

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA UN ARTICULO 57 BIS A LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, A CARGO DE LA DIPUTADA ELDA ESTHER DEL CARMEN CASTILLO QUINTANA, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA.

Quien suscribe, Elda Esther del Carmen Castillo Quintana, diputada federal integrante del Grupo Parlamentario de Morena en la LXVI Legislatura de la Cámara de Diputados del honorable Congreso de la Unión, con fundamento en los artículos 71, fracción II; 72, 73, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y observando lo dispuesto en los artículos 6, numeral 1, fracción I, y artículo 77, numeral 1, y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, somete a consideración de esta soberanía, la siguiente iniciativa con proyecto de decreto por el que se adiciona un artículo 57 bis a la Ley Federal de Protección al Consumidor, al tenor de la siguiente:

Exposición de Motivos

Para todo ser humano, el agua está considerada como el recurso natural máspreciado y esencial en nuestras vidas, además de ser uno de los derechos humanos fundamentales, mismo que se encuentra plasmado en las leyes mexicanas y todo tratado internacionales de los que México forma parte. Su reconocimiento y garantía son parte de aquellos pilares indispensables que aseguraran las condiciones de igualdad, justicia social y dignidad humana.

El artículo 4º, párrafo sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, expresa el derecho humano al agua, señalando que:

“Toda persona tiene derecho al acceso, disposición y saneamiento de agua para consumo personal y doméstico en forma suficiente, salubre, aceptable y asequible. El Estado garantizará este derecho y la ley definirá las bases, apoyos y modalidades para el acceso y uso equitativo y sustentable de los recursos hídricos”

La Suprema Corte de Justicia de la Nación ha señalado que los derechos sociales reconocidos en la Constitución como el acceso al agua integran parte del mínimo vital indispensable para la vida digna, lo que obliga a todas las autoridades a adoptar medidas legislativas y administrativas que permitan materializarlo en condiciones reales de accesibilidad.¹

Tanto el anterior precepto constitucional, así como las resoluciones de la Corte, logran mandar al Estado mexicano y a sus tres niveles de gobierno, el hacer efectivo este derecho que beneficia a toda persona, sin discriminación y bajo los principios de accesibilidad, calidad y asequibilidad.

Cada uno de estos principios responde también a los estándares internacionales en que se delimita el derecho al agua. La accesibilidad implica que toda persona debe

¹ Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN). (2013). *Amparo en Revisión 631/2012*. Tesis sobre el mínimo vital y derechos sociales. México: SCJN

disponer de la cantidad necesaria para cubrir sus necesidades básicas de consumo e higiene; la calidad supone que el agua debe ser apta para el consumo humano, libre de riesgos para la salud y la asequibilidad establece que el costo del agua no debe convertirse en un obstáculo que impida su disfrute, lo que en el contexto de la presente iniciativa cobra relevancia fundamental.²

En este sentido, es necesario que se logren establecer ciertas obligaciones que ayuden a regular no solo la disponibilidad material del agua, sino también las condiciones económicas y de acceso que permitan a la ciudadanía contar con este recurso en términos justos, evitando abusos de mercado que vulneren la esencia de este derecho humano.

El Estado mexicano, en consecuencia, no puede permanecer pasivo ante prácticas comerciales que, aprovechando situaciones de exclusividad o falta de alternativas, impongan precios excesivos que restrinjan a los consumidores el ejercicio de un derecho reconocido como fundamental, ya que existe una obligación por proteger y garantizar el acceso equitativo y asequible del agua, pues de lo contrario este derecho corre el riesgo de quedar reducido a una fórmula constitucional de carácter meramente declarativo.³

La regulación en torno a la venta de agua embotellada debe entenderse como un desarrollo natural del mandato constitucional, orientado a hacer efectivo el principio de asequibilidad y a garantizar que el acceso al agua no dependa de la capacidad económica ni de la posición de vulnerabilidad del consumidor, por ello es necesario reforzar la protección del derecho humano al agua y evitar así que su ejercicio quede supeditado a las dinámicas desiguales del mercado.⁴

El reconocimiento del derecho humano al agua no se limita no se encuentra limitado solamente al ámbito nacional, este se localiza también bajo el respaldo sólido de diversos tratados internacionales de los que México es parte y que, en términos de lo establecido por el artículo 1º de la Constitución, forman parte del parámetro de regularidad constitucional. Todo ello refuerza el carácter vinculante del derecho al agua y el compromiso del Estado mexicano de adoptar toda medida necesaria para garantizar su acceso.

Dentro del plano internacional, el hito más relevante lo constituye la Resolución 64/292 de la Asamblea General de las Naciones Unidas, adoptada el 28 de julio de 2010, que reconoció explícitamente el derecho humano al agua y al saneamiento, declarando que el acceso a agua potable limpia y al saneamiento es esencial para la plena realización de todos los derechos humanos. Este instrumento exhorta a los

² Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la ONU. (2002). *Observación General No. 15: El derecho al agua (arts. 11 y 12 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales)*. Naciones Unidas.

³ Fix-Fierro, H. (2014). *Los derechos sociales en la Constitución mexicana: Entre la retórica y la efectividad*. Boletín Mexicano de Derecho Comparado, 47(139), 923–951

⁴ Carbonell, M. (2016). *Derechos sociales y Constitución en México*. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas.

Estados a redoblar esfuerzos para proporcionar recursos financieros, capacitación y transferencia tecnológica con el objetivo de extender progresivamente el acceso universal y asequible al agua⁵.

