



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

EL SISTEMA ALIMENTARIO MUNDIAL Y LAS GRANDES EMPRESAS TRANSNACIONALES (GET) EN MÉXICO

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN SOCIOLOGÍA

PRESENTA:

ERIKA ROBERTA CASTILLO PARRA



ASESOR: DR. JOSÉ REFUGIO ARELLANO SÁNCHEZ

CIUDAD UNIVERSITARIA

2011



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicado con amor

a mis padres

Agradecimientos:

Antes que nada debo decir que la investigación que aquí presento contó con la colaboración en conjunto de muchas personas, que día a día en el andar de este camino en mi vida estuvieron conmigo, me acompañaron y fueron parte elemental de este proceso, sin su apoyo no hubiera sido posible.

Debo expresar mi gratitud con la Universidad al haberme proporcionado la oportunidad tan grande de ser parte de ella, que me permitió conocer, vivir y disfrutar de innumerables experiencias que se desarrollaron en el paso de mi vida por esta Universidad, pues todas y cada una de ellas han contribuido a mi formación humana y académica en todos los aspectos. Que me siento sumamente orgullosa de ser Puma.

A mis padres deseo expresarles mi enorme agradecimiento por todo lo que han hecho por mí, por estar siempre conmigo, quiero decirles que son los dos pilares de mi vida, que los amo profundamente, si esto es posible es por ustedes, que les debo lo que soy. A mis hermanos por ser parte de mí, por que se que siempre están ahí conmigo de manera incondicional como yo estoy con ustedes.

Quisiera manifestar mi agradecimiento a los profesores que en el andar de este largo camino siempre me sirvieron de guía, en especial a mis Sinodales. Debo decir al Dr. Arellano y la Dra. Santoyo que les agradezco su paciencia, todos y cada uno de sus comentarios y consejos, que siempre buscaron más allá de lo estrictamente académico tenderme una mano como amigos. Por sus observaciones y dedicación a la profa. Ingrid Alonso, el Prof. Alonso Viveros y Dr. Alejandro Méndez.

No puedo omitir hacer una mención a mis compañeros de viaje que formaron parte fundamental e imprescindible de este recorrido, que son muchos y que integran un hermoso mosaico de recuerdos y experiencias de todo tipo, pero de manera especial quiero agradecer a mi amiga Elena por ser mi cómplice y mi confidente, por estar siempre conmigo desde el primer día que iniciamos esta etapa de nuestras vidas y que aún continua, a Ruth por todos esos momentos locos que vivimos, a Canek que ha sido mi compañero incondicional de este proceso, por creer en mí.

Muchas gracias a todos y cada uno de ustedes por haber compartido sus vidas con la mía.

INDÍCE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
El desarrollo capitalista de la agricultura mexicana	
A. Auge, declive y retroceso del sector agrícola 1940- 1980	6
B. La reestructuración política del campo en México	10
1. Seguridad alimentaria & Seguridad nacional	15
2. La agricultura mexicana ante los tratados internacionales y la apertura comercial	19
3. La nueva concepción de la agricultura	29
CAPÍTULO II	
El sistema alimentario global	
A. Las grandes empresas transnacionales	32
1. Las empresas transnacionales en el ámbito de los agroquímicos y los productores de semillas	38
2. Las mayores empresas de alimentación en el mundo	44
a) Empresas de la primera división	44
b) Empresas de la segunda división	75
c) Empresas de la tercera división	83
d) Principales empresas alimentarias de México	83
B. Distribución moderna de los alimentos	93
1. Condiciones ventajosas de operar de los supermercados	96
2. Alimentos viajeros, la deslocalización de los alimentos	97
3. Impactos en la localidad	99
4. Consecuencias laborales de la distribución moderna	99
5. Los supermercados en México	102
C. La industria de la comida rápida	111
1. Principales cadenas de comida rápida	113
CAPÍTULO III	
Modernidad alimentaria	
A. El papel de la cultura alimentaria	117
1. Elección de los alimentos y preferencias	121
2. La comida como elemento de identidad cultural	124

3.El origen del gusto alimentario y sus implicaciones	125
4. La postura del individuo frente al alimento	126
B. Principales características de los alimentos procesados	130
1. Alimentos funcionales	138
2. Alimentos orgánicos	139
3. Demandas de la sociedad civil	140
C. La publicidad de los alimentos	141
1. El discurso del cuerpo y la publicidad	144
2. La publicidad alimentaria dirigida a los niños y jóvenes	145
3. La publicidad infantil de los alimentos en México	153
D. Tendencia homogenizadora del patrón alimentario en México	156
1. El patrón alimentario en México	158
2. El modelo de la dieta de occidente	161
CAPÍTULO IV	
La industria alimentaria como generadora del ambiente obesogénico	
A. La obesidad. La enfermedad del siglo XXI	163
B. La obesidad en México	167
1. México primer lugar de obesidad en el mundo	169
2. Obesidad infantil	176
3. Costos economicos del sector salud	178
4. La corresponsabilidad del estado mexicano con las empresas transnacionales alimentarias como agente generador de obesidad	188
CONCLUSIONES	181
ANEXO	
A. El derecho a la alimentación adecuada	188
1. Marco legal internacional que protege el derecho a la alimentación	190
2. Las obligaciones de los Estados	192
3. El marco legal del derecho a la alimentación en México	196
4. El derecho a la información adecuada y certera	198
5. Las empresas transnacionales y el derecho a la alimentación	202
BIBLIOGRAFÍA	205

Introducción

Al hablar de globalización generalmente nos remitimos a los intensos procesos económicos y transformaciones estructurales que ésta ha generado. Su extensión es tan amplia que ha trastocado diversos y complejos sectores de las sociedades provocando significativos cambios en varios ámbitos de la vida social, vinculados al sector económico, político y social, así como de manera muy relevante y dinámica se ha esparcido en aspecto cultural. Actualmente la intromisión y permanencia de diversos países hegemónicos en el mundo no es nada nuevo, incluso ésta es una de las más importantes especificidades de las sociedades actuales en la fase del desarrollo del capitalismo avanzado, conocido como globalización. Empero la forma en la que se presenta se ha transformado con el tiempo, hoy en día el intercambio económico y la retroalimentación cultural se encuentran más nutridos que nunca, debido a que la interacción actualmente es más constante gracias al desarrollo de la tecnología.

La presente investigación responde a la inquietud por analizar éste proceso globalizador enfocado al estudio de la alimentación con los diversos y complejos elementos que la componen de manera integral. El estudio de la alimentación en México en su mayoría se ha limitado, sobretodo políticamente, a las cuestiones nutricionales y económicas, pero el acto de comer no solamente implica el satisfacer una necesidad fisiológica, “la comida no es y nunca ha sido una mera actividad biológica.” En torno a ella existen pautas culturales que marcan el comportamiento, selección, preferencias e identidad de una cultura; incluso manifestándose en el ámbito del sector salud. Por lo tanto la producción de los alimentos en un país desempeña un papel estratégico y fundamental de la política nacional de un Estado, pues la fabricación de los mismos va a depender de las decisiones políticas y económicas que determine un país. Con el arribo del modelo globalizador en la economía mundial, el sistema alimentario ha experimentado cambios muy drásticos que han impactado de manera contundente al país, ante la intensa presencia de unas cuantas empresas transnacionales que se han apoderado de los recursos naturales y del control de la biotecnología empleada actualmente en la producción mundial y masiva de los alimentos, así como su intervención en las decisiones y disposiciones políticas de distintos países, entre ellos México.

Por lo tanto el presente trabajo desarrolla ¿cómo este proceso se ha gestado en nuestro país?, ¿qué cambios se han generado en la estructura interna del sistema alimentario? y ¿cuáles han sido sus principales consecuencias?

La globalización representa un fenómeno mundial de gran envergadura. En el caso particular del estudio de la globalización del sistema alimentario, ésta ha implantado sus raíces en el núcleo más elemental del inicio de la vida, en las entrañas de la misma tierra y sus semillas, trastocando todos y cada uno de los elementos que intervienen en este complejo proceso, desde la misma producción y disposición de la materia prima hasta la compra, transporte y venta de los mismos productos y la manera de adquirirlos. También interviene en los patrones y estilos de comportamientos que se van adquiriendo en torno a las complejas prácticas alimentarias en cada cultura, no obstante de representar un fenómeno mundial con generalidades globales, ésta se inserta en un núcleo específico lleno de particularismos que identifican a cada sociedad dependiendo de las características socio-históricas que le sean propias.

En México este proceso se ha desarrollado de manera muy intensa ya que desde varias décadas pasadas su sector agrícola presentaba importantes problemas que lo fueron rezagando y dejando en el olvido, situación que se intensificó con las nuevas políticas gubernamentales de apertura económica de la década de los ochenta. A partir de entonces el sistema alimentario, ha experimentado una serie de contracciones muy profundas.

Es así como dentro de este contexto, se desenvuelve el presente estudio, para dicho efecto el trabajo se divide en cuatro capítulos y un anexo, en los cuales en ellos se plasma como este complejo proceso y muy dinámico fenómeno de globalización en la alimentación, se ha desarrollado y expandido en el país, abarcando de manera integral los aspectos más relevantes donde se han tenido las repercusiones más drásticas.

El capítulo primero se enfoca en los antecedentes históricos más representativos que han dado la pauta para desarrollar la actual situación del agro mexicano, en él se puede encontrar como desde la década de los cuarenta se empieza a gestar un nuevo modelo de agricultura más intenso en donde se brinda un fuerte apoyo a la creación de una infraestructura del sector que permita su expansión a gran escala, desde entonces el fomento al campo se ha ido encaminando a la producción industrial abandonándose el modelo de producción doméstica tanto campesina como indígena, en un primer momento el sector logró despuntar bajo un periodo breve conocido como la época de oro del agro mexicano que bajo el modelo de la sustitución de importaciones consiguió una autosuficiencia alimentaria, pero los motivos que impulsaron este desarrollo se encontraron condicionados a varios factores estructurales que no permitieron que esto se estableciera de manera permanente, sino por el contrario el sector empezó a ser rezagado y poco productivo, lo cual desde finales de la década de los setenta ya se manifiesta la crisis que experimenta este sector y que hasta nuestros días no ha parado.

De manera profunda se desarrolla en este capítulo como es que precisamente desde la década de los ochentas del siglo pasado, se ejecuta una política nacional más agresiva y radical encaminada a favorecer a los intereses internacionales con la introducción de las reformas estructurales en el campo, tal es el hecho de la apertura comercial y desigual del Tratado del Libre Comercio (TLC) que con el paso del tiempo y su ejecución ha dejado prácticamente en el abandono al campo mexicano. A partir de entonces de manera desmedida los principales sectores encargados de la regulación y producción de los alimentos en el país, como la Conasupo son desarticulados y en su lugar entran las grandes empresas transnacionales. Precisamente este capítulo desarrolla como el campo mexicano ha llegado a lo que es actualmente la crisis más profunda de su historia y el cómo las instituciones públicas han dejado en manos extranjeras al sector, en perjuicio de miles de campesinos, indígenas y ciudadanos condenando al país de forma alarmante a la pérdida de la soberanía y la autosuficiencia alimentaria, para dar entrada a un nuevo modelo de producción masiva de alimentos controlado por las grandes corporaciones internacionales.

