

El consumo de alcohol y tabaco en México: Una perspectiva regional y socioeconómica
Alcohol and tobacco consumption in Mexico: A regional, socioeconomic
perspective

Autores:

Carlos Manuel Milanés Pérez *, cmilanes@uadec.edu.mx

Nicholas P. Sisto **

Pierre-Pascal Gendron ***

*Doctorando, Centro de Investigaciones Socioeconómicas (CISE),

Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC)

Saltillo, México

**Profesor, CISE, UAdeC, Saltillo, México

*** Professor, Faculty of Business and International Development Institute, Humber
Institute of Tecnology & Advance Learning, Toronto, Canada

Artículo Recibido: 20/01/2021 - *Artículo Aceptado:* 23/02/2021 - *Artículo Publicado:* 01/03/2021

Cómo citar este artículo:

Milanés Pérez, C. M., Sisto, N. P., & Pierre-Pascal, G. (2021). El consumo de alcohol y tabaco en México: Una perspectiva regional y socioeconómica. *Caminos de Investigación*, 2(2), 8-18.

Resumen

En México el consumo de bebidas alcohólicas y de productos de tabaco es extendido: en el 2018, los hogares del país destinaron más de 1,000 millones de dólares a estos productos. Este trabajo describe y analiza las decisiones de consumo de alcohol y tabaco por los hogares Mexicanos: gastar o no en ello, y en su caso, cuánto gastar, en lo absoluto así como en proporción a su gasto total en bienes y servicios. Para ello se emplean datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) del 2018. Los resultados revelan tendencias socioeconómicas y patrones regionales significativos. En particular, entre mayor es el poder adquisitivo, mayor la propensión de los hogares a este tipo de consumo y mayor la cuantía del gasto, pero menor la proporción del gasto total destinada a estos productos. Además, en la región Norte del país (colindante con Estados Unidos y con nivel de desarrollo económico relativamente alto) el porcentaje de hogares que gastan en estos productos, la cuantía del gasto así como la proporción del gasto total destinado a ello, supera lo observado en el resto del país. Mientras en la región Sur del país (de menor nivel de desarrollo económico en el contexto nacional), estas tendencias se encuentran perfectamente invertidas. El conocimiento de las características socioeconómicas de los consumidores así como de las realidades regionales del consumo, pudiera contribuir al diseño de intervenciones de política pública en materia de alcohol y tabaco más eficaces y eficientes.

Palabras clave: bebidas alcohólicas, consumo, tabaco, gastos de los hogares, México.

Abstract

Alcoholic beverages and tobacco consumption in Mexico is widespread: in 2018, the country's households allocated more than \$1 billion to these products. This paper describes and analyses alcohol and tobacco consumption decisions by Mexican households: to spend or not on these products and if so, how much to spend in nominal terms as well as in proportion to their total expenditures on goods and services. To this end, data from the 2018 National Household Income and Expenditure Survey (ENIGH) are used. The results reveal significant socioeconomic trends and regional patterns. In particular, households' purchasing power relates positively with their propensity to consume these products and the amount of their expenditure, but negatively with the proportion of total expenditures so allocated. Moreover in the northern region of the country (states bordering the United States and with a relatively high level of economic development), the percentage of households that spend on these products, the amount of expenditure, as well as the proportion of total expenditure so allocated, all exceed values observed in the rest of the country. In contrast, for the country's southern region (states with a relatively low level of economic development), these trends are perfectly reversed. Knowledge of the socio-economic characteristics of consumers, as well as the regional realities of consumption, could contribute to the design of more effective and efficient public policy interventions on alcohol and tobacco consumption.

Key words: alcoholic beverages, consumption, tobacco, household expenditures, México.

