC
Sexo	MASCULINO	34.5%	57.6%	7.9%
	FEMENINO	34.8%	55.6%	9.6%

PERMITE LIMPIAR LA TAZA DEL BAÑO

		MITO	VERDAD	NS/NC
Sexo	MASCULINO	32.3%	55.0%	12.7%
	FEMENINO	34.7%	46.4%	18.9%

De las siguientes afirmaciones que le voy a mencionar sobre los refrescos de cola, como Coca y Pepsi, dígame, para cada una de ellas, si las considera mitos o verdades*

LO MANTIENE ALERTA

		MITO	VERDAD	NS/NC
Sexo	MASCULINO	50.2%	44.0%	5.8%
	FEMENINO	52.8%	41.7%	5.5%

ES UNA BEBIDA QUE CREA ADICCIÓN

		MITO	VERDAD	NS/NC
Sexo	MASCULINO	23.3%	75.2%	1.5%
	FEMENINO	17.4%	80.3%	2.3%

Universo

- Ciudadanos mayores de 18 años que residen la República Mexicana y cuentan con línea telefónica en su hogar.

Técnica de levantamiento

- Encuesta telefónica realizada el 28 de enero de 2015.

Tamaño de la Muestra y su Precisión Estadística

- Se diseñó una muestra de 600 encuestas, distribuidas en los 31 estados y un Distrito Federal del país para mantener tanto proporcionalidad como dispersión óptimas. Con un nivel de confianza de 95%, el error teórico es de $\pm 3.46\%$ a nivel nacional.
- Los resultados reportados están basados en los estimadores de Horvitz-Thompson, calibrados y redondeados a un decimal.

Marco muestral y selección de la muestra

- Se utilizó como marco de muestreo la lista nominal del INE, actualizada al 5 de mayo de 2014.
- Muestreo estratificado de asignación proporcional al tamaño.