El capítulo segundo aborda las características generales de las empresas transaccionales, en él se desarrolla como funcionan éstas y sus principales maneras de operar, así como los enormes recursos monetarios de los cuales dispone, mismos que les han dado el acceso al poder y control de los recursos naturales, la ciencia y la tecnología, así como la manipulación de las leyes de algunos países que las modifican para poder operar bajo los intereses de las transnacionales, lo cual les ha permitido y facilitado su inserción transcontinental. Continúa su desarrollo con la mención del nombre y nacionalidad de las grandes empresas transnacionales más poderosas del mundo dentro del sector alimentario, las cuales se enlistan en orden dependiendo de sus activos económicos, lo cual condiciona su poderío y extensión, ya que algunas de estas empresas registran ingresos monetarios superiores a los de muchos países.

A la par también se desarrolla el rubro y el sector al cual éstas pertenecen pues dentro del sistema alimentario mundial, existen varias ramas de especialización que controlan todos los eslabones de la producción, desde las empresas encargadas de la investigación biotecnología, así como las dedicadas a procesar la materia prima obtenida de los recursos vegetales y su transformación en harinas, aceites, edulcorantes y otros productos, para posteriormente dar lugar a otras empresas encomendadas del procesamiento industrial en la elaboración de comidas, a continuación le siguen las empresas de supermercados multinacionales que se dedican al fomento y la venta de los productos que dichas empresas elaboran, finalmente se sitúan las cadenas de restaurantes denominados “*fast food*” de gran aceptación en el país. De manera paralela se señala la presencia y el lugar donde se ubican dichas empresas en el territorio nacional, así como los productos que esta gran industria ofrece, los cuales a diario se encuentran en nuestras mesas con el desconocimiento muchas veces de su procedencia y origen. En la parte final del capítulo se sitúan las empresas mexicanas más representativas y significativas que tienen presencia internacional en el ámbito alimenticio.

El capítulo tercero se encarga de analizar el aspecto social que ha traído como consecuencia la inserción de nuevos patrones culturales y de consumo en el país, pues los atributos que caracterizan a los productos de la alimentación actual, responden a las nuevas condiciones sociales y de vida que definen a las sociedades modernas, como la necesidad de comer fuera de casa de manera rápida y económica, lo cual ha dado pie a la creación y expansión de alimentos más duraderos que requieren ser transformados profundamente de su constitución original, circunstancias que la industria alimentaria ha sabido explotar y potencializar al máximo con la creación de numerosos productos artificiales, en esta sección se examina de manera profunda la influencia tan importante que desempeña la publicidad como condicionante y promotora de ciertos patrones de consumo, preferencias y de estilos vida, supeditados al tipo de alimentación; principalmente la injerencia que ésta ha tenido en la población infantil; así como el papel que desempeña la cultura alimentaria y los complejos procesos que intervienen en ella, como la identidad y los distintos usos, atributos y posturas que el individuo posee frente al alimento.

El cuarto y último capítulo trata sobre uno de los grandes males que se encuentra presente en la sociedad actual que de manera contradictoria representan una de las paradojas más contrastantes del mundo moderno, por una parte podemos constatar el incremento del sobrepeso y la obesidad y por la otra nos hallamos con la dura presencia del hambre en el mundo. En el caso del sobrepeso y la obesidad encontramos que en México se ha manifestado un incremento alarmante durante las últimas décadas; por lo cual el presente capítulo indaga los principales motivos que se encuentran involucrados en su desarrollo, así como el papel que ha desempeñado la industria alimentaria al respecto y sus consecuencias en el sector salud, económico y político.

Capítulo I.

El desarrollo capitalista de la agricultura mexicana

*“La tierra no pertenece al hombre
el hombre pertenece a la tierra”
Noah Sealath*

A. Auge, declive y retroceso del sector agrícola 1940-1980

En el periodo comprendido de 1940-1965 se desarrolló un sector agrícola próspero, capaz de alimentar a la población obteniendo sin mayor obstáculos la autosuficiencia alimentaria, situación que permitió al país poder exportar los excedentes de la producción. Entre los factores más importantes que propiciaron este incremento, se encontró un intenso fomento por el desarrollo y la aplicación de las obras hidráulicas lo que generó favorablemente el aumento de las tierras cultivadas dando como resultado buenas cosechas, otro factor importante es que la producción creció de una manera constante e incluso mayor al incremento de la población, lo cual mantenía un equilibrio entre la oferta y la demanda. Aunado a esto se suma en los años comprendidos de 1955 -1965 el aumento de la producción por la introducción de las semillas mejoradas, lo cual se reflejó en los años venideros pues para 1967, la producción agrícola era, en términos de su volumen físico, siete veces mayor que la producción obtenida en 1940¹. Paralelamente hubo un incremento constante en la población que debido al aumento de su nivel de vida y la emergencia de las crecientes clases medias, dinamizaron más el sector agrícola y permitieron este crecimiento.

De 1965-1980, el sector agrícola empezó a manifestar un deterioro grave que se convirtió en la “crisis del sector agrícola” como consecuencia de la exclusión de la gran mayoría de los campesinos, dedicados principalmente a la agricultura de temporal y a la siembra de los granos básicos (maíz, frijol, arroz, trigo) como lo señalan los siguientes datos:

¹ Romero Polanco Emilio. *Un siglo de Agricultura en México*. UNAM, IIE. México. 2002, p. 41

“Entre 1965-1980, las tierras de temporal disminuyeron su participación en la superficie nacional cosechada de 84 a 71 %; en cambio las tierras de riego aumentaron su participación de 16 a 29 %.

Visto el comportamiento productivo de los distintos grupos de cultivos que contribuyeron al estancamiento del subsector agrícola al disminuir su superficie cosechada y su valor porcentual dentro de la producción agrícola nacional, encontramos que la principal responsabilidad recae en los cultivos de granos básicos, localizados de manera muy importante en las tierras de temporal. .”²

Aunado a esto el aumento demográfico creció de manera más acelerada que la producción nacional de alimentos, que debido a la pérdida del dinamismo de las tierras de temporal, el sector agrícola experimento un descenso muy importante en su producción y rentabilidad operacional como sistema, lo cual generó el incremento de los recursos económicos destinados a la importación de alimentos básicos; sin duda otro de los factores que también contribuyeron a la crisis agrícola fue el impulso que se le dio al sector agropecuario, destinando varias tierras de cultivo al sembradío de forrajes y pastos en la ganadería, para alimentar a bovinos, cerdos y aves.

Sin embargo, en este periodo no todos los frutos de las cosechas disminuyeron, los productos destinados a la exportación incrementaron su fabricación como lo son las oleaginosas (ajonjolí, cártamo, soya, semilla de algodón,) los cultivos forrajeros destinados a la ganadería, las hortalizas, frutas, y algunos otros cultivos como café, cacao y tabaco.

En el tiempo comprendido de 1982-1988 se presentó nuevamente y de manera intensificada otra crisis alimentaria que fue de tal magnitud y envergadura que ya se hablaba de una emergencia nacional, entre los principales motivos del atenuante de la ya precaria situación del campo se encuentra el creciente deterioro de la agricultura que se venía arrastrando desde décadas anteriores, además esta situación de crisis se agravaba enormemente por presentarse en un contexto de crisis dentro de la misma crisis alimentaria, donde siempre los campesinos, los indígenas, y la población más empobrecida

² *Ibidem*, pp. 51-52-54

es la que reciente más estos impactos; entre las principales causas políticas y sociales, que magnificaron esta situación se encuentran los siguientes indicadores:

- 1) “La caída de la demanda interna de alimentos (determinada a su vez por la contracción de salarios reales), que se convierte en un factor depresor de los precios agrícolas relativos al mercado abierto.
- 2) La caída de la rentabilidad de las inversiones agrícolas y de la acumulación de capital en ciertas ramas de la producción rural, y en aquellos estratos campesinos que producen primordialmente mano de obra propia y familiar, así como de la elevación de los precios de los insumos agropecuarios (fertilizantes, insecticidas, combustibles, etc.), con tasas superiores a los precios agrícolas y al índice general de precios.
- 3) Las políticas económicas instrumentadas por el Estado a partir de 1982 que han determinado:
 - a) La brusca caída de la inversión pública en irrigación, fomento agrícola y crédito rural.
 - b) La concentración de la demanda interna de alimentos y materias primas agropecuarias, al deprimir los salarios y el nivel de actividad industrial.
 - c) La evolución de las relaciones de precios desfavorables a la agricultura, de una manera directa, mediante la fijación de los precios de garantía de los granos y de los precios de venta de ciertos insumos producidos por el Estado como (fertilizantes y combustibles) y de manera indirecta por la política cambiaria que ha encarecido la maquinaria agrícola y ha puesto al consumidor nacional de alimentos en desventaja al consumidor extranjero”.³

En la década de los ochentas, el sector agrícola experimento transformaciones muy drásticas, la situación de dependencia alimentaria lejos de desaparecer se incremento cada vez más, junto con ella la importación de granos básicos, en el periodo comprendido de

³ Calva José Luis. *Crisis agrícola y alimentaria 1982-1988*. Juan Pablos Editor, S.A 1997, p. 19

1983-1987, alcanzó la cifra de 6.9 millones de toneladas, que representan más del 20% del consumo interno.⁴ Básicamente lo que impero en un periodo relativamente corto fue la supresión de los antiguos apoyos económicos y de infraestructura, dando pie a intensos y agresivos cambios que afectaron y trastocaron no solamente a la población campesina, sino a diversos sectores involucrados en el sistema alimentario, desde la producción, hasta el consumo, pues se dio paso a una transformación radical en la elaboración de los alimentos y la misma concepción de éste, quedando supeditado a nuevas formas de producción externas, cuyo único interés es el capital devorador, claro que esto no hubiera sido posible sin el apoyo gubernamental que permitió y organizo el desmantelamiento de la apenas naciente infraestructura del campo mexicano.

⁴ *Ibidem*, pp. 13-14

B. La reestructuración política del campo en México.

La política gubernamental a partir de la década de los ochenta del siglo pasado empieza a realizar una serie de transformaciones profundas delimitando sus funciones y su participación en los sectores medulares del país, la ejecución de estas acciones respondieron a un cambio estructural basado en la apertura del comercio exterior, venta de empresas paraestatales, la privatización de los sectores estratégicos del país, como los recursos naturales y los energéticos, así como el incremento desmedido de la inversión extranjera en el territorio nacional. La finalidad de dichas políticas impulsadas por Organismos Internacionales buscaban romper con las barreras proteccionistas del gobierno mexicano para poder librear absolutamente todos los recursos tanto económicos como productivos, tecnológicos, científicos y naturales, para dejarlos en manos del mercado y de la especulación financiera, terminando con las políticas de interés social para destinar esos recursos al pago de deudas, o rescates de empresas, gestándose un proyecto de nación a la inversa donde se favorece y se otorgan los apoyos a los grandes empresarios nacionales y extranjeros, produciendo gravemente una profunda desestabilización económica, política y social.

Para lograr la aplicación de estos nuevos principios en el país fue necesaria la complicidad y autorización de los “nuevos” gobernadores neoliberales, que se sentaron en la silla presidencial, de manera muy abierta y tajante a partir de 1988 con el gobierno salinista se comenzaron a implementar una serie de paquetes estructurales que incluyen las siguientes reformas:

- “Hacer del libre funcionamiento del mercado el instrumento único para la asignación de los recursos productivos.
- Apertura de la economía al comercio y a los flujos de capital internacionales.
- Reducción de la injerencia del Estado en la actividad económica, lo cual implica disminuir el gasto público para mantener el equilibrio de las finanzas gubernamentales; menor influencia de las políticas públicas en la economía; privatización de todas las empresas publicas y desregulación de la economía.