Introducción

En México el consumo de bebidas alcohólicas (principalmente, cerveza y algunos destilados tales como el ron o el tequila) así como de productos de tabaco (principalmente, cigarrillos), es extendido. Se estimó que, en el 2018, más de 3.3 millones de hogares mexicanos destinaban regularmente parte de sus gastos a las bebidas alcohólicas y/o el tabaco - alrededor del 10% del total de los hogares del país - por un monto total superando los 1,000 millones de dólares (1USD= 20 MXP), según estimaciones del autor. También existe evidencia de consumo excesivo (5 o más porciones diarias) de alcohol (Velázquez, et. al, 2017) así como de consumo diario de cigarrillos, incluso entre menores de edad (Shigemitsu, et. al, 2017). Por otra parte, las bebidas alcohólicas y el tabaco son objeto de una amplia gama de medidas para limitar su consumo, por ejemplo, la aplicación de impuestos especiales, los cuales generan una importante recaudación para el gobierno federal (Milanés, 2020).

Este trabajo parte de la siguiente premisa: para optimizar las políticas públicas en torno al alcohol y el tabaco, ante todo hay que *conocer al consumidor*. En este sentido, se ofrece un análisis de las decisiones de compra de alcohol y tabaco por parte de los hogares, siguiendo la amplia literatura enfocada a otros tipos de productos, por ejemplo, Rodríguez y Berges (1998), Rojas-Ramírez y Cuéllar-Rojas (2014), Martínez y Becerra (2001). Además, este trabajo plantea una perspectiva regional, donde se considera explícitamente la ubicación de los hogares en el territorio nacional como factor para sus decisiones de consumo.

El resto del artículo se organiza de la siguiente manera. La sección de Metodología describe los datos empleados y su tratamiento, define las variables de interés y expone los

métodos aplicados. La sección siguiente de Resultados y Discusión presente e interpreta estadísticas descriptivas, mapas, figuras y resultados de regresiones. Finalmente, la última sección ofrece conclusiones.

Metodología

La principal fuente de datos para este estudio es la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) del 2018 (INEGI, 2018a). Se capturó para cada hogar “ i ” encuestado ($i=1, \dots, 74\ 467$) las siguientes cantidades: gasto total en bienes y servicios (G_i), gasto en bebidas alcohólicas (G_i^A) y gasto en tabaco (G_i^T), en pesos mexicanos y por trimestre. Además, en cada caso se recogió información acerca de la ubicación del hogar: lugar de residencia (una de las 32 entidades federativas de México – 31 estados más la capital federal, Ciudad de México) así como el tipo de localidad (urbano o rural).

Con base a esta información, se construyeron tres pares de variables. El primer par identifica los hogares con gasto en bebidas alcohólicas (y_i^A) o tabaco (y_i^T):

$$(1) \quad \begin{aligned} y_i^A &= 1 \text{ si } G_i^A > 0 & y_i^T &= 1 \text{ si } G_i^T > 0 \\ &= 0 \text{ si } G_i^A = 0 & &= 0 \text{ si } G_i^T = 0 \end{aligned}$$

Para los hogares con gasto en bebidas alcohólicas o tabaco, el segundo par de variables consta de estos gastos: G_i^A y G_i^T . Las últimas dos variables miden la proporción de estos gastos dentro del gasto total en bienes y servicios del hogar (g_i^A y g_i^T):

$$(2) \quad g_i^A = G_i^A / G_i \quad g_i^T = G_i^T / G_i$$

El análisis de estas seis variables procede en dos etapas. Primero, se describe la distribución de los valores con respecto a la ubicación de los hogares en el territorio nacional, así como su poder adquisitivo según su posición en la escala de deciles de gasto total en bienes y servicios. Segundo, se procede con un análisis de regresión. En el caso del par de variables definidas en (1), la regresión es de tipo Logit con el siguiente formato general:

$$(3) \quad y_i = f(\ln G_i, \text{URBANO}, \text{NORTE}, \text{SUR}, \text{PIB}_i)$$

En (3) el primer término a la derecha representa el logaritmo del gasto total del hogar; el segundo término (*URBANO*), una variable dicotómica con valor “1” (“0”) si el hogar radica en una localidad de tipo urbano (rural); los siguientes dos términos son variables dicotómicas con valor “1” si el hogar radica en unos de los seis estados del norte del país (Tamaulipas, Nuevo León, Coahuila, Chihuahua, Sonora, Baja California), o uno de los tres estados del sur del país (Guerrero, Oaxaca, Chiapas). El último término se refiere al Producto Interno Bruto (*PIB*) de la entidad federativa donde radica el hogar, información obtenida de la agencia estadística federal (INEGI, 2018b).