Asimismo, el Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la Organización de las Naciones Unidas emitió en el año 2002 la Observación General No. 15, en la cual precisó el contenido normativo del derecho humano al agua, subrayando que este es indispensable para llevar una vida digna. En ella quedó establecido que toda persona tiene derecho a disponer de agua suficiente, salubre, aceptable, accesible y asequible para uso personal y doméstico. Además, puntualiza que el agua debe entenderse como un bien social y cultural y no únicamente como un bien económico, con lo cual se fijan límites a las prácticas mercantiles que restrinjan su disfrute efectivo.⁶

De igual manera, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, aprobada por la Asamblea General de la ONU durante el año 2015 y que fue suscrita por México, fijó en el Objetivo de Desarrollo Sostenible, cuya meta está centrada en garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua. Este compromiso internacional obliga a los Estados a instrumentar políticas, programas y marcos normativos orientados a que la totalidad de la población tenga acceso equitativo a agua potable de calidad y a precios asequibles.⁷

Estos instrumentos internacionales, que forman parte del parámetro de control de constitucionalidad en virtud de lo dispuesto por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, obligan a las autoridades mexicanas a interpretar y aplicar el derecho humano al agua de manera progresiva, vinculando su efectividad a medidas concretas como la regulación de condiciones de asequibilidad y acceso. Así, no basta con reconocer el agua como un derecho humano en el texto constitucional: es imperativo establecer mecanismos jurídicos que eviten su restricción mediante prácticas abusivas de carácter económico, especialmente en espacios donde el consumidor carece de alternativas de consumo y se ve obligado a pagar precios desproporcionados.

El cumplimiento de los compromisos internacionales adquiridos y suscritos por nuestro país responde a la necesidad de armonizar toda ley a fin de que el acceso al agua no se convierta en un privilegio condicionado por la capacidad de pago, sino en un derecho efectivo, universal y asequible, como lo exige la comunidad internacional.

Es importante abordar el objeto de esta iniciativa, centrada en el consumo de agua embotellada en nuestro país, fenómeno que lejos de ser un mero hábito de

⁵ Asamblea General de las Naciones Unidas. (2010). *Resolución 64/292. El derecho humano al agua y el saneamiento*. Naciones Unidas.

⁶ Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la ONU. (2002). *Observación General No. 15: El derecho al agua (arts. 11 y 12 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales)*. Naciones Unidas.

⁷ Organización de las Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Nueva York: ONU.

preferencia, que se refleja en la consolidación de las estrategias mercantiles que han convertido a este bien esencial en un producto de consumo masivo, ya que de acuerdo con estudios recientes, tan solo durante el periodo comprendido del año 2023, cada mexicano consumió en promedio 286 litros de agua embotellada, cifra que nos coloca entre los consumidores más altos a nivel mundial y que representa más de cinco veces el promedio global.⁸

Esta tendencia no es nueva ya que, desde inicios de la década de 1990, México se consolidó como uno de los principales mercados internacionales de agua envasada, superando incluso a países con mayores ingresos per cápita como Alemania o Estados Unidos.⁹

El auge del consumo y la preferencia de los mexicanos en distintas marcas de agua embotellada encuentra su explicación en un conjunto de factores interrelacionados que pueden ayudar a comprender toda esta situación:

- a) En primer lugar, se ubica la desconfianza hacia la calidad del agua proveniente de la red pública, fundamentándose con datos de la Comisión Nacional del Agua que señalan que solo el 33 % de los municipios mexicanos logran suministrar agua de manera diaria y continua, mientras que en muchos casos el servicio se ofrece por tandeo.¹⁰
- b) En segundo lugar, los fenómenos climáticos como las sequías prolongadas que llegaron a provocar la reducción en el caudal del sistema Cutzamala, que abastece a la Zona Metropolitana del Valle de México, así como todas las presas alrededor del país.
- c) Un tercer factor decisivo ha sido la mercantilización del agua embotellada como producto de confianza y prestigio. A finales de 1989 y principios de 1990, las principales embotelladoras impulsaron campañas publicitarias agresivas que asociaron el consumo de agua envasada con salud, modernidad y bienestar. Estas estrategias comerciales no solo posicionaron al agua embotellada como una alternativa más confiable, sino que transformaron su percepción cultural al pasar de ser un producto

⁸ Proceso. (2023). Cada mexicano consume al año 286 litros de agua embotellada, cinco veces más que el promedio mundial. Proceso. <https://www.proceso.com.mx/nacional/2023/9/1/cada-mexicano-consume-al-ano-286-litros-de-agua-embotellada-cinco-veces-mas-que-el-promedio-mundial-314062.html>

⁹ Statista Research Department. (2023). Consumo anual de agua per cápita en países seleccionados de todo el mundo. Statista. <https://es.statista.com/grafico/31832/consumo-anual-de-agua-per-capita-en-paises-seleccionados-de-todo-el-mundo>

¹⁰ Comisión Nacional del Agua (CONAGUA). (2022). Estadísticas del agua en México. SEMARNAT.

extraordinario o exclusivo, pasó a convertirse en parte esencial del consumo cotidiano de millones de familias mexicanas.¹¹

Para 2024, se estimaba que el valor del mercado de agua embotellada en México alcanzó los 17 mil millones de dólares, con una proyección de crecimiento anual del 3.9 % hacia 2034. Este volumen refleja no solo la magnitud del consumo interno, sino también la rentabilidad que representa para la industria de bebidas, consolidando al agua embotellada como un componente estratégico en su portafolio de productos.¹²

Más allá de la dimensión económica, el consumo masivo de agua embotellada genera consecuencias sociales y ambientales de gran alcance. En términos sociales, el gasto familiar en agua envasada se ha convertido en una carga significativa. Se calcula que, en promedio, las familias mexicanas destinan entre el 70 % y el 100 % de lo que pagan por el servicio público de agua a la compra de agua embotellada, lo que implica que el acceso a este recurso básico se traduce en un doble costo dado el pago de tarifas por un servicio público y la compra cotidiana de presentaciones embotellada.¹³