- Restricción de la circulación monetaria para combatir la inflación, considerada como un fenómeno estrictamente monetario y cuyo control, por tanto, depende de la astringencia y disciplina del gasto público.
- Creciente importancia al logro de los equilibrios macroeconómicos.
- Liberación de los precios de todos los bienes y servicios y desaparición de subsidios generalizados el consumo.
- Flexibilización laboral, es decir menor intervención de los sindicatos en la fijación de los salarios y las prestaciones laborales, así como eliminación de los contratos colectivos.”⁵

Los cambios realizados en el Estado mexicano han dejado de lado su principal razón de ser, al romper el pacto del nacionalismo revolucionario que lo vio nacer, tal como lo indica Sergio de la Peña:

“... fue roto y despojado de contenido por las políticas neoliberales desde mediados de los ochenta, al cancelar compromisos y formas de solución de agravios que regularon la vida nacional por décadas, sin crear nada que lo sustituyese, ni darle vida plena al sistema global. Pero persisten rasgos del pacto anterior, como la concentración del poder, los abusos impunes, el arreglo personal más que institucional, la intermediación ideológica y la manipulación social... El relajamiento del viejo orden abrió paso a las luchas entre fracciones de la clase dominante”.⁶

Las políticas de ajuste estructural se han aplicado prácticamente en todos los sectores económico, político y social dejando pobreza y desolación ahí donde han llegado. El sector agrícola no es la excepción y ha sido de los más golpeados sumiéndolo en la marginación y pobreza. Sin duda uno de los esfuerzos más representativos para avanzar en las políticas de

⁵ Ornelas Delgado J. *El neoliberalismo realmente existente*. Benemérita Universidad de Puebla. Facultad de Economía. 1997 pp. 22-23

⁶ Saxe Fernández John. Neoliberalismo y TLC ¿hacia siglos de guerra civil? ALASRU, *Globalización, crisis y desarrollo rural en América Latina*. México, UACH, Colegio de Posgraduados. 1998. Vol. I. pp. 92-93

orden liberal, fue precisamente la disolución del pacto social más arraigado con los campesinos, al haber sido reformado el Artículo 27 constitucional por el gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) ya que bajo el cambio de la legislación ejidal se pone fin a la obligación estatal de fomentar el reparto agrario y con la posibilidad de la privatización de la tierra de los ejidos y de las comunidades, al prescribir su carácter inalienable, imprescriptible e inembargable.⁷

El nuevo esquema modernizador del campo, buscaba dinamizar el sector y dárselo a los productores rurales quienes tuviesen la capacidad económica para poder emplear técnicas intensivas de producción y poder ser competitivos, tanto en el mercado nacional, como internacional, facilitando de este modo las asociaciones o compras de las mejores tierras, que por lo general se ubican en las zonas de riego, dejando así desprotegidos a los campesinos y al sector rural pues ambos fueron descapitalizados. Sin duda el último paso y el más definitivo respondió a la modificación del Artículo 27 Constitucional por parte del gobierno salinista.

⁷ Romero Emilio *Op. Cit.* p.60

Reformas jurídicas realizadas al Artículo 27 Constitucional

- *La ley del 6 de enero de 1915: sirvió como principal antecedente para la reforma agraria, entre sus principales preceptos, declara nula todas las enajenaciones de tierra, aguas y montes que pertenecieran a los pueblos indígenas, rancherías, congregaciones o comunidades.*
- *El Artículo 27 de la Constitución Mexicana de 1917: sustenta una nueva concepción del dominio de la nación sobre la propiedad territorial y de su facultad de transmitir la propiedad a particulares, así como el fraccionamiento de los latifundios como vía para impulsar la pequeña propiedad.*
- *Sexenio Miguel de la Madrid :(1982-1988) en este periodo se dieron nuevos y trascendentes pasos jurídicos para fortalecer al sector privado organizado sobre fundamentos empresariales la agricultura, se realiza modificaciones al artículo 27 constitucional en su inciso XV: donde se redefinen las condiciones de existencia de la pequeña propiedad y se fundamentan las bases para la agricultura capitalista.*
- *Sexenio Carlos Salinas de Gortari :(1988-1994) Finaliza la reforma y el reparto agrario modificando el artículo 27 de la Constitución mexicana, eliminando el concepto de la propiedad social del ejido y de las comunidades, al prescribir su carácter de inalienable, imprescriptible e inembargable, que posibilita la abolición de tutelaje y poder que el gobierno ejerce sobre el ejido, abriendo el camino para la privatización de la tierra.*

Cuadro 1.1. La actual situación que prevalece en el sector agrícola ha requerido de modificaciones jurídicas constantes a lo largo de la historia, principalmente del Art. 27 Constitucional donde se proclamaba el carácter ejidal y social, para dar inicio a la privatización de la tierra y del sector agrícola.

Los cambios estructurales aplicados al campo, fueron sufriendo paulatinos y constantes recortes en su presupuesto, lo cual provocó una descapitalización del sector y de las instituciones involucradas en él, los apoyos gubernamentales prácticamente fueron desapareciendo en todos los ámbitos de producción, comercialización, investigación y asistencia técnica lo cual hizo que éste fuera perdiendo rentabilidad. A partir del gobierno de Miguel de la Madrid, en el contexto de las políticas de austeridad y privatización económica, el Estado mexicano empezó a dismantelar el sistema de instituciones relacionadas con el sector agropecuario. Esta política llega a su clímax durante el periodo 1989-1992, cuando los organismos y entidades gubernamentales vinculadas con el sector primario disminuyen de 103 a sólo 26,⁸ entre los más significativos destacan los siguientes: la privatización de los sistemas de riego y la eliminación de los subsidios del agua, la desaparición de Fertimex (paraestatal que vendía fertilizantes a precios de subsidio) y de Inmecafé (institución pública que apoyaba la producción y comercialización del cultivo), Azúcar S.A, y más recientemente la desaparición de la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (Conasupo)⁹ organismo que garantizaba a los productores de granos básicos la compra de sus cosechas a un precio de garantía , que ejercía el control del mercado externo en la importación y exportación de productos básicos, subsidiaba el consumo alimentario, aseguraba reservas estratégicas de comestibles, procesaba y vendía alimentos de primera necesidad, comercializaba fertilizantes y semillas mejoradas e impulsaba programas de capacitación para los campesinos, entre sus funciones más importantes.

⁸ Saxe Fernandez John. *Op Cit.* p. 67

⁹ Yunes Antonio y Bárcenas Fernando. “Efectos de la desaparición de CONASUPO en el comercio y en los precios de los cultivos básicos” en Revista Estudios Económicos. Vol. Número 2. Colmex, julio-diciembre del 2000.

1. Seguridad alimentaria & Seguridad nacional

Dentro de las principales funciones que un Estado legítimo debe realizar se encuentra el preservar y reguardar los intereses y bienestar de los ciudadanos a los cual representa, para ello debe de poner en marcha efectivas políticas de diversas índoles que abarquen los aspectos tanto económicos, sociales, políticos y culturales de una nación. El concepto de seguridad nacional ha cambiado con el paso del tiempo. A él se le asocian principalmente en un primer momento los riesgos de guerra y su defensa de invasiones externas, dañando e incluso poniendo en peligro la existencia y soberanía de un país; hoy en día el concepto ha cambiado y se ha extendido, adecuándose éste a las condiciones sociales e históricas de los diferentes países y sus contextos. Entre las principales ocupaciones que conciernen el interés de la seguridad nacional actualmente se incluyen las amenazas no sólo externas de un país invasor, sino también las que se puedan originar dentro del mismo Estado de una nación, las cuales se derivan de las desigualdades y los contrastes sociales no resueltos como, la marginación, la pobreza y el hambre, por mencionar algunos, tales malestares sociales dejan entrever la falta de compromiso de los gobiernos al no procurar las condiciones necesarias para que la población pueda ejercer sus derechos más elementales, dentro un ámbito de equidad y justicia social; por lo cual ante esta carencia de legitimidad surgen los conflictos internos de grupos sociablemente marginados, que alzan la voz para expresar sus reclamos y exigir sus derechos, tal como sucedió con la emergencia del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en enero del año 1994 en el estado de Chiapas.

“... La seguridad nacional es un conjunto de condiciones necesarias para la estabilidad, que incluye el hecho de que el Estado nacional pueda llevar adelante su proyecto de dirigir a la sociedad hacia el logro de los objetivos del desarrollo y la estabilidad social. La estabilidad política y la gobernabilidad constituyen los objetivos de la seguridad nacional, pero estos se justifican sólo como precondition de los satisfactores que proporciona el desarrollo económico”.¹⁰

¹⁰ Torres Torres Felipe (Coordinador). *Seguridad alimentaria: seguridad nacional*. UNAM, IIE, Ed. Plaza y Valdés. 2003, p 22

Bajo estos parámetros, el Estado debe garantizar las condiciones necesarias para que la sociedad a la que representa se pueda desarrollar y crecer económicamente generando progreso y bienestar a los ciudadanos de manera integral, en un ámbito de autodeterminación nacional e independencia política, donde éste pueda ejercer y hacer efectivos los recursos con los que dispone y de esta manera resguardar los intereses nacionales. Entre de los puntos medulares que debe dar seguimiento el Estado dentro de la agenda de la seguridad nacional se sitúa, el narcotráfico, la cuestión ambiental y la soberanía alimentaria, entre otros.

La soberanía alimentaria pertenece a un sector estratégico muy importante dentro de la seguridad nacional, pues resulta medular que un país sea capaz de proporcionar la alimentación que requiere su población, a pesar de las inclemencias del clima o los factores oscilatorios de la economía de mercado, por lo cual requiere de un sistema agrícola interno fuerte donde la mayoría del consumo de los alimentos se produzcan internamente y las importaciones únicamente representen un porcentaje mínimo y complementario.

De no ser así la autosuficiencia alimentaria se encontrará en riesgo al depender del extranjero del abasto de los alimentos, generándose una inseguridad alimentaria muy alta, además de los graves conflictos que implica no tenerla, como la gran pobreza y marginación que se crea en el campo en una economía globalizada, en donde los intereses externos se vuelven más evidentes y agresivos y afectan principalmente a los países que se encuentran más vulnerables. Por tal razón es de vital relevancia que el Estado participe y de importancia al sector agrícola como componente fundamental de seguridad nacional, sin subordinar su abasto a las importaciones por considerar que éstas son más rentables y baratas económicamente, que producirlas internamente; para que la seguridad alimentaria de un país se deteriore o desaparezca es necesario que se presenten por lo menos cuatro elementos fundamentales:

- 1) “Condiciones internas dentro de la política económica que generan insuficiencia de oferta agropecuaria para satisfacer la demanda interna de alimentos.