Para las demás cuatro variables (gastos absolutos y proporcionales), las regresiones son de Mínimos Cuadrados Ordinarios. Incluyen las mismas variables independientes

contempladas (3), pero el término de gasto total es neto del gasto en alcohol, o gasto en tabaco, según sea el caso.

Resultados y Discusión

De los 74,647 hogares observados, 4.72% reportaron gasto en bebidas alcohólicas y 5.13%, en tabaco. El porcentaje de hogares con gasto en estos productos presenta una gran dispersión entre las entidades federativas del país; lo mismo se observa con respecto a la cuantía del gasto, en lo absoluto y en proporción al gasto total de los hogares (Tabla 1). Además, los datos sugieren la existencia de ciertos patrones regionales; por ejemplo, en el caso del porcentaje de hogares con gasto en bebidas alcohólicas o en tabaco, los estados del Norte presentan valores relativamente altos, mientras que los estados del Sur, valores relativamente bajos (Figura 1).

Tabla 1.

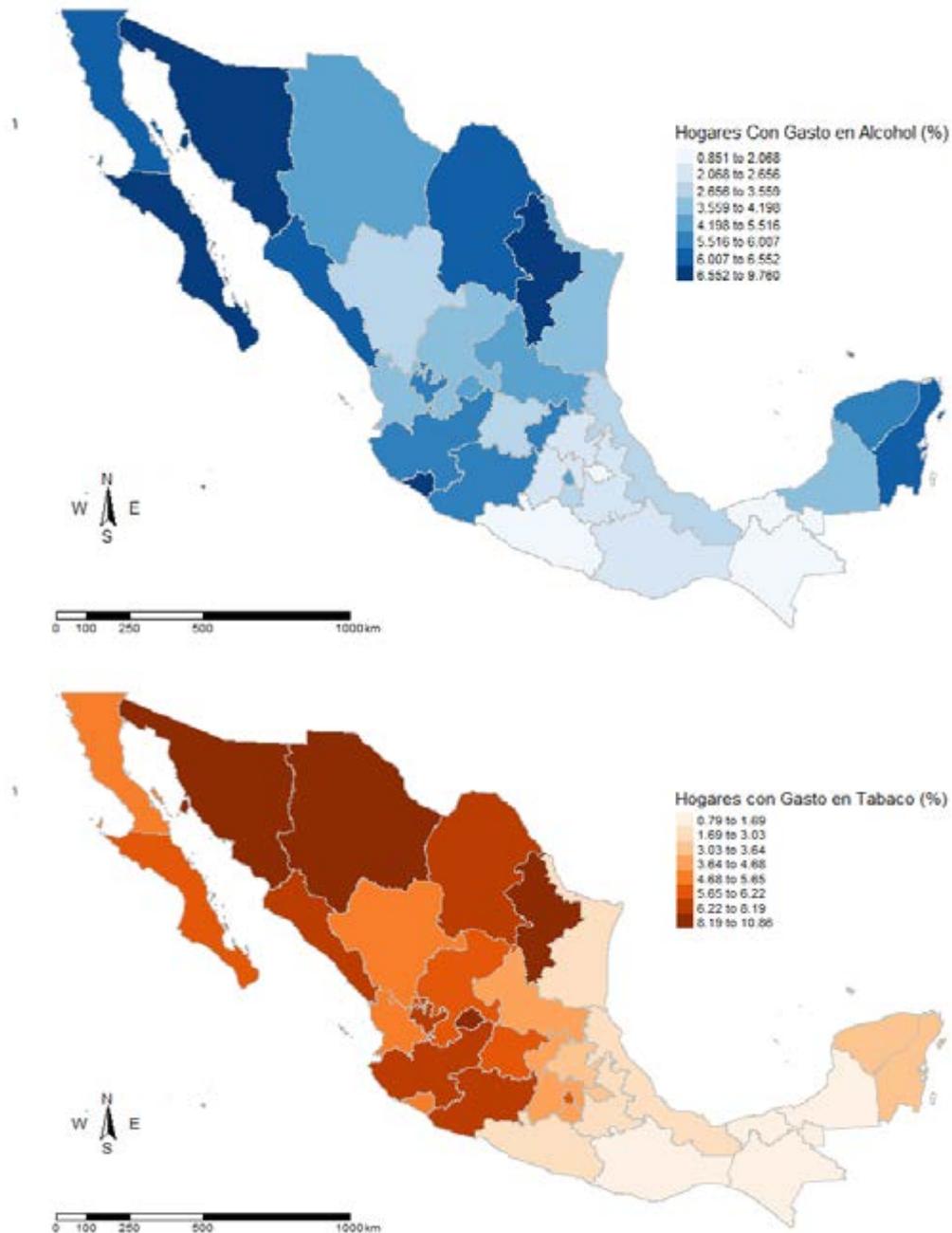
Bebidas alcohólicas y tabaco en los hogares de México: porcentaje de hogares con gasto, gasto promedio (\$) y gasto en proporción al gasto total (%), 2018.