Debe subrayarse, además, que esta situación se desarrolla en un entorno de desigualdad hídrica. De acuerdo con el INEGI, más de 4 millones de personas carecen de acceso a una red formal de agua potable en sus viviendas. La carencia obliga a estos hogares a depender de fuentes alternativas, en muchos casos informales, lo cual compromete la calidad del recurso y genera un círculo de exclusión. En contraste, en zonas urbanas de mayor ingreso, aunque existe acceso a redes de agua, la percepción de inseguridad sobre la calidad conduce igualmente a la compra de agua embotellada, lo que revela que la dependencia al producto atraviesa todos los estratos sociales, aunque con impactos diferenciados.¹⁴

El consumo de agua embotellada en México no puede interpretarse únicamente como una elección voluntaria, sino como el resultado de una mercantilización de un bien básico. Esta situación coloca a los consumidores en una posición de vulnerabilidad frente a los precios que impone el mercado, particularmente en contextos de acceso restringido como aeropuertos, vuelos, terminales de transporte, recintos destinados a diversos espectáculos y claro todos aquellos comercios como restaurantes, bares o cafeterías. Regular los precios en estos espacios no es una medida arbitraria, sino una acción congruente con el mandato constitucional de garantizar el acceso asequible al agua potable.

El impacto económico se amplifica en contextos de consumo forzado, como ocurre en aeropuertos, vuelos comerciales, terminales de autobuses y restaurantes en

¹¹ Silva Rodríguez de San Miguel, J. A. et al. (2024). Bottled water consumption in Mexico in view of a circular economy. *Tecnología y Ciencias del Agua*.

¹² Informes de Expertos. (2024). Mercado de agua embotellada en México 2024–2034. [INFORMESDEEXPERTOS.com](https://www.informesydatos.com.mx/informesydatos/mercado-de-agua-embotellada-en-mexico-2024-2034).

¹³ Observatorio Hídrico UNAM. (2023). Informe sobre gasto familiar en agua embotellada en México. UNAM-IIJ.

¹⁴ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2021). Censo de Población y Vivienda 2020. México: INEGI.

zonas turísticas, donde el precio por una botella se eleva significativamente cuando de manera contraria esta misma botella en supermercados o tiendas de conveniencia, oscila entre 6 y 12 pesos.¹⁵ Casos documentados en medios de comunicación muestran incluso situaciones extremas, por ejemplo, en 2023 se reportó que un restaurante en Guadalajara cobró 470 pesos por cuatro botellas de agua de 500 ml, generando indignación social y evidenciando la falta de regulación.¹⁶

El sobreprecio no se limita a establecimientos privados. En vuelos comerciales, las aerolíneas llegan a ofrecer botellas de agua pequeñas (355 ml) a precios de entre 40 y 60 pesos, cuando el costo de adquisición al mayoreo puede ser inferior a 5 pesos. Este margen de ganancia desproporcionado se justifica en los catálogos empresariales como parte de los “servicios complementarios de vuelo”, pero en la práctica constituye un mecanismo de aprovechamiento de la falta de alternativas para los pasajeros.¹⁷

Para las familias mexicanas de ingresos medios y bajos, esta situación implica que el agua se convierte en un factor de presión financiera cotidiana. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2022, las personas de bajos ingresos, el gasto en bebidas no alcohólicas, incluida el agua embotellada, puede representar hasta el 10 % del gasto mensual.¹⁸ Esto significa que, para millones de familias, el costo del agua embotellada compite directamente con otros bienes básicos como los alimentos o la movilidad misma.

La desigualdad se profundiza cuando se observan diferencias regionales, en estados con mayor escasez hídrica, como Nuevo León, Baja California o la Ciudad de México, el gasto en agua embotellada tiende a ser mayor en comparación con estados con mayor disponibilidad de fuentes locales.

En consecuencia, el agua embotellada no puede considerarse un simple producto de consumo, sino un factor de desigualdad económica que obliga a los hogares a destinar recursos adicionales para garantizar un derecho que constitucionalmente debería estar cubierto en condiciones de accesibilidad y asequibilidad. La presente iniciativa, no solo propone establecer límites de referencia al precio del agua embotellada en espacios de consumo forzado, busca reducir esta carga injustificada y proteger a los consumidores a toda práctica abusiva, por tal motivo y en contexto con la misma, se realizaron recorridos en distintos espacios de consumo con el objetivo de verificar los precios reales a los que se vende el agua embotellada y contrastarlos con los precios de mayoreo establecidos por los propios productores.

¹⁵ Publimetro México. (2023, 15 de agosto). *El agua más cara de México: botellas de hasta 120 pesos en el AICM*.

¹⁶ El Financiero. (2023, 10 de diciembre). *Indignación por cobro de 470 pesos por cuatro botellas de agua en Guadalajara*.

¹⁷ Vanguardia. (2022, 22 de noviembre). *El negocio del agua en las aerolíneas mexicanas*.

¹⁸ Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2022). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH)*. México: INEGI.

Esta metodología permitió documentar de manera directa la magnitud de los márgenes de ganancia que se imponen al consumidor final.