- 2) La crisis económica recurrente que deteriora los niveles de ingreso y concentra la riqueza de tal manera que el acceso a los alimentos se ve severamente restringido en diversas regiones y para grupos muy amplios de la población.
- 3) Factores externos donde los agentes económicos más fuertes instrumentan estrategias de manipulación en los mercados locales e inciden en la generación de riesgos.
- 4) Y finalmente un posible escenario de desaceleración abrupta de la economía aunado a una creciente descomposición de la base productora agrícola que se traduce en insuficiencia alimentaria interna, donde el valor de las importaciones alimentarias sobrepase los límites de valor convencionalmente aceptados por las exportaciones”.¹¹

Bajo estas condiciones hoy en día, el orden establecido que se ejerce a nivel nacional se halla dictaminado por intereses políticos y económicos de corte transnacional. La manera de poseer soberanía alimentaria se encuentra precisamente en la capitalización del sector y la fortaleza económica que permite disponer de los insumos que se requieren para su desarrollo, garantizando así el abasto de la producción demandada para el consumo interno. Por otra parte la ciencia biogenética alimentaria, trabaja en superar los obstáculos estacionales y las adversidades climáticas de la naturaleza, a través el desarrollo de tecnologías científicas que permiten implementar en la producción de los alimentos tales investigaciones para obtener grandes producciones y excedentes de los mismos, sin embargo el control y aplicación de tales recursos esta en dominio de unos cuantos países que disponen de este conocimiento a su beneficio, mediante la aplicación de bloqueos comerciales entre países o la imposición de acuerdos comerciales para fijar precios y ser favorecidos. Ahí es precisamente donde se encuentra en riesgo la seguridad nacional al verse vulnerada la soberanía alimentaria, al depender del exterior.

¹¹ Torres Torres Felipe, *Op Cit* p. 16

Seguridad alimentaria & Seguridad nacional

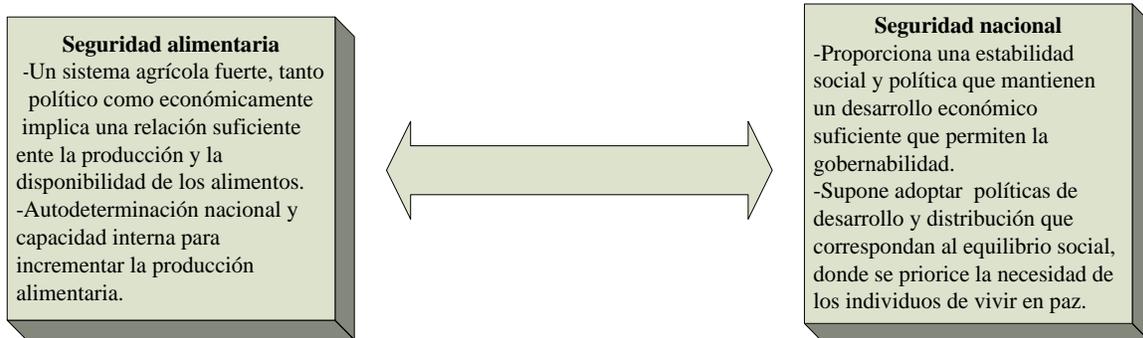


Figura 1.2 La seguridad alimentaria tanto como la seguridad nacional, constituyen elementos primordiales de vital relevancia como componentes de un Estado nacional, ya que de carecer cualquiera de los dos el caos y el desequilibrio social se hacen presentes, al vulnerar la seguridad alimentaria se incrementa la dependencia alimentaria y ésta a su vez genera inconformidades sociales y económicas que atentan la estabilidad y orden social.

Otro concepto de seguridad alimentaria más profundo emerge desde la perspectiva más íntima y medular de la cosecha agrícola, en la misma condición y origen de la semilla, que da vida a los frutos que nos alimentan y como ésta es plantada.

“Las semillas, para el campesino, no constituyen únicamente la fuente de plantas y alimentos: son el lugar en el que se almacena la cultura y la historia. Las semillas son el primer eslabón en la cadena alimentaria. Las semillas son el máximo símbolo de la seguridad alimentaria.

El libre intercambio de semillas entre agricultores ha sido la base del mantenimiento de la biodiversidad y de la seguridad alimentaria. Ese intercambio se basa en la cooperación y la reciprocidad [...] El libre intercambio entre agricultores se extiende más allá del mero intercambio de semillas. Incluye intercambios de ideas y de conocimientos sobre cómo trabajar esas semillas”¹²

¹² Vandana Shiva. *Cosecha robada. El secuestro del suministro mundial de alimentos*. Ed. Paidós. 2003 p. 18

En el momento en que el país abandona su forma de producción tradicional y trata de incorporarse de lleno al modelo estadounidense, ha permitido la intromisión de nuevos patrones de producción centrados en potencializar los resultados para un beneficio económico, dejando de lado el patrimonio cultural de los campesinos e indígenas del país al contraerles los recursos monetarios que le permiten reproducir y garantizar su continuidad del modelo de producción tradicional, hecho que violenta y fomenta la dependencia alimentaria, pues el empleo de estas técnicas no son viables para la mayoría de los agricultores por sus elevados costos. Además de que el fomento agrícola basado en el monocultivo pone en peligro y va acabando lentamente con la biodiversidad, contaminando la gran variedad de especies de los diferentes cultivos tradicionales como el maíz, al tener contacto con las técnicas de la biotecnología alimentaria.

Este modelo resulta poco amigable con la naturaleza, pues el empleo constante e intensivo de agroquímicos como el nitrógeno y el fosforo, van desgastando el suelo llenándolo de una enorme toxicidad, además dichos recursos se deben de emplear en cada cosecha, al igual que las semillas transgénicas que únicamente sirven una vez, incrementando así la dependencia extranjera al tener que conseguir los insumos para su utilización.

2. La agricultura mexicana ante los tratados internacionales y la apertura comercial

El nuevo modelo de desarrollo del sector agropecuario impulsado por el gobierno llega a su punto más alto con la adhesión del país a los convenios internacionales en materia agrícola. Con las modificaciones realizadas al Artículo 27 constitucional se abrieron las vías para la explotación de la tierra bajo un enfoque mercantil fomentando la concentración de la tierra en medianas, grandes y gigantescas unidades de producción para la explotación empresarial, sea nacional o extranjera. Esta concentración y explotación se evidencio con la adhesión a tratados internacionales por parte del gobierno mexicano al comenzar a liberar los productos agropecuarios al comercio exterior. Un primer intento de esto se presenta cuando México se integra al GATT (Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio) en 1986 aunque cabe destacar que los lineamientos bajo el se firmó fue resguardando ciertas garantías sociales alrededor de los campesinos y del sector agrícola,

pues aún se contempló el antiguo régimen de propiedad comunal, basado en el contrato social que se fue gestando con la revolución de 1910 y que se concretizó en la Constitución de 1917. “La cláusula agrícola de nuestro *Protocolo de Adhesión al GATT* textualmente dice: Las partes contratantes reconocen *el carácter prioritario que México otorga al sector agrícola en sus políticas económicas y sociales. Sobre el particular, y con objeto de mejorar su producción agrícola, mantener su régimen de tenencia de la tierra, proteger el ingreso y las oportunidades de empleo de los productores de estos productos. México continuara aplicando un programa de sustitución gradual de los permisos previos de importación por una protección arancelaria, en la medida en que sea compatible con sus objetivos en este sector.*”¹³

Sin embargo, a pesar de que se conservaron ciertos preceptos constitucionales éste fue un primer paso para ir abriendo cada vez más el sector al comercio exterior, empero de manera contrastante, se negocia de manera bilateral el Tratado del Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), en 1992 pero que entró en vigor a partir del primero de enero de 1994, en dicho acuerdo se entrega al libre comercio el sector agrícola del país, despojándose de todo carácter social.

Los postulados base a realizar por este Tratado desde sus primeros inicios los podemos encontrar en un documento muy significativo, sirviendo como borrador de los rasgos esenciales para las autoridades mexicanas al promover en una reunión realizada en Dallas, exponiendo lo siguiente: “Las partes acuerdan que su objetivo principal es lograr la mayor eliminación posible de barreras al comercio y subsidios... con el propósito de promover la competitividad, elevando la eficiencia a través de aumentos en la escala de la producción”¹⁴

El costo para lograrlo fue precisamente sacrificar a los campesinos del país y la soberanía alimentaria, aunado a esto los acuerdos realizados entre los países participantes se fundamentó por acuerdos bilaterales conviniendo más a unos países que a otros. En este

¹³ Calva José L. *El Modelo de Desarrollo Agropecuario Impulsado Mediante la Ley Agraria y el TLC*. pp 17

¹⁴ Calva José L. *Op Cit* p19

acuerdo el que sale perdiendo es el nuestro, ya que las diferencias en condiciones de toda índole son abismales haciendo casi imposible el competir con tales países de manera equitativa, por lo cual se subordinó al sector agrícola a producir productos para exportar y a importar los productos estratégicos en la alimentación.

Entre las principales disparidades entre estos países podemos encontrar tres muy marcadas: 1) la extensión de los recursos naturales que son muy favorables y bastas en Estados Unidos y Canadá, 2) las condiciones agroclimáticas, 3) la inversión pública que destina cada estado al fomento agrícola, éstas últimas influyen muchísimo en los resultados finales de la producción, condicionantes que actualmente después de 15 años de su entrada en vigor no han cambiado mucho. En propias palabras del Banco Mundial se reconoce esto apenas en 2005:

“Los incentivos de precios agrícolas siguen en un nivel bajo. Esto es en gran parte resultado de la apertura de la economía, que crece con la presencia del TLCAN, y las condiciones desiguales de competencia que enfrentan los campesinos mexicanos en la mayoría de las cosechas con respecto a sus vecinos del norte, dados los niveles de dotación más deficientes y los extensos programas de subsidios agrícolas que se aplican en Estados Unidos y Canadá”.¹⁵

Las políticas públicas desempeñan un papel fundamental para el óptimo funcionamiento del campo, de hecho la mayor parte del territorio mexicano necesita de infraestructura hidráulica debido a las adversidades climáticas, dicho obstáculo podría ser solucionado si se destinarán los recursos económicos necesarios, pero descapitalizado el sector campesino y olvidado, esto sería difícilmente un hecho que podría darse en el contexto actual. Haciendo una comparación de los subsidios que se otorgan a los campesinos en la agricultura de los países firmantes del TLCAN descubrimos asimetrías inmensas, en el periodo correspondiente a 1998-2000 encontramos el apoyo que el gobierno de Estados Unidos otorgó al agricultor promedio ascendió a 20 mil 803 dólares,

¹⁵ Banco Mundial, *Generación de ingreso y protección social para los pobres* 2005. p.34 en Quintana Víctor M. (2009) *Catorce años de TLCAN en la agricultura mexicana: las preguntas que responder*. En Foro, México en la crisis alimentaria global. Ed. Fundación Heberto Castillo, A.C. pp. 168

contra 720 dólares en México, es decir, que el agricultor promedio norteamericano fue apoyado casi 30 veces más que el mexicano.¹⁶ En el periodo 2000-2005 según datos de la OCDE, los apoyos fueron en México 7 mil 575 millones de dólares, Canadá, 6 mil 853 millones de dólares, Estados Unidos 98 mil 215 millones de dólares y la Unión Europea, 123 mil 023 millones de dólares,¹⁷