	Mínimo (Entidad)	Promedio Nacional	Máximo (Entidad)
<i>Bebidas alcohólicas</i>			
Hogares con gasto (%)	0.85 (Chiapas)	4.72	9.76 (Nuevo León)
Gasto (\$)	1,105 (Hidalgo)	2,097	2,755 (Veracruz)
Gasto (% del gasto total)	3.63 (Aguascalientes)	5.09	8.18 (Veracruz)
<i>Tabaco</i>			
Hogares con gasto (%)	0.79 (Tabasco)	5.13	10.86 (Sonora)
Gasto (\$)	473 (Tabasco)	1,108	1,455 (Tamaulipas)
Gasto (% del gasto total)	1.51 (Chiapas)	2.92	6.30 (Tamaulipas)

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIGH 2018.

Figura 1.

Hogares con gasto en alcohol (arriba), en tabaco (abajo), porcentaje del total de hogares, por entidad federativa, 2018.



Nota: Datos ofrecidos por ENIGH (2018). Fuente: Elaboración propia. Los valores reflejados en los mapas son cálculos del autor.

La relación entre los gastos en alcohol o tabaco y el poder adquisitivo de los hogares es nítida (Figura 2). A mayor poder adquisitivo, mayor el porcentaje de hogares con gasto en bebidas alcohólicas: 11.7% de los hogares del Decil 10 (de mayor poder adquisitivo) gastan en bebidas alcohólicas, versus 1.8% de los hogares del Decil 1 (de menor poder adquisitivo). En el caso del tabaco, la tendencia es menos sistemática, no obstante, el porcentaje de

hogares con este gasto en el Decil 10 (8.3%) casi triplica lo observado para los hogares del Decil 1 (3.0%). Para los hogares que sí gastan en estos productos, la cuantía del gasto se relaciona claramente y positivamente con su posición en la escala de deciles de gasto total. Los hogares del Decil 10 gastan arriba de tres veces más en bebidas alcohólicas o en tabaco que los hogares del Decil 1.