A continuación, se detallan los siguientes datos:

Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) T1 y T2

ESTABLECIMIENTO	AGUA EMBOTELLADA	PRECIO AL PUBLICO (MXN)
La Crepe	CIEL (1LT)	65.0
Tenedor del Cielo	EPURA (1LT)	65.0
Taco Grill	EPURA (1LT)	60.0
La Mansión	EPURA (1LT)	67.0
Cinnabón	SANTA MARIA (355ml)	35.0
Krispy Kream	CIEL (600ml)	28.0
The Market	CIEL (1LT)	100.0
City Bagguete	EPURA (1LT)	30.0
Japanese Food	CIEL (600ml)	65.0
Take Off	ZOE (900ml)	96.0
Mayson Kayser	CIEL (1LT)	90.0
Ke rico	ZOE (900ml)	90.0
Le Pein Quotidien	SANTA MARIA (1LT)	90.0
Ojo de Agua	ZOE (900ml)	104.0
Farmacias Benavides	EPURA (1LT)	30.0
Fogoncito	CIEL (600ml)	70.0
Viva lo nuestro MX	SANTA MARIA (355ml)	71.0
Stella Artois	CIEL (1LT)	120.0
Pasteko	CIEL (600ml)	25.0

Nota: Datos recabados el día 4 de agosto de 2025 en las zonas comunes y de ultima espera del AICM en ambas terminales.

Central de Autobuses del Norte

ESTABLECIMIENTO	AGUA EMBOTELLADA	PRECIO AL PUBLICO (MXN)
Super Voy	EPURA (1LT)	31.0
Molienda Café	EPURA (1LT)	31.0
Rey del Pollo	EPURA (500ml)	23.0
Casa del Mexicano	EPURA (500ml)	23.0
Churrería Porfirio	EPURA (500ml)	30.0
La isla	EPURA (500ml)	23.0
Popeyes	CIEL (600ml)	29.0
La Comida China	EPURA (1LT)	35.0

Nota: Datos recabados el día 6 de agosto de 2025.

**Centros Comerciales y Tiendas Departamentales
Zona Metropolitana del Valle de México**

ESTABLECIMIENTO	AGUA EMBOTELLADA	PRECIO AL PUBLICO
Chilim Blam	CIEL (1TL)	\$32
El Globo	SANTA MARIA (500ml)	\$25
Sanborns	AGUAFIEL (900ml)	\$16
Häagen-Dazs	BONAFONT (600ML)	\$55
Sacks	SANTA MARIA (500ml)	\$35
Italianni's	CIEL (1LT)	\$50
Liverpool	BONAFONT (1LT)	\$40
Palacio de Hierro	BONAFONT (1LT)	\$43

Nota: Datos recabados el día 6 de agosto de 2025

**Misceláneas, Supermercados y Tiendas de Autoservicio
Zona Metropolitana del Valle de México**

ESTABLECIMIENTO	AGUA EMBOTELLADA	PRECIO AL PUBLICO (MXN)
OXXO	BONAFONT (1LT)	14.0
7 eleven	CIEL (1LT)	15.0
Bodega Aurrera	CIEL (1LT)	12.0
Chedraui	CIEL (1LT)	12.0
Farmacia Guadalajara	CIEL (1LT)	12.50
Neto	EPURA (1LT)	11.0
Abarrotes "Izcalli"	BONAFONT (1LT)	15.0
Soriana	EPURA (1LT)	12.0

Nota: Datos recabados el día 6 de agosto de 2025

Con los datos contenidos en las tablas anteriores, se llevó a cabo un estudio de análisis del sobre costo del agua embotellada en distintos puntos de consumo a lo largo del territorio nacional, donde se incluyeron todos los establecimientos ubicados en cada uno de los puntos mencionados. La información recabada refleja de manera clara y verificable que, en espacios de acceso restringido o de tránsito obligatorio, los precios impuestos al consumidor superan de manera desproporcionada el costo real de mayoreo proporcionado por los propios productores y distribuidores autorizados de cada marca.

Es importante destacar que todos los datos incorporados a este estudio fueron verificados directamente con los distribuidores oficiales de las marcas más representativas del mercado nacional, tales como Ciel, Epura, Bonafont, Santa

María y Zoe, entre otras. Ello permite confirmar que los precios de referencia utilizados en los cálculos de sobreprecio responden a valores reales de adquisición en el mercado mayorista, sin distorsiones ajenas al proceso de producción y distribución.

De este ejercicio se desprende que en determinados establecimientos el margen de ganancia alcanza niveles que no guardan relación con los costos de operación, sino que obedecen a la práctica sistemática de aprovechar la condición de vulnerabilidad del consumidor.

Se documentaron casos en los que el sobreprecio superan por mucho el 600 %, e incluso se identificaron ejemplos extremos de más del 1,500 % por encima del costo real de mayoreo, lo que constituye un abuso en perjuicio de los consumidores y una vulneración directa al principio constitucional de asequibilidad en el acceso al agua potable.

Estos hallazgos evidencian la urgente necesidad de establecer límites objetivos al precio del agua embotellada, con el propósito de garantizar que la ciudadanía no se vea obligada a destinar un gasto excesivo para cubrir en esta necesidad.

ESTABLECIMIENTO	AGUA EMBOTELLADA	PRECIO AL PÚBLICO (MXN)	PRECIO MAYOREO (MXN)	SOBREPRECIO (%)
La Crepe	CIEL (1LT)	65.0	9.75	566.7
Tenedor del Cielo	EPURA (1LT)	65.0	9.0	622.2
Taco Grill	EPURA (1LT)	60.0	9.0	566.7
La Mansión	EPURA (1LT)	67.0	9.0	644.4
Cinnabón	SANTA MARIA (355ml)	35.0	5.25	566.7
Krispy Kream	CIEL (600ml)	28.0	9.65	190.2
The Market	CIEL (1LT)	100.0	9.75	925.6
City Bagguete	EPURA (1LT)	30.0	9.0	233.3
Japanese Food	CIEL (600ml)	65.0	9.65	573.6
Take Off	ZOE (900ml)	96.0	30.00	220.0
Mayson Kayser	CIEL (1LT)	90.0	9.75	823.1