Ante estas disparidades resulta contrastante darse cuenta que en realidad “el libre comercio” es totalmente una falacia, pues los principales países que lo promueven mantienen protegidos los productos más estratégicos e indispensables que requiere una nación para ser soberana, por ejemplo, Estados Unidos es el país número uno en la producción de maíz en el mundo, pero obliga a romper las barreras y a desarticular y descapitalizar otros sectores agrícolas como el nuestro, pero en ellos los fomentos agrícolas emplean grandes recursos públicos destinados al financiamiento tecnológico y de investigación, que hoy en día se encuentra revolucionando los esquemas tradicionales de la producción de los alimentos, con técnicas cada vez más modernas pero a la par cada vez más alejadas de lo natural. Sólo así pueden generar los excedentes que venden por el mundo, haciendo uso de su poder hegemónico como el del empleo de sus recursos para optimizar sus resultados. Un ejemplo más de ello es la famosa ley llamada Fram Bill de Estados Unidos (Ley de Agricultura Nutrición y Bioenergía) aprobada en el 2008 con un presupuesto cercano a los 300 mil millones de dólares para programas agrícolas y de ayuda alimentaria que abarcan hasta el 2012. De este presupuesto, 43 mil millones de dólares se orientan a los subsidios agrícolas del arroz, caña de azúcar, el maíz, soya y trigo, una parte considerable de las cosechas de maíz y de caña de azúcar son destinadas para la producción de biocombustibles elaborados a base de materia prima alimentaria cuyo resultado final en este caso es la producción de etanol. Desde que se iniciaron los acuerdos para la apertura

¹⁶ Yolanda Trapaga. “La soberanía alimentaria, el desarrollo rural y la normatividad de la Organización Mundial de Comercio” p. 76 en Quintana Víctor M. *Op Cit* p.169- 170

¹⁷ Datos de la OCDE citados en la revista *Claridades Agropecuarias*, no. 160 en Quintana Víctor M. *Loc. Cit.*

comercial Estados Unidos ha apoyado a los agricultores de aquel país con variados subsidios descansando tierras para no agotar los nutrientes del suelo o en créditos de sus productos agrarios para controlar la economía, sobretodo en tiempo de crisis manejando a su antojo y conveniencia los precios.

Dichos apoyos se ven reflejados en la producción y productividad de las siembras y se pueden observar con datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), muestra como durante el quinquenio 1997-2002, cosechamos en México 2.5 toneladas de maíz por hectárea, contra 8.4 en Estados Unidos y 7.2 en Canadá. Obtuvimos 635 kilogramos de frijol por hectárea contra mil 859 en Estados Unidos y mil 822 en Canadá¹⁸. Por otro lado, según datos de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), en el periodo 2001-2005, la productividad en granos y oleaginosas en México fue de 2.4 toneladas por hectárea, contra 5.55 toneladas en la Unión Europea, 4.96 toneladas en los Estados Unidos y 2.54 en Canadá.¹⁹

Los resultados de la aplicación del agrarismo neoliberal en general han repercutido de manera negativa e impactante con la inserción de México al TLC, ésta inserción ha incrementado de forma alarmante las importaciones de alimentos, si bien se ha participado con cierto dinamismo en algunos productos estos no representan una garantía nacional de seguridad, “las importaciones de alimentos en 1982 eran de 2,755 millones de dólares y para el año 2006 oscilaban en 14,309; en 2007 ascendimos a importar 19,325 millones de dólares y se estima que al cierre de 2008 lleguemos a los 25.000 millones de dólares [...] tan sólo en el primer trimestre de 2008, las importaciones de alimentos fueron de 5,044 millones de dólares; una cantidad superior a lo que se recibe en divisas de los familiares en Estados Unidos. Por primera vez en la historia las importaciones de alimentos son superiores a las remesas recibidas.

¹⁸ José Luis Calva “*Los Plazos se cumplen*” (2006) El Universal, 03 de Nov. De 2006 en Quintana Víctor M., *Loc Cit*

¹⁹ Datos de la OCDE citados en la revista *Claridades Agropecuarias*, no. 160 en Víctor Manuel *Loc Cit*.

Tenemos una dependencia del 95 por ciento en soya; en el caso del maíz se rebasan los 11 millones de toneladas del año pasado (que representa la tercera parte de lo que se consume), en el período comprendido en el TLC pasamos a importar 253 mil toneladas en 1993 a más de 11 millones, lo cual significa que las importaciones de maíz en 14 años se multiplicaron 42 veces. Cuarenta por ciento de la carne que consumimos es importada, somos el primer importador de leche en polvo en el mundo, además de que estamos importando el 80 por ciento de arroz que consumimos y 56 por ciento de trigo, sólo por señalar los ejemplos más representativos.”²⁰

Así se encuentra nuestra dependencia alimentaria, producto de las políticas aplicadas para el campo, que cada vez más y de manera muy acentuada se puede constatar que la participación del sector agrícola en la producción de los granos va disminuyendo notablemente, en algunos casos casi ha desaparecido, a la vez que el incremento de las importaciones va en aumento tal como lo indica la investigadora Laura Juárez en el caso de los granos básicos:

“Maíz. En 1985 la producción nacional de maíz aportaba 82.2% del consumo interno y las importaciones el 17.8%; para 1994 la producción nacional aumentó al contribuir con 89% y las importaciones 11%. Sin embargo, para 2007 la producción nacional disminuyó notoriamente, al aportar 75.8% del abasto interno y las importaciones aumentaron su contribución al representar 24.2% del consumo nacional.

Arroz. En 1980 la producción nacional de arroz aportaba 75.6% del consumo interno y las importaciones el 24.4%; para 1994 la producción nacional disminuye su participación al contribuir con menos de la mitad al ubicarse en 46.4%, y la importación aumentó al significar 53.6%; en 2007 la producción nacional disminuyó aún más, al participar con sólo el 30%, mientras que las importaciones representaron 69.9 por ciento.

Trigo. En 1985 la producción nacional de trigo aportó 90.3% del consumo interno y las importaciones sólo 9.7%; para 1994 la producción nacional se reduce significativamente al

²⁰ Ladrón de Guevara Ernesto. (2009) *Los campesinos podemos alimentar al mundo*. En foro, México en la crisis alimentaria global. Ed. Fundación Heberto Castillo, A.C. pp 251-252

representar el 74.6% del suministro del insumo y la importación 25.4%; para el año 2007 la producción nacional disminuye aún más su peso al aportar menos de la mitad, sólo 47.2% del consumo del país, y las importaciones contribuyeron con el 52.8% del abasto interno.

Soya. Para 1990 la producción nacional de soya llega a cubrir más de la mitad del consumo interno, al situar su participación en 53.3%, sin embargo, después de la entrada en vigor del TLCAN, la producción de este bien prácticamente ha dejado de existir y el país depende casi en su totalidad de las importaciones: en 1990 la producción nacional de soya aportó 53.3% del consumo interno y las importaciones 46.7%; para 1994 la producción nacional disminuye su participación, al contribuir con sólo 17.4%, y la importación significó el 82.6%; para el año 2007 la producción nacional prácticamente desaparece al aportar sólo 2.4% y las importaciones contribuyeron con 97.6% del suministro interno”²¹

Diversos especialistas han señalado que la situación actual del campo en México no prospecta buenos augurios, pues lejos de aplicar eficientes políticas que vayan sentando las bases para un futuro autosuficiente, éste sector está doblemente afectado por los mismos rasgos de su dependencia al supeditar su estabilidad principalmente a Estados Unidos y cualquier circunstancia que afecte a dicho país, posee un efecto de resonancia en el nuestro.

“En 15 años del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) se incrementó de 10 a 42 por ciento la dependencia alimentaria de México; se perdieron 2 millones de empleos agropecuarios; el valor de las importaciones de alimentos de nuestro país aumentó 5 mil millones a 23 mil millones de dólares anuales; emigraron un promedio de 300 mil campesinos cada año y 20 empresas trasnacionales monopolizaron el mercado de alimentos a nivel nacional. [...] México será el país más afectado del mundo por la recesión en Estados Unidos, no sólo porque no estableció ningún candado contra la especulación financiera, si no porque el motor de su economía está ligado a la marcha del mercado estadounidense. [...] ya que México se volcó totalmente a la economía de Estados Unidos y depende de ella, por lo que ahora será el país más afectado por la recesión en el mercado estadounidense, ya que por ejemplo, el 82 por ciento de sus exportaciones van al vecino país. Además, por el TLC liberó las licitaciones de sus compras gubernamentales a proveedores de

²¹ Juárez Sánchez Laura. (2008) Campesinos y consumidores: sometidos al control monopólico de las empresas trasnacionales. Análisis, no. 68 septiembre-octubre. pp.30-35

Estados Unidos y Canadá y no estableció candados para frenar la especulación monetaria ni la fuga de capitales”.²²

Existen productos que México exporta hacia Estados Unidos y representan sectores dinámicos, más no estratégicos, pues dicho intercambio se basa en frutas, productor hortícolas, flores, camarón y cerveza, si se les deja de vender a los estadounidenses no pasa nada. El caso de nuestro país es muy diferente pues los productos base de la alimentación son provistos externamente, situando al país en una gran situación de riesgo.

La vulnerabilidad alimentaria ha ido en aumento desde la inserción del campo a la economía comercial desencadenando el abandono del sector, situación que dio la pauta a las transnacionales alimentarias de abastecer al país de productos alimenticios extranjeros, no sólo de granos básicos, también de tecnología importada como los fertilizantes, maquinaria y demás insumos, lo cual ha traído varias y graves consecuencias como un efecto dómimo, contribuyendo a la degradación del valor de los productos agrícolas básicos, haciendo que cada vez sea más difícil hacer del trabajo en el campo un sector dinámico, productivo y rentable de empleos dignos, como consecuencia se expande la pobreza y por consiguiente se incrementa la migración y la dependencia alimentaria, en un tiempo relativamente corto la realidad del campo mexicano de por si deteriorada y con síntomas de crisis, se ha ido desmoronando.

La situación actual que padece el sector agrícola del país es alarmante y representa una cuestión de vital interés para todos los sectores sociales, pues ésta afecta a los productores, campesinos, comerciantes, distribuidores y consumidores, es decir a toda la población en general, al no producir los alimentos internamente el costo de los mismos se incrementa, así que importamos alimentos y exportamos compatriotas, pues se estima que la migración ha aumentado hasta en un 400 por ciento respecto a 1980,²³ lo que demuestra que de las

²² Muñoz Ríos Patricia (2009) El libre comercio disparo la dependencia alimentaria de México, señalan expertos. La jornada [internet] viernes 09 de enero. Disponible en: [http://www.jornada.unam.mx/2009/01/09/index.php?section=politica&article=017n1pol.\[Acceso03-02-2010\]](http://www.jornada.unam.mx/2009/01/09/index.php?section=politica&article=017n1pol.[Acceso03-02-2010])

²³ Quintana Víctor M. *Op Cit* P. 181

anteriores crisis a la contemporánea con certeza se puede decir que el campo mexicano actualmente este viviendo la peor crisis de toda su historia.

Sin embargo, las medidas expansivas que se han ido adquiriendo no paran ahí, conforme avanza el tiempo y la ciencia se desarrolla, se generan nuevas tecnologías, que requieren nuevos marcos legales para permitir ser aplicadas, leyes que son promovidas por acuerdos comerciales internacionales y que, a su vez, responden a los mismos intereses que promueven la privatización y control de los recursos del naturales, que no son exclusivos de México sino que forman parte de un conglomerado global cuyos postulados se dispersan por medio de los tratados y los organizaciones mundiales.