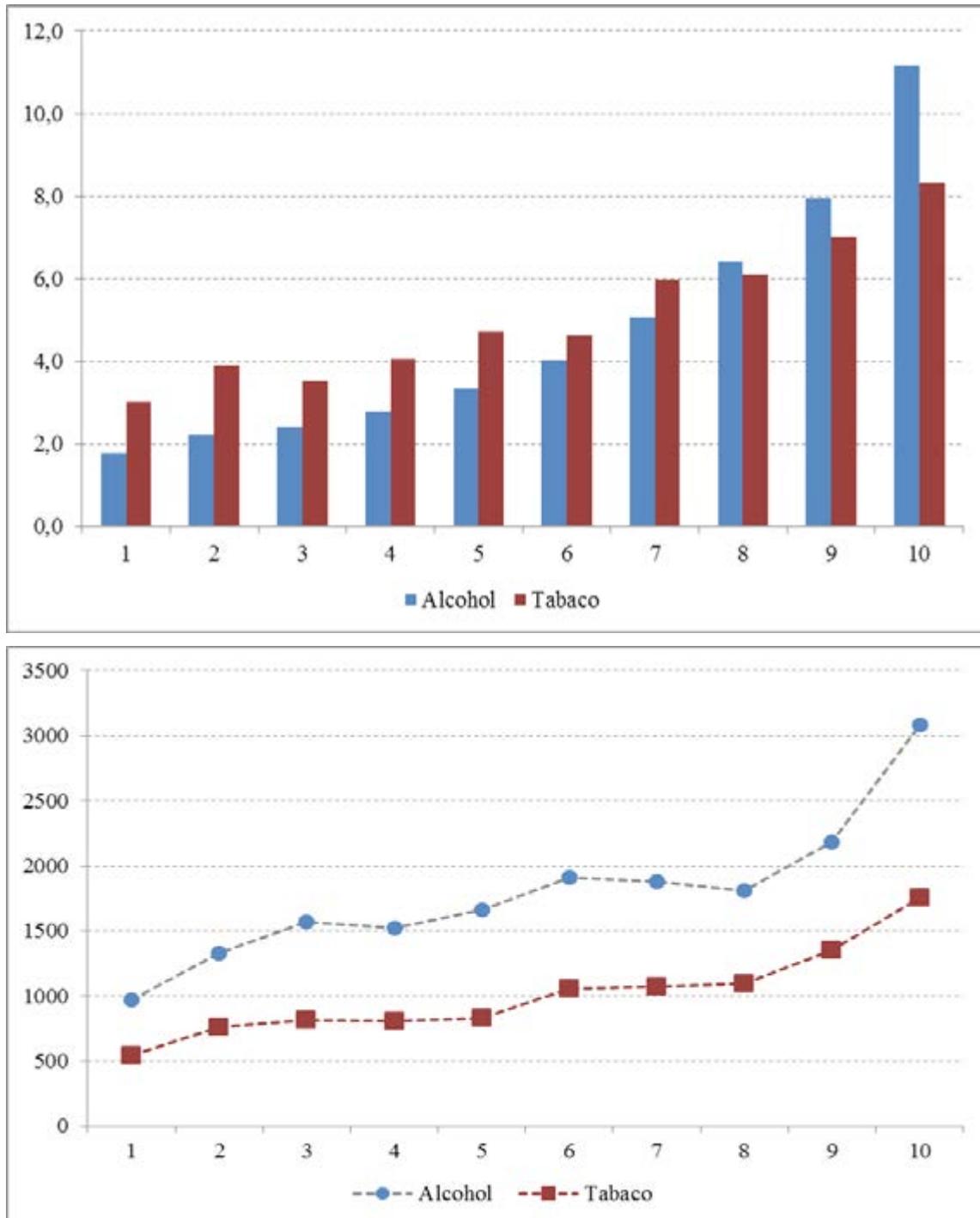
Los resultados del análisis de regresión confirman la importancia del poder adquisitivo en las decisiones de consumo de los hogares, tanto para las bebidas alcohólicas (Tabla 2) como para el tabaco (Tabla 3). Para ambos productos, a mayor poder adquisitivo, mayor la propensión de los hogares a gastar en estos productos y mayor la cuantía del gasto. Por otra parte, entre los hogares consumidores, a mayor poder adquisitivo, menor la proporción del gasto total destinada al alcohol o el tabaco. En todos los casos, el efecto del poder adquisitivo es altamente significativo estadísticamente (99%) y además, en el caso de la decisión de gastar o no, esta variable explica gran parte de la variación encontrada en los datos (alrededor de 95% para ambos productos).