Ke rico	ZOE (900ml)	90.0	30.00	220.0
Le Pein Quotidien	SANTA MARIA (1LT)	90.0	6.78	1227.4
Ojo de Agua	ZOE (900ml)	104.0	30.00	246.7
Farmacia Benavides	EPURA (1LT)	30.0	9.0	233.3
Fogoncito	CIEL (600ml)	70.0	9.65	625.4
Viva lo nuestro MX	SANTA MARIA (355ml)	71.0	4.25	1570.5
Stella Artois	CIEL (1LT)	120.0	9.75	1130.8
Pasteko	CIEL (600ml)	25.0	9.65	159.1
Super Voy	EPURA (1LT)	31.0	9.0	244.4
Molienda Café	EPURA (1LT)	31.0	9.0	244.4
Rey del Pollo	EPURA (500ml)	23.0	5.11	350.1
Casa del Mexicano	EPURA (500ml)	23.0	5.11	350.1
Churrería Porfirio	EPURA (500ml)	30.0	5.11	487.1
La isla	EPURA (500ml)	23.0	5.11	350.1
Popeyes	CIEL (600ml)	29.0	9.65	200.5
La Comida China	EPURA (1LT)	35.0	9.0	288.9
Chilim Blam	CIEL (1LT)	32.0	9.75	228.2
El Globo	SANTA MARIA (500ml)	25.0	5.22	378.9
Sanborns	AGUAFIEL (900ml)	16.0	7.41	115.9
Häagen-Dazs	BONAFONT (600ML)	55.0	10.12	443.5

Sacks	SANTA MARIA (500ml)	35.0	5.22	570.4
Italianni's	CIEL (1LT)	50.0	9.75	412.8
Liverpool	BONAFONT (1LT)	40.0	11.83	238.1
Palacio de Hierro	BONAFONT (1LT)	43.0	11.83	263.5
OXXO	BONAFONT (1LT)	14.0	11.83	18.3
7 eleven	CIEL (1LT)	15.0	9.75	53.8
Bodega Aurrera	CIEL (1LT)	12.0	9.75	23.1
Chedraui	CIEL (1LT)	12.0	9.75	23.1
Farmacia Guadalajara	CIEL (1LT)	12.5	9.75	28.2
Neto	EPURA (1LT)	11.0	9.0	22.2
Abarrotes Izcalli	BONAFONT (1LT)	15.0	11.83	26.8
Soriana	EPURA (1LT)	12.0	9.0	33.3

Otro ejemplo particularmente ilustrativo de este fenómeno se presentó el día 10 de agosto del presente año, durante el encuentro de fútbol entre los equipos Pumas de la UNAM y Necaxa, celebrado en el Estadio Olímpico Universitario de la Ciudad de México. En dicho evento deportivo, el precio de una botella de agua Ciel de 500 ml alcanzó los 65 pesos.

De acuerdo con la información recabada y contrastada con distribuidores oficiales, el precio de mayoreo para esta presentación es de aproximadamente \$5.11 pesos, ello significa que en el evento deportivo se aplicó un sobreprecio cercano al 1,172 %, margen que excede cualquier parámetro razonable de recuperación de costos de logística o distribución.

Este caso resulta paradigmático porque, al tratarse de un espacio de acceso controlado, el consumidor no tiene alternativa distinta a adquirir el producto al precio impuesto por el concesionario del recinto, lo que convierte al agua embotellada en un insumo de carácter obligatorio con precios arbitrarios.

Lo acontecido en el Estadio Olímpico Universitario confirma que este no es un problema aislado de aeropuertos, terminales de autobuses, centros comerciales, bares o restaurantes, sino una práctica recurrente en eventos masivos, deportivos y culturales, donde la oferta de agua embotellada se restringe a uno o pocos proveedores que fijan precios sin regulación ni competencia.

Pero esta situación, no se encuentra estrictamente un problema único o aislado en nuestro país, en otras naciones se ha reconocido que el precio de las botellas de agua en restaurantes, aeropuertos, recintos deportivos y espacios de acceso controlado se ha convertido en un problema recurrente para los consumidores. Frente a esta situación, distintas legislaciones han optado por regular directamente el costo de las botellas de agua o garantizar su gratuidad en determinadas circunstancias, a fin de evitar abusos.

En Francia, desde el año 2015 los restaurantes están obligados por ley a ofrecer agua embotellada o de red sin costo a sus clientes, asegurando que el consumo de agua no quede sujeto a precios arbitrarios ni a la obligación de adquirir otras bebidas¹⁹. Esta disposición se ha replicado en bares y cafeterías, convirtiéndose en un estándar legal de protección al consumidor.

España avanzó en la misma dirección ya que en algunas de sus comunidades autónomas como Cataluña, la normativa exige que restaurantes y bares incluyan agua gratuita en botellas o jarras siempre que sea solicitada por el consumidor.²⁰ De igual forma, en conciertos y festivales se han adoptado medidas que prohíben el encarecimiento injustificado de botellas de agua, obligando a que su precio se mantenga dentro de márgenes razonables y comparables al valor de mercado.

Otro ejemplo más es Chile, que en el año 2021 fue presentado un proyecto de ley específicamente orientado a limitar el precio máximo de las botellas de agua en recintos, estadios y espectáculos públicos, luego de múltiples denuncias ciudadanas por cobros desproporcionados. Aunque aún se encuentra en discusión, este antecedente resulta valioso porque reconoce que el problema de los sobrepagos en el agua embotellada exige una respuesta legislativa concreta.²¹

En Italia, además de la instalación de fuentes públicas, se reguló que en eventos deportivos y culturales el precio de las botellas de agua no puede superar un margen máximo respecto a su costo de producción y distribución, con el fin de garantizar precios accesibles incluso en contextos de consumo forzoso.²²

De manera semejante, en Estados Unidos algunos gobiernos locales han establecido que, en aeropuertos, estaciones de tren y escuelas se vendan botellas

¹⁹ Code de la Consommation [C. consom.] art. L. 541-15-10 (Francia, 2015). *Dispositions relatives à l'eau potable gratuite dans les restaurants.*

²⁰ Generalitat de Catalunya. (2020). *Llei 3/2020 de prevenció de residus i ús racional de recursos*. DOGC núm. 8292.

²¹ Congreso Nacional de Chile. (2021). *Proyecto de ley que regula el precio del agua embotellada en espectáculos públicos*. Boletín N° 14.173-03

²² Comune di Roma. (2019). *Regolamentazione sui prezzi delle bottiglie d'acqua negli eventi sportivi e culturali*. Ayuntamiento de Roma

de agua a precio regulado o, en su caso, se entreguen de forma gratuita, reduciendo los márgenes de ganancia y evitando que los concesionarios conviertan al agua embotellada en un negocio abusivo.²³

Estos ejemplos evidencian que el control sobre el precio de las botellas de agua es una práctica reconocida en diversas jurisdicciones, que busca proteger a los consumidores frente a cobros excesivos en espacios donde no tienen alternativa. Por tanto, la propuesta de establecer en México un límite de referencia proporcional al costo real de producción y distribución se inscribe en una tendencia internacional clara: garantizar que el acceso a agua envasada se dé en condiciones económicas justas y no como un lujo impuesto en situaciones de vulnerabilidad.

Retomando el análisis del impacto económico del agua embotellada en México y dejando de lado las experiencias internacionales, es imposible soslayar una dimensión aún más profunda, como es el vínculo directo y existente con los patrones de salud pública y en particular, con el consumo desmedido de refrescos y bebidas azucaradas. El sobre costo injustificado del agua embotellada no solo golpea el bolsillo de las familias, sino que, de manera indirecta, incentiva la sustitución del agua por opciones más baratas, abundantes y, lamentablemente, dañinas para la salud.

En numerosas regiones del país, los precios observados permiten afirmar que un refresco puede resultar igual de barato o incluso más barato que una botella de agua embotellada. Este fenómeno se documenta en tiendas de conveniencia, supermercados y expendios locales, donde las promociones de refrescos en envases grandes reducen su precio por litro a niveles muy inferiores al de una botella individual de agua. Así, mientras en aeropuertos y restaurantes una botella de agua de 600 ml puede costar entre 50 y 70 pesos, en una tienda de barrio se adquiere un refresco de 2 litros por menos de 30 pesos. La distorsión de precios es evidente, en términos relativos, el acceso al agua embotellada termina siendo un lujo frente al bajo costo de las bebidas azucaradas.

Los efectos de esta situación son devastadores ya que de acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2022, México se ubica entre los países con mayor consumo per cápita de refrescos en el mundo, superando los 160 litros por persona al año²⁴.

Estudios realizados por la Secretaría de Salud han vinculado este patrón de consumo con el incremento acelerado de enfermedades crónicas como la diabetes mellitus tipo 2, la obesidad infantil y los padecimientos cardiovasculares.²⁵

²³ State of California. (2018). *SB-966 Water refill stations and bottled water price regulations*. Sacramento: California State Legislature

²⁴ ENSANUT. (2022). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2022*. Instituto Nacional de Salud Pública

²⁵ Instituto Nacional de Salud Pública (INSP). (2022). *Consumo de bebidas azucaradas y salud en México*. SSA

Tan solo desde el año 2020, la Secretaría de Salud ha reportado que más del 75 % de la población adulta presentaba sobrepeso u obesidad, con costos altísimos para el sistema de salud pública.²⁶

La decisión de compra de las familias mexicanas no responde únicamente a preferencias individuales, sino a una racionalidad económica elemental: cuando el agua cuesta más que un refresco, las condiciones de acceso inclinan a millones de personas a optar por la segunda alternativa. El resultado es que el consumo de bebidas azucaradas sustituye al agua, afectando la salud de la población y generando costos sociales y financieros de enorme magnitud.

La Organización Mundial de la Salud ha señalado reiteradamente que el consumo excesivo de bebidas azucaradas es una de las principales causas de obesidad y diabetes a nivel mundial. En México, estos padecimientos no son estadísticas aisladas, sino realidades palpables que deterioran la calidad de vida y generan altos costos económicos. Se estima que la atención médica relacionada con la obesidad y la diabetes representa entre el 10 % y el 15 % del presupuesto total de salud del país. En otras palabras, el sobreprecio del agua embotellada termina incentivando un patrón de consumo que deriva en mayores gastos para las finanzas públicas y en sufrimiento para millones de familias.²⁷

Los datos de consumo ilustran con crudeza esta paradoja. En zonas urbanas populares, donde el ingreso disponible es limitado, se documenta que los hogares destinan hasta el 20 % de su gasto mensual a bebidas no alcohólicas, predominando los refrescos sobre el agua embotellada.²⁸ La publicidad, las promociones y la facilidad de acceso a refrescos refuerzan esta tendencia. La consecuencia es un círculo vicioso: el agua embotellada se percibe como cara, el refresco como barato, y la decisión cotidiana de compra se inclina hacia lo que resulta más accesible en el momento, aunque las consecuencias en salud sean negativas a largo plazo.

El impacto en la niñez merece mención especial, recordemos que la obesidad infantil en México alcanza niveles alarmantes, con más de 35 % de los niños y adolescentes presentando sobrepeso u obesidad. La sustitución del agua por refrescos en la dieta diaria contribuye a este fenómeno y perpetúa la carga de enfermedades crónicas desde edades tempranas. Esto significa que el encarecimiento del agua no solo afecta el presente económico de los hogares, sino que compromete el futuro sanitario de toda una generación.²⁹

En nuestro país, la ausencia de una regulación clara sobre el precio del agua embotellada constituye una de las principales causas que permiten la persistencia de abusos contra los consumidores. Aunque se cuenta con un marco general de

²⁶ Secretaría de Salud. (2020). *Informe sobre obesidad y enfermedades crónicas en México*. SSA.

²⁷ Organización Mundial de la Salud (OMS). (2021). *Global report on diabetes*. Ginebra: OMS.

²⁸ INEGI. (2022). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares*. México: INEGI

²⁹ ENSANUT. (2022). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2022*. INSP.

protección previsto en la Ley Federal de Protección al Consumidor, lo cierto es que dicho ordenamiento no contempla disposición alguna que limite los márgenes de ganancia en la venta de agua envasada, aun cuando se trate de un insumo de primera necesidad.

Este vacío normativo ha generado un escenario en el que cada proveedor fija libremente el precio de las botellas de agua, sin criterios objetivos que lo orienten y sin límites que lo contengan. Así, en espacios de tránsito obligado como aeropuertos, centrales camioneras, estadios, conciertos y restaurantes, se imponen precios que no guardan relación alguna con los costos reales de producción o distribución, sino únicamente con el aprovechamiento de la condición de cautiverio de los consumidores.

A nivel local, existen intentos parciales por atender la problemática, como ocurre en la Ciudad de México, donde la legislación en materia de establecimientos mercantiles obliga a los restaurantes a ofrecer agua potable gratuita. Sin embargo, estas disposiciones resultan insuficientes y fragmentadas: su aplicación es limitada a un territorio concreto, no regulan el precio del agua embotellada y tampoco abarcan el resto de los espacios donde se reproducen los sobreprecios.

La propia Procuraduría Federal del Consumidor ha reconocido en diversos informes que la mayoría de las quejas en restaurantes y aeropuertos se relacionan con el costo excesivo de bebidas básicas, particularmente el agua. No obstante, sin un mandato legal que le otorgue facultades expresas para fijar y actualizar precios de referencia en el caso del agua embotellada, la institución carece de herramientas para sancionar estas prácticas más allá de recomendaciones o verificaciones temporales.

El resultado es evidente: mientras la Constitución garantiza a toda persona el acceso al agua, en la vida cotidiana el consumidor enfrenta un mercado donde la botella de agua puede multiplicar por cinco, diez o más veces su costo real, sin que exista regulación alguna que lo impida.

La presente iniciativa busca atender directamente esta omisión legislativa, incorporando a la Ley Federal de Protección al Consumidor un artículo que establezca límites objetivos al precio de venta del agua embotellada en contextos de acceso controlado. Con ello, se cerraría una brecha normativa que durante décadas ha permitido la especulación y el abuso en la comercialización de un producto que, más que una mercancía, constituye una necesidad básica en la vida de millones de personas.

El conjunto de evidencias presentadas en los apartados anteriores permite concluir, de manera inequívoca, que la situación actual en torno al precio del agua embotellada en México constituye un problema de carácter económico, social y sanitario que exige atención legislativa inmediata. Durante décadas, el mercado ha operado en condiciones de desregulación, lo que ha propiciado un escenario donde

los consumidores se encuentran expuestos a prácticas de sobreprecio, particularmente en espacios donde no existe la posibilidad de introducir agua propia ni de acceder a alternativas. Aeropuertos, centrales camioneras, estadios, conciertos, restaurantes y cafeterías se han convertido en puntos de vulnerabilidad para millones de personas, que día a día se ven obligadas a pagar precios desproporcionados por un producto esencial.

La presente iniciativa no busca imponer controles rígidos ni distorsionar la lógica del mercado. El propósito es mucho más claro y preciso, que es el de establecer un límite máximo objetivo y proporcional al precio de venta del agua embotellada en presentaciones individuales. Este límite se calculará con base en el precio promedio de mayoreo reportado por los propios productores y distribuidores, garantizando que los márgenes de ganancia en la comercialización se mantengan dentro de parámetros razonables y no deriven en abusos contra los consumidores.

Con esta propuesta se atiende un doble objetivo. En primer lugar, se protege la economía familiar, evitando que el acceso al agua se convierta en un gasto desproporcionado que erosione la capacidad de compra de los hogares, particularmente aquellos de ingresos medios y bajos. En segundo lugar, se corrige una práctica de mercado que, en la práctica, discrimina y excluye, pues obliga a que el consumo de agua dependa de la capacidad de pago de cada persona, cuando en realidad se trata de un insumo de primera necesidad.

La facultad para implementar esta regulación se otorgara a la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), institución que ya cuenta con experiencia en la verificación de precios de productos básicos y que, por tanto, puede asumir la responsabilidad de establecer precios de referencia al menudeo y actualizar periódicamente los parámetros de verificación. Esta medida permitirá cerrar el vacío legal actualmente existente, dotando a la PROFECO de una herramienta específica para sancionar abusos y garantizar condiciones de venta justas para los consumidores.

La pertinencia de la propuesta se refuerza al observar las consecuencias sociales y sanitarias que derivan del encarecimiento del agua. Tal como se señaló en apartados anteriores, cuando el precio del agua embotellada resulta superior al de un refresco, la decisión de compra de las familias se inclina hacia las bebidas azucaradas. Ello genera un problema de salud pública de grandes dimensiones, pues México se ubica entre los países con mayor prevalencia de sobrepeso, obesidad y diabetes en el mundo. De este modo, la regulación del precio del agua embotellada no solo protege el bolsillo del consumidor, sino que también se convierte en una medida indirecta de prevención en salud pública, al incentivar el consumo de agua frente a opciones dañinas.

Es importante subrayar que esta iniciativa no pretende fijar un precio único para todo el país, lo cual sería impráctico y contrario a las dinámicas propias de los mercados regionales. Lo que se plantea es un mecanismo flexible y proporcional,

que tome como base los precios de mayoreo declarados por los productores y que establezca un margen máximo para su venta al público en espacios de consumo controlado. Con ello se evita la especulación y se garantiza que los consumidores puedan acceder al agua en condiciones justas, sin importar si se encuentran en un aeropuerto internacional, en una central de autobuses o en un restaurante de cualquier entidad federativa.

La regulación propuesta también tiene un impacto positivo en términos de confianza ciudadana. Hoy en día, el consumidor percibe que la ausencia de reglas claras en la venta de agua embotellada es una forma de desprotección frente a intereses comerciales. Esta iniciativa podría promover un mensaje importante en el que el Estado mexicano asume su responsabilidad de velar por los intereses de la población en lo que respecta a un producto que, más que una mercancía, constituye una necesidad vital. Esta señal contribuirá a fortalecer el tejido social, al demostrar que el marco jurídico responde a problemáticas reales y cotidianas.

La justificación de esta iniciativa, por tanto, se sustenta en tres pilares fundamentales: la equidad económica, la protección al consumidor y la salud pública. Desde la perspectiva económica, la medida reduce la presión sobre los ingresos de las familias mexicanas, que hoy gastan hasta el doble en agua embotellada de lo que pagan por el servicio público de agua potable. Desde la perspectiva de protección al consumidor, la regulación cierra un vacío legal que ha permitido prácticas abusivas durante años, particularmente en espacios donde el consumidor carece de alternativas. Y desde la perspectiva de salud pública, la reforma incentiva el consumo de agua en condiciones justas, reduciendo la sustitución por refrescos y bebidas azucaradas que tanto daño han causado a la población mexicana.

Finalmente, cabe destacar que la propuesta se inserta dentro de una visión integral de justicia social. Garantizar precios justos para el agua embotellada no es una concesión ni un privilegio: es una acción legislativa necesaria para materializar en la vida diaria un principio básico de dignidad y de igualdad.

El acceso al agua no puede seguir dependiendo de la lógica especulativa del mercado, menos aun cuando se trata de espacios de consumo obligado en los que los consumidores se ven privados de alternativas. La regulación que aquí se propone es, en suma, un paso firme hacia un país más justo, más equitativo y saludable.

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

TEXTO VIGENTE	TEXTO PROPUESTO
<p>(Sin Correlativo)</p>	<p>Artículo 57 Bis. Todo establecimiento que ofrezca bienes o servicios al público y comercialicen agua embotellada de producción nacional en presentaciones individuales, el precio de venta al consumidor no podrá exceder el doble del precio promedio al menudeo establecido por el productor o proveedor correspondiente.</p> <p>Esta disposición será aplicable en:</p> <p>I. Restaurantes, bares, cafeterías y demás establecimientos en los que se expendan alimentos o bebidas para consumo en el lugar;</p> <p>II. Terminales de transporte terrestre, aéreo, ferroviario o marítimo, como aeropuertos, centrales de autobuses y estaciones de tren;</p> <p>III. Servicios de transporte de pasajeros por vía terrestre, aérea, marítima o ferroviaria, cuando incluyan la venta directa de agua embotellada durante el trayecto y;</p> <p>IV. Recintos o instalaciones en los que se lleven a cabo espectáculos públicos o eventos de acceso controlado con fines recreativos, culturales, deportivos o de entretenimiento, incluidos conciertos, funciones o festivales.</p> <p>La Procuraduría Federal del Consumidor establecerá y actualizará periódicamente los precios de referencia al menudeo que servirán como base para la verificación del cumplimiento de esta disposición.</p>

En virtud de lo anterior y por las consideraciones expuestas y fundadas, someto a consideración de esta Soberanía la presente iniciativa con proyecto de:

DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA UN ARTICULO 57 BIS A LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR

Artículo único. Se adiciona un artículo 57 bis a la Ley Federal de Protección al Consumidor

Para quedar de la siguiente forma:

Artículo 57 Bis. Todo establecimiento que ofrezca bienes o servicios al público y comercialicen agua embotellada de producción nacional en presentaciones individuales, el precio de venta al consumidor no podrá exceder el doble del precio promedio al menudeo establecido por el productor o proveedor correspondiente.

Esta disposición será aplicable en:

- I. Restaurantes, bares, cafeterías y demás establecimientos en los que se expendan alimentos o bebidas para consumo en el lugar;
- II. Terminales de transporte terrestre, aéreo, ferroviario o marítimo, como aeropuertos, centrales de autobuses y estaciones de tren;
- III. Servicios de transporte de pasajeros por vía terrestre, aérea, marítima o ferroviaria, cuando incluyan la venta directa de agua embotellada durante el trayecto y;
- IV. Recintos o instalaciones en los que se lleven a cabo espectáculos públicos o eventos de acceso controlado con fines recreativos, culturales, deportivos o de entretenimiento, incluidos conciertos, funciones o festivales.

La Procuraduría Federal del Consumidor establecerá y actualizará periódicamente los precios de referencia al menudeo que servirán como base para la verificación del cumplimiento de esta disposición.

Artículos transitorios.

ÚNICO. El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 1 de septiembre de 2025

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

**ELDA ESTHER DEL CARMEN CASTILLO QUINTANA (RUBRICA)
DIPUTADA FEDERAL**