Por último, encontramos los nuevos regímenes de derechos de propiedad intelectual, los cuales se están expandiendo por medio de la Organización Mundial del Comercio, ésta Organización les confiere a las empresas transnacionales el poder de usurpar y patentar el uso y conocimiento de las semillas por todo el mundo, lo cual esta desembocando en la monopolización y privatización del conocimiento ancestral de muchas culturas, que ahora las grandes empresas van a reclamar como suyo.

Otro avance más en la lucha del monopolio y la privatización lo encontramos con la aprobación de la Ley de Bioseguridad de Organismos Genéticamente Modificados (LBOGM) en febrero de 2005, la cual permite de manera legal en el país, la comercialización, importación y exportación de organismos genéticamente modificados, lo que da entrada a la penetración en territorio nacional de las empresas genéticas, que ávidas de poder, dominio y expansión, van delimitando su presencia de manera intensiva cada vez en el territorio mexicano.

Principales transformaciones del sector agrícola en México

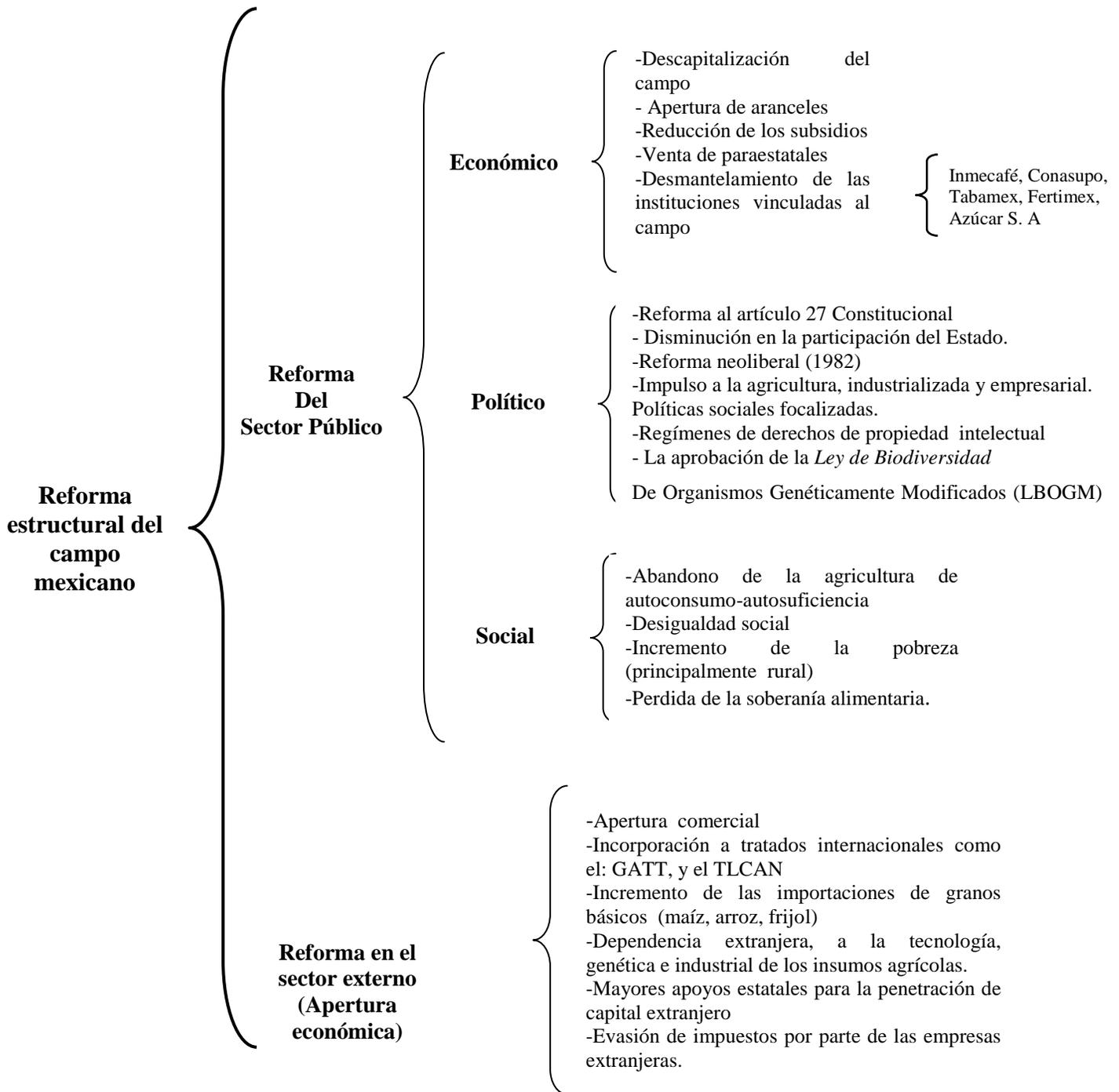


Figura 1.3 El paquete estructural de reformas en el campo, ha tenido repercusiones en todos los ámbitos que engloba al sector agroalimentario del país, dichas modificaciones como se puede apreciar abarcan prácticamente todos los sectores e incluso trascienden los límites nacionales.

3. La nueva concepción de la agricultura

Desde el inicio de la década de los ochentas, se han presentado una serie de cambios muy radicales dentro de las políticas internas del país, situación que también tuvo su alcance en el sector agropecuario, siendo éste uno de los sectores más golpeados por dichas políticas, las nuevas reglas del juego regidas bajo los parámetros de la globalización han dejado a la agricultura doméstica fuera de lugar completamente y sólo los países ricos del mundo son los que ahora pueden gozar de una autosuficiencia alimentaria, convirtiéndose ésta en un lujo que muy pocos ahora pueden tener, los países ostentosos como los conformados por la Unión Europea, Estados Unidos, Canadá y Australia, son los principales productores de alimentos en el mundo, los cuales importan sus excedentes alimentarios básicamente a los países subdesarrollados como el nuestro, supeditando sus agriculturas a convertirse en exportadores de productos tropicales, además de promover los alimentos procesados industrialmente, impulsando un modelo de agricultura regido bajo los principios de la economía de mercado y del libre comercio, bajo el llamado principio de las ventajas competitivas, para conseguir una mejor inserción o control, por medio de la adhesión a bloques comerciales, así que prácticamente el motor económico es el que en México desde finales del siglo pasado se ha establecido en la agricultura.

La agricultura tradicional se ha transformado en un sistema industrial enorme de la producción de alimentos, al ir desapareciendo el pequeño campesino e incluso el mediano productor, se abre una brecha enorme donde sólo hay cabida para los grandes productores a nivel mundial, cuyos costos son tan inaccesibles que sólo pueden ser costeados por grandes conglomerados empresariales, que se han ido apoderando del sector mundial al controlar todo el proceso de producción bajo la llamada <<integración vertical>> la cual interviene en todas las etapas del sistema alimentario desde sus inicios en el campo y el cómo se plantan y que semillas se usan, hasta llegar a los productos que uno lleva a su mesa o consume en la calle, lo cual nos manifiesta un control total y absoluto, sobre el sector agrícola.

Al cambiar radicalmente de manera forzada e impuesta el modelo de agricultura se está ejerciendo el poder de los más fuertes contra los más débiles, denegando a los campesinos e indígenas del mundo y en general a toda la población en condiciones de subordinación, ejercer su derecho a obtener el máspreciado bien para vivir y los recursos necesarios para obtener su alimentación, en palabras más profundas y precisas Idina Shiva afirma:

“La agricultura se ha transformado de la producción de alimentos diversos y nutritivos en la creación de mercados para semillas, herbicidas y pesticidas fabricados genéticamente. Mientras los agricultores se transforman de productores en consumidores de los productos agrícolas patentados por las grandes empresas y los mercados locales y nacionales se destruyen pero se expanden globalmente, el mito del comercio libre y la economía global se convierte en un medio para que los ricos roben a los pobres su derecho a los alimentos e incluso a la vida”²⁴.

La agricultura actualmente, se ha transformado tanto, que lejos en el recuerdo ha quedado la manera tradicional de trabajar la tierra, la obtención de cosechas y de sus frutos, anteriormente se utilizaban abonos naturales como fertilizantes y se guardaban las semillas para ser utilizadas en el siguiente ciclo productivo, un trabajo arduo de sol a sol sin duda representa la labranza de la tierra, ahora con el nuevo modelo de agricultura, se ha intensificado el empleo de la maquinaria industrial y de un sin fin de insumos (*inputs*) que buscan romper con las adversidades que la misma naturaleza implica, como los ciclos estacionales, plagas e incluso adversidades climáticas, en efecto esto se ha logrado, pero el resultado obtenido es igual de innatural, ante todos los procesos químicos a los cuales actualmente se tienen que someter los alimentos para obtener unas súper cosechas, que dan frutos grandes, de formas perfectas y que además rebasan los límites de durabilidad naturales, así que la calidad, sabor y propiedades de los alimentos también se han modificado, limitándose a unas cuantas variedades insípidas.

²⁴ Vandana Shiva, 2000, *Stolen Harvest. The Hijacking of the Global Food Supply*. Cambridge Massachussets, South End Press, p. 7 en Luis de Sebastian. *Un planeta de gordos y hambrientos, la industria alimentaria al desnudo*. Ed. Ariel S. A. 2009 p. 105

Como podemos ver el complejo agroindustrial es bastante amplio y trastoca muchos aspectos de la vida política, cultural y económica de un país, el nuevo modelo agropecuario conformado por enormes empresas transnacionales alimentarias que controlan prácticamente todo el sector a escala mundial ya entró a México de forma muy agresiva y en circunstancias muy precarias que magnifican sus impactos, la apertura del sector que se dio en el país se realizó de una manera deliberadamente rápida y sin ningún recato moderador, de ahí la gran vulnerabilidad al depender al 80 por ciento del comercio con Estados Unidos. El arribo del capital extranjero al país no es nada nuevo, pero esta cada vez más se ha ido expandiendo en su forma de penetración, antes era más usual que se manifestara en formas de inversión extranjera directa (IED) en sectores como el bancario, hoy en día este tipo de modelo se queda chico, pues ahora se han concentrado en enormes grupos empresariales transnacionales con un gran poder y dominio, dependiendo del sector en donde se desarrollen, así que las Grandes Empresas Transnacionales (GET) del sector alimentario llegan al país en el momento perfecto e idóneo para su instalación, de lo cual el gobierno se fue encargando a lo largo de poco más de treinta años, las condiciones en las que lo encuentran son las siguientes: 1) desmantelamiento de las políticas asociadas al fomento del sector agrícola, 2) desmantelamiento financiero, 3) apertura económica e incorporación al TLCAN, 4) reforma al Artículo 27 constitucional, 5) aprobación de la Ley de Bioseguridad de Organismos Genéticamente Modificados (LBOGM).

En un contexto de enorme vulnerabilidad, alguien tenía que ocupar esos espacios, alguien tenía que llegar para continuar con la producción de alimentos y llenar ese enorme vacío productivo y son precisamente las empresas transnacionales alimentarias más grandes del mundo las que poseen el control de la producción, el procesamiento industrial, comercialización y distribución final de los alimentos, las que arriban a México, de manera más evidente a partir de la década de los ochentas, ubicándose en muchos de los sectores que se desmantelaron en el país pero también llegaron a absorber a muchas empresas productivas ya instaladas, como parte de su forma de operar y su expansionismo.