Adicionalmente, los resultados revelan la existencia de patrones regionales estadísticamente significativos. Los hogares residentes en los seis estados del Norte, *ceteris paribus* son más propensos a gastar en estos productos, gastan más en lo absoluto y destinan una mayor proporción de su gasto total a este consumo, en comparación a los hogares ubicados en el resto del país. Para los hogares residentes en los tres estados del Sur, estas relaciones se invierten perfectamente, aunque con un menor nivel de significancia estadística.

Los hogares radicados en localidades urbanas son menos propensos a gastar en bebidas alcohólicas, y gastan menos en ello, que sus contrapartes rurales. En contraste en el caso del tabaco, los hogares urbanos presentan una mayor propensión a gastar, pero su gasto no difiere significativamente de lo observado en el medio rural. Finalmente, el PIB de la entidad federativa de residencia de los hogares estimula las decisiones de gasto de los hogares; para el tabaco, los efectos presentan un menor nivel de significancia estadística que en el caso de las bebidas alcohólicas.

Figura 2.

Arriba: Hogares con gasto en bebidas alcohólicas o tabaco (% del total de hogares); Abajo: gasto de los hogares en bebidas alcohólicas o tabaco (\$MXP); por decil de gasto total en bienes y servicios, 2018.



Nota: Datos ofrecidos por ENIGH (2018). Fuente: Elaboración propia. Los valores reflejados son cálculos del autor.

Tabla 2.
Decisiones de consumo, bebidas alcohólicas: resultados de regresión.

Variable Dependiente								
(Modelo de Regresión)	Cons.	ln G	URBANO	NORTE	SUR	PIB	Ajuste	Obs. (#)
Hogares con gasto (%)	-10.94***	0.0347***					95.3%	74581
y_i^T	-10.18***	0.0343***	-0.0052***	0.0155***	-0.0318***		95.3%	74581
(Logit)	-10.87***	0.0340***	-0.0054***	0.0146***	-0.0286***	0.0299***	95.3%	74581
Gasto (\$)	-6381.2***	809.3***					6.1%	3521
G_i^T	-6588.0***	830.5***	-242.1***	317.7***	-424.5*		6.6%	3521
(MCO)	-6548.3***	824.2***	-256.3***	260.6***	-276.2	1512.9**	6.7%	3521
Gasto (% del gasto total)	0.0497***	-0.5880***					18.6%	3521
g_i^T	0.5914***	-0.0500***	-0.0034	0.0098***	-0.0263***		19.1%	3521
(MCO)	0.5845***	-0.0503***	-0.0040	0.0074**	-0.0202**	0.0627***	19.3%	3521

Nota: Significancia: *90%, **95%, ***99%

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIGH 2018.

Tabla 3.

Decisiones de consumo, tabaco: resultados de regresión.

Variable Dependiente (Modelo de Regresión)	Cons.	$\ln G$	URBANO	NORTE	SUR	PIB	Ajuste	Obs. (#)
Hogares con gasto (%)	-6.99***	0.0198***					94.9%	74581
y_i^T	-6.54***	0.0193***	0.0031*	0.0154***	-0.0586***		94.9%	74581
(Logit)	-6.49***	0.0174***	0.0033*	0.0163***	-0.0610***	0.0230**	94.9%	74581
Gasto (\$)	-3377.1***	443.8***					8.0%	3827
G_i^T	-3403.8***	445.3***	-34.84	158.41***	-219.9*		8.4%	3827
(MCO)	-3451.9***	442.1***	-35.43	130.9*	-169.5	545.8*	8.4%	3827
Gasto (% del gasto total)	0.3639***	-0.0312***					18.3%	3827
g_i^T	0.3631***	-0.0311***	-0.0025	0.0076***	-0.0168***		18.8%	3827
(MCO)	0.3613***	-0.0312***	-0.0025	0.0067**	-0.0150***	0.0361	18.9%	3827

Nota: Significancia: *90%, **95%, ***99%

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENIGH 2018.

Conclusiones

Las decisiones de consumo de bebidas alcohólicas y tabaco por los hogares mexicanos presentan significativas tendencias y patrones. Gastar o no gastar en estos productos, y en su caso, cuanto gastar (en lo absoluto y en proporción al gasto total del hogar), se relaciona fuertemente con el poder adquisitivo de los hogares, así como su ubicación en el territorio nacional.