Capítulo II

El sistema alimentario global

A. Las Grandes Empresas Transnacionales

Las grandes empresas transnacionales (GET) son conglomerados enormes de capital extranjero ubicadas en varios países de ahí su denominación de transnacional, éstas cruzan las fronteras que las vieron nacer para situarse en otros continentes y países con necesidades, formas de consumo y costumbres muy diferentes a las que le dieron origen.

Las GET alimentarias usan precisamente su carácter universal que les confiere el alimento para penetrar y buscar ser aceptadas por gustos muy variados, además de estar fuertemente concentradas en manos de muy pocos particulares bajo un régimen de sociedades anónimas.

Dentro de las principales características que definen a estos conglomerados encontramos las siguientes:

“Su sede se encuentra localizada, generalmente en un país desarrollado y tienen intereses en varios países sin importar su orientación (desarrollados, subdesarrollados, y aún en países comunistas)

-Poseen una gran capacidad financiera ya que sus ligas se expanden tanto en la banca transnacional, como en la banca local de los países en donde se establecen, además de poseer una extrema facilidad para transferir fondos (capitales) al interior del conglomerado (de matriz o filiales), lo que representa una mayor capacidad financiera a medida que se diversifica geográficamente.

-La planificación de sus objetivos se hace para el conglomerado como un todo (beneficios, control de mercados y suministros; pero principalmente detentan un dominio absoluto de todos los procesos productivos, tecnológicos, prácticas comerciales, y administrativas).

-Cuentan con una gran capacidad de adaptación y dinamismo.

-Esta serie de características y sobre todo el gran poder económico que poseen es tan importante y fuerte, que de manera muy frecuente llegan a influir y determinar en cuestiones del desarrollo económico, social y político de los países donde se establecen.”²⁵

²⁵ Olmedo Carranza Bernardo. *Capital transnacional y consumo. El caso del sistema agroalimentario en México*. IIE, UNAM-México 1986 pp. 30-32

En el ámbito alimenticio las grandes empresas ven en la comida una mercancía muy fructífera como parte de un gran negocio, así que se especula y se lucra con el hambre. Para que dichas empresas puedan instalarse en otros países requieren de ciertas características específicas, pues las bases para esa permisibilidad en la economía globalizada se han sentado desde años atrás, ya sea de manera impuesta o con la colaboración de los Estados nacionales en diversas partes del mundo. Entre esas características mínimas necesarias para su establecimiento y éxito se requieren las siguientes condiciones:

- “Que las dispersas y numerosas poblaciones urbanas, suburbanas y rurales del mundo sean incapaces de autoabastecerse con suficiencia en términos de alimentos.
- Que las GET alimentarias cuenten con la infraestructura necesaria para lograr la cobertura que le corresponda a esta falta de suficiencia.
- Que exista la capacidad de ingreso (absorción) por parte de los mercados de destino.
- Ofrecer una capacidad de innovación suficientemente dinámica para basarse en la diferenciación del producto como estrategia de competitividad y conquista de mercados ante las otras GET alimentarias”.²⁶

Como se observa, estas empresas basan su operatividad bajo un régimen de control absoluto en el sistema alimentario mundial, de hecho el suministro de alimentos se encuentra supeditado, en un primer momento a los intereses de la política internacional, al dictar las políticas públicas relativas a la alimentación que se deberán ejercer en la medida en la que las naciones lo permitan, comenzando desde la producción agrícola en el campo, seguida del proceso industrial, distribución y hasta la comercialización, pero no conforme con ello se busca la intromisión de los gustos y preferencias culturales de las poblaciones conquistadas. Por supuesto, en la medida en que tengan aceptación dependerá su éxito, por lo cual destinan enormes recursos financieros para influir en las decisiones de los

²⁶ Torres Torres Felipe y Yolanda Delfín (Coordinadores). *La alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio*. IIE, UNAM-México-Porrúa. 2001. P. 62

consumidores. Estos recursos se usan en campañas publicitarias, unificando los gustos en los cuatro puntos cardinales del mundo que van marcando pautas de consumo cuyas tendencias tienden a la homogeneización, como una manifestación más de un mundo globalizado; el cual no sólo trastoca el ámbito económico, sino también el cultural en todas sus inmensas representaciones hasta las partes más profundas de su concepción ideológica.

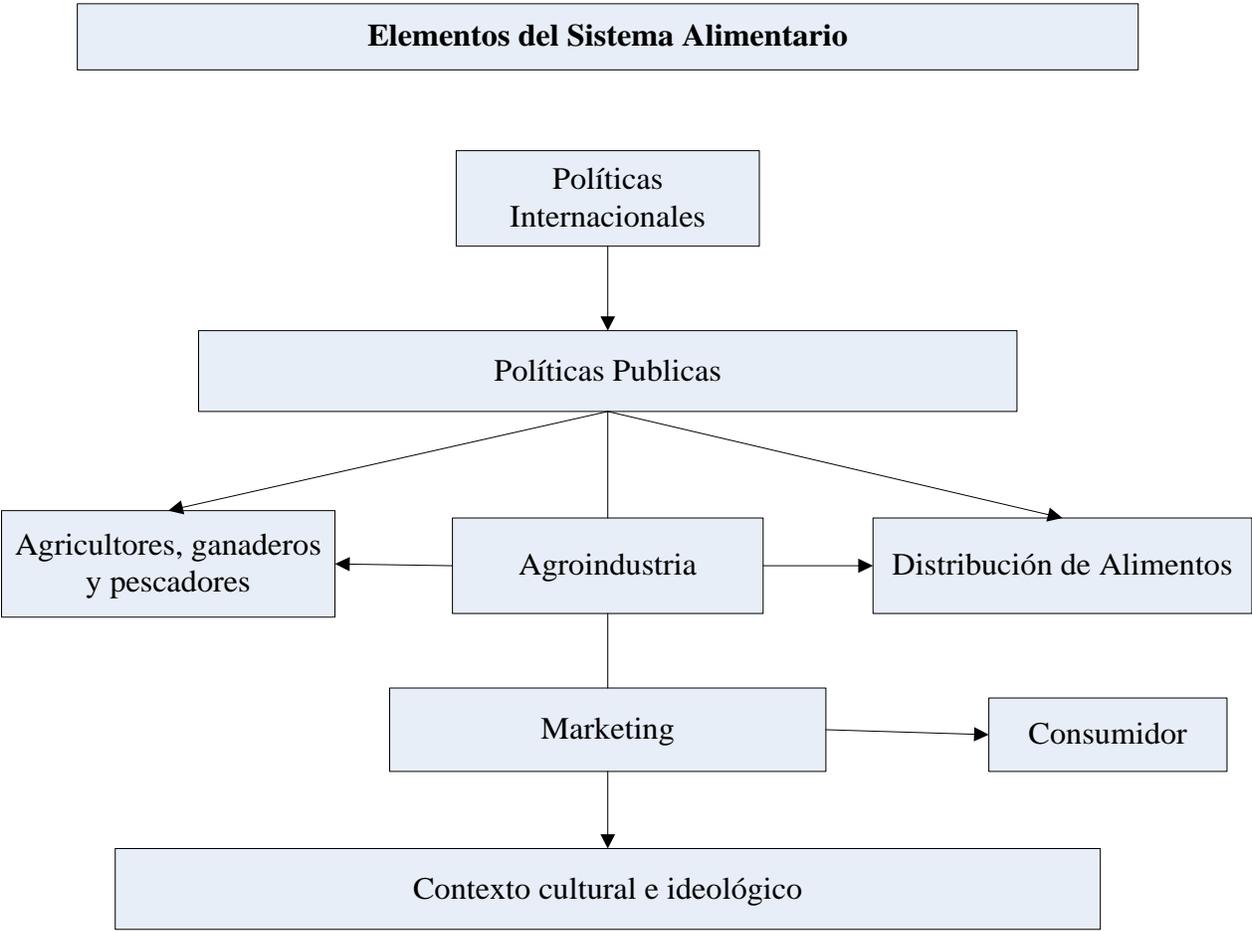


Figura 2.1 Partes que constituyen el complejo alimentario mundial desde su fase inicial en la toma de decisiones que determina su producción hasta la última etapa donde los alimentos llegan a los consumidores.

Para mantener tan elevados niveles de control y dominio, las GET cuentan con varias estrategias que les han permitido controlar el sistema alimentario mundial. Por un lado, extienden y potencian su acumulación impulsando diversas estrategias entre las que se incluyen: el aprovechamiento de los recursos del planeta, la introducción de innovaciones tecnológicas, la inclusión de nuevas formas de centralización del capital a través de fusiones y adquisiciones, mediante la producción conjunta de alianzas estratégicas.* Así mismo por otro lado realizan asociaciones globales en diferentes ramas o sectores con el fin de conseguir los mejores proveedores, asegurando la distribución de sus productos y contar con avanzados sistemas de información, por lo tanto las GET agroindustriales se asocian con las cadenas de supermercados más grandes del mundo colocando sus productos mediante las llamadas compras globales.²⁷

Con gran frecuencia estas empresas se apoderan de otras con menor potencial económico, en el caso de las fusiones estas se dan cuando varias empresas se juntan para formar una nueva. En México este tipo de asociación por medio de adquisiciones y fusiones es de lo más común, y se presenta cuando una empresa básicamente transnacional compra a una nacional, ésta última a pesar de contar con un prestigio y mercados acreditados, no puede solventar su existencia y continuidad por la difícil competencia frente a la presencia de los enormes conglomerados mundiales, que literalmente se los van comiendo poco a poco, por lo cual son absorbidos por una GET alimentaria.

Otra forma muy habitual y recurrente de operación de las GET, es la figura de la *joint venture*, también conocida como consorcio entre dos empresas las cuales se alían casi siempre de manera temporal para trabajar juntas en la elaboración de algún producto en

* Las llamadas “fusiones y adquisiciones” les permiten extender su poderío, debido a que en los países a donde llegan provocan la quiebra de las empresas más débiles o las absorben, lo que significa en los hechos el reemplazo de la inversión nacional, por la extranjera. Esta forma de operar les permite aprovechar los recursos que les son útiles para abaratar sus costos y dominar y ampliar sus inversiones y mercados.

²⁷ Sánchez Juárez Laura. (2006) La dependencia alimentaria de México en manos de las grandes empresas transnacionales. Universidad Obrera [internet] 08 de octubre. Disponible en: <http://www.uom.edu.mx/trabajadores/36laura.htm>. [Acceso 04-01-2007]

particular, pero éstas no pierden identidad ni individualidad. Este tipo de arreglos se da muy frecuente dentro de las empresas transnacionales alimentarias lo cual dificulta conocer más abiertamente la procedencia de algún producto.

De esta manera el sistema alimentario mundial se va anidando por medio de estas alianzas en unas cuantas empresas que dominan todo el sector, que al reducir el número de contendientes controlan el mercado a través de monopolios haciendo la competencia más agresiva, sin embargo este hecho junto a la circunstancia de que son pocas empresas que se conocen bien y tienen contactos frecuentes se induce que generalmente se reparten el mercado entre ellas de forma amigable,²⁸ hecho al cual se le ha asociado actualmente el encarecimiento de los alimentos, causado terribles consecuencias para los sectores más desprotegidos de todo el mundo al no contar con los recursos necesarios para la adquisición de los alimentos.

Estas asociaciones se han vuelto tan poderosas que ya podemos hablar prácticamente de corporaciones planetarias por su forma de operar y concretarse en un muy reducido número de propietarios en su mayoría de nacionalidad norteamericana, quienes en sus manos sustentan el poder y control del sistema alimentario global.

²⁸ De Sebastián Luis. *Un planeta de gordos y hambrientos, la industria alimentaria al desnudo*. Ed. Ariel. 2009 pp. 157

Principales Formas de Apoderamiento y Operatividad de las GET

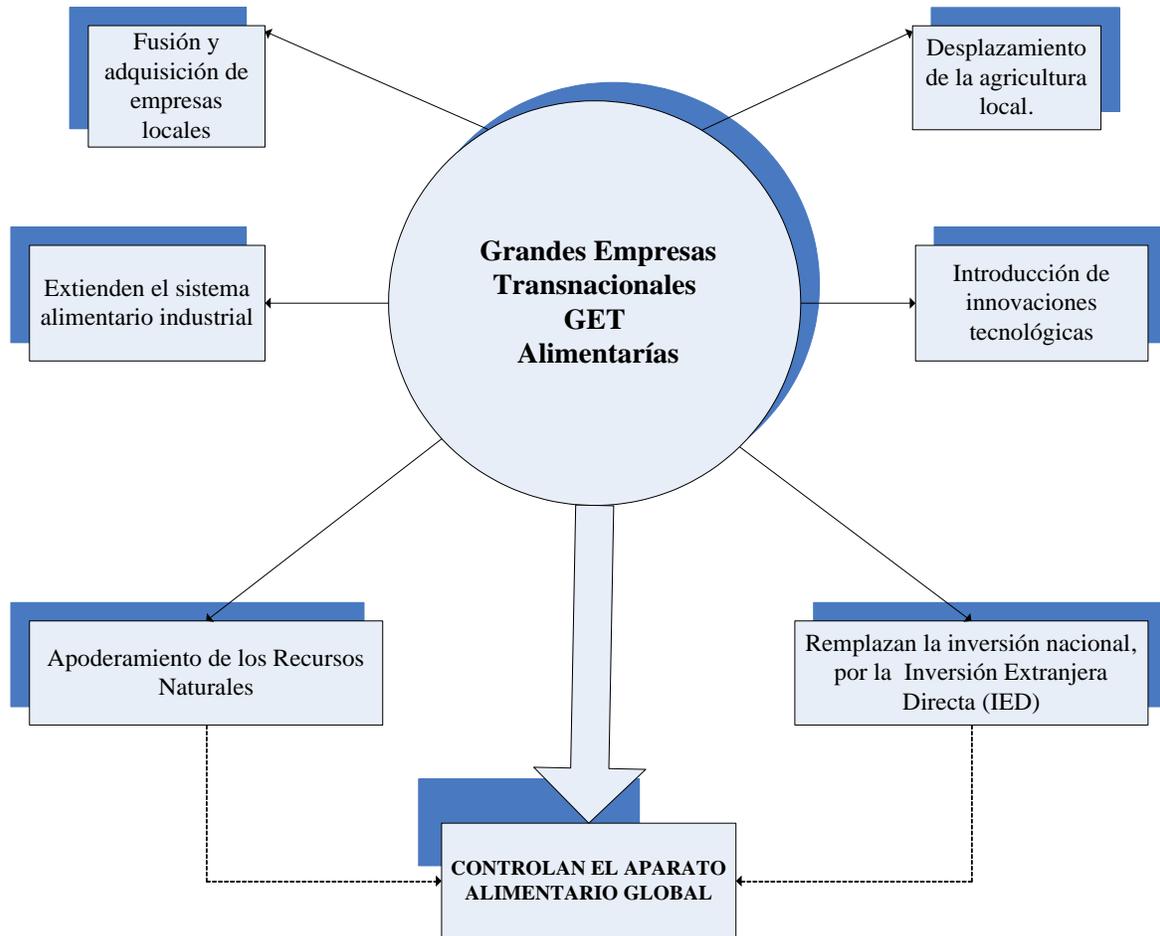


Figura 2.2 Los mecanismos por los cuales se valen las GET alimentarias llega a ser tan poderoso porque concentra los principales recursos estratégicos, como los naturales y científicos para poder expandir en el mundo su monopolio mediante el control de éstos.

1. Las Empresas Transnacionales en el ámbito de los agroquímicos y los productores de semillas

Las GET alimentarias se encuentran divididas dependiendo el ciclo de la producción al cual se dedican, así encontramos diversos sectores que se especializan para cada ámbito. Las empresas transnacionales en los recientes años han conformado empresas dedicadas a la investigación y desarrollo de la biotecnología.

La agricultura que promueven es la misma que se impuso con la llamada revolución verde, una agricultura intensiva, la cual requiere y depende cada vez más de la utilización de productos químicos y farmacéuticos mejor conocidos como “agroquímicos” en ellos se encuentran los fertilizantes, abonos nitrogenados, pesticidas y herbicidas. Las principales empresas que controlan este sector son: *Syngenta*, *Pharmacia (Monsanto)*, *Aventis*, *Basf*, *Dupont de Nemour*, aunado a estos insumos y dentro del paquete tecnológico vienen las llamadas empresas “*productoras de semillas*” las empresas en escena son las se encuentran conformadas por: *Dupont*, *Monsanto*, *Dow*, (Estadounidenses), *Syngenta* (Suiza), *Advanta* (Reino Unido) y *Aventis* (Francia).

Estas empresas han desarrollado la tecnología y la investigación que dio origen a los Organismos Modificados Genéticamente (OMG) o mejor conocidos como transgénicos, dichas semillas modificadas tienen entre sus principales características la manipulación de sus genes para ser más duraderas y fuertes a las inclemencias del clima mediante su desciframiento genético. En un primer momento fungieron con cierta esperanza para combatir el hambre y el desabasto de alimentos en el mundo, no obstante su destino fue otro.

Actualmente sabemos, sin embargo, que las semillas transgénicas no representan la solución al problema del desabasto de los alimentos y del hambre. Ello ha implicado una situación de doble candado, por una parte la tecnología desarrollada e invertida ha hecho que las grandes empresas hicieran de ellas un suministro esencial y patentado que les confirió el monopolio de su uso y de su distribución, por otra, estas empresas biotecnológicas no sólo se han hecho más que indispensables mediante el uso de los productos de la agroindustria, sino también han desarrollado los mecanismos para seguir usándolas una y otra vez, (estas sólo sirven para la primera siembra) son “*semillas*

estériles” aun en el caso de que fueran reutilizadas en una segunda siembra, la planta nueva no dará fruto. De esta forma se obliga a los agricultores que tienen las posibilidades para adquirirla a seguir comprándola una y otra vez. *Monsanto* es una empresa estadounidense muy poderosa, ella invento la sacarina, (un edulcorante que se utiliza como sustituto del azúcar) es la primera empresa mundial de semillas transgénicas. Tal como lo documenta Vandana Shiva, una ecologista hindú, que ha luchado por preservar la cultura de las semillas, evidenciándolo de la siguiente manera:

“*Monsanto* ha invertido millones de dólares para convertirse en la principal empresa biogenética del planeta, entre 1995 y 1998, gasto más de 8.000 millones de dólares en la compra de compañías de semillas. *Monsanto* tiene el control de *Calgene*, la empresa de biotecnología vegetal con sede en California que lanzó el tomate <<Flavr-Savr>> al mercado. En 1996, adquirió la división de biotecnología de *Agracetus*, [...] en 1997, compró *Asgrow a Seminis* por 267 millones de dólares. En noviembre de 1997, *Monsanto* adquirió *Holden Seeds* a un precio treinta veces superior a su valor de mercado. Se estima que las semillas *Holden* están sembradas en una superficie que representa entre el 25 y el 30 % de toda la que está cultivada con maíz de Estados Unidos. En mayo de 1998, *Monsanto* anunció la absorción, por 2.300 millones de dólares, de *Dekalb*, la segunda compañía maicera más grande de Estados Unidos, lo que convirtió a *Monsanto* en el actor dominante en el mercado del maíz.

Por 1.800 millones de dólares, *Monsanto* adquirió *Delta & Pine Land*, lo que le confirió una aplastante cuota del 85% del mercado estadounidense de semillas de algodón y una posición global dominante en la industria del cultivo algodónero. *Monsanto* ahora también es propietaria de la patente conjunta del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) y *Delta & Pine Land* sobre lo que se ha dado en llamar la << **Terminator Technology**>>, un método de creación de semillas estériles.

En julio de 1998, *Monsanto* adquirió la división europea de desarrollos de cultivos de trigo de Unilever por 525 millones de dólares [...] compró y se hizo cargo de las operaciones internacionales de semillas de *Cargill* en América Central y Latina, Europa, Asia y África”²⁹

²⁹ Vandana Shiva. *Cosecha Robada. El secuestro del suministro mundial de alimentos*. Ed. Paidós. 2003 pp. 101-102

La denominada tecnología *terminator* garantiza la esterilidad de las semillas obtenida directamente de la planta transgénica sembrada, esta tecnología fue programada para que al finalizar su crecimiento emita una sustancia toxica y como resultado se tendría la esterilización de las semillas matando toda posibilidad de vida y reproducción. Esta tecnología ha causado muchísima controversia en el mundo por las implicaciones éticas y morales que conlleva su utilización, hay quien hasta llegó a señalarla como un peligro para los seres humanos, también se ha puesto en tela de juicio el alcance que pueda tener al representar un peligro de muerte para todo lo aledaño, incluso alcanzar a las plantas silvestres poniendo en peligro el hábitat natural de la flora y fauna silvestre. Según el escritor Geri Guidetti:

“Nunca antes ha creado el hombre un plan tan insidiosamente peligroso, de tan gran alcance y potencialmente tan <<perfecto>> para controlar los medios de vida, el suministro de comida e, incluso, la supervivencia de todos los seres humanos del planeta. De un solo y descarado plumazo, el hombre habrá roto irremediamente el ciclo de planta –semilla-planta semilla, el ciclo que sustenta la mayor parte de la vida que hay en el planeta. No habrá semillas, no habrá comida, a menos que compres más semillas. La tecnología *terminator* es científicamente brillante y, posiblemente un <<buen negocio>>, pero ha cruzado la línea, la tenue línea que separa el genio de la locura. Es una mala y peligrosa idea que debería estar prohibida y punto.”³⁰

Esta tecnología pertenece a la rama de las armas biológicas, puede ser un poco drástico llamarla así, pero en las manos de una enorme empresa transnacional se encuentra un arma biológica que produce o no alimentos, que decide si viven o no y sin pretender ser exagerada a quien se les suministran o no, sin duda, es un gran poder también político. Debido a las enormes críticas mundiales que suscitó la existencia de la tecnología *terminator*, se suspendió su uso comercial por el momento, sin embargo, no demos olvidar que estas empresas son lo que son, hoy en día no por la ética, transparencia y legalidad que debiesen tener, es sabido que han difuminado sus semillas como proyectos pilotos en muchos países subdesarrollados sin la autorización legal a hurtadillas de la luz pública.

³⁰ Geri Guidetti, The Ark Institute, Oxford, OH, 1998. En Vandana Shiva *Op Cit* p. 105

Dentro de las