En el ámbito nacional, los hogares más pudientes son los más propensos a gastar en bebidas alcohólicas y en tabaco, además gastan mucho más en ello que los hogares de menor poder adquisitivo. Sin embargo, para los hogares consumidores, la proporción del gasto total dedicada a estos productos se relaciona inversamente con su poder adquisitivo.

En lo regional, se distingue el Norte del país - la región de mayor desarrollo económico e integración al comercio con los Estados Unidos - del resto del país, con hogares más propensos a gastar en bebidas alcohólicas o tabaco, y gastos en estos productos más altos tanto en lo absoluto como en proporción al gasto familiar. De igual forma, se distingue el Sur del país - la región de menor desarrollo industrial y mayor proporción de población indígena - pero con tendencias perfectamente invertidas con respecto al Norte: hogares menos propensos a gastar en bebidas alcohólicas o tabaco, y gastos en estos productos menores tanto en lo absoluto como en proporción al gasto familiar. También existen diferencias significativas entre los hogares radicados en localidades urbanas versus sus contrapartes rurales: los últimos presentan mayor propensión a gastar en bebidas alcohólicas y los primeros, en tabaco.

En conjunto, los resultados evidencian que el consumo de bebidas alcohólicas y tabaco en México no es aleatorio y que tampoco se reparte de manera uniforme entre la población. Ello plantea un reto para las políticas públicas en torno al consumo de alcohol y tabaco, las cuales tienden a ser nacionales y no reconocen la heterogeneidad del fenómeno. Sin embargo, también apunta a oportunidades para el diseño de intervenciones mejor enfocadas y potencialmente más eficaces y eficientes.

Bibliografía

Adicciones, C. N. contra las. (2017). *Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco, ENCODAT 2016-2017*. [gob.mx](http://www.gob.mx). Recuperado 10 de enero de 2021, de <http://www.gob.mx/salud%7Cconadic/acciones-y-programas/encuesta-nacional-de-consumo-de-drogas-alcohol-y-tabaco-encodat-2016-2017-136758>

INEGI a. Encuesta Nacional De Ingreso y Gastos de los Hogares (2018). Nueva Serie. (ENIGH). Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2018>.

INEGI b. Banco de Información Económica (2018). (BIE). Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/sistemas/bie>.

- Martínez, I., y Becerra, P. (2001). Importancia del consumo de carnes, pescados y mariscos en la alimentación en México. Efectos del ingreso y factores socioeconómicos sobre su gasto. *Ensayos*, XX, 1-52.
- Milanés, C.M. (2020). *Alcohol y Tabaco en México: Impuestos Especiales y Patrones de Gasto por los Hogares*. (Tesis de Maestría inédita). Centro de Investigaciones Socioeconómicas. Universidad Autónoma de Coahuila. México.
- Rodríguez, E. y Berges, M. (1998). Algunos modelos alternativos que explican las decisiones de consumo e alimentos. Un intento de aplicación empírica. *Anales de la Asociación Argentina de Economía Política*. *Asociación Argentina de Economía Política*. Número 1354.
- Rojas-Ramírez, N., y Cuéllar-Rojas, C. A. (2014). *Análisis de los factores que inciden en la decisión de compra de productos orgánicos en Santiago de Cali*. (Tesis de Licenciatura inédita). Universidad Autónoma de Occidente. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Santiago de Cali. Colombia.
- Shigemitsu, L. R., Arciniega, L. Z., Ballesteros, W. P., Torres, D. G., Beundía, J. G., Andrade, M. R., Alvarado, M. (2017). *Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco 2016-2017: Reporte de Tabaco* (Secretaría de Salud ed.). Ciudad de México: INPRFM. Disponible en :<https://www.gob.mx/salud/conadic/acciones-y-programas/encuesta-nacional-de-consumo-de-drogas-alcohol-y-tabaco-encodat-2016-2017-136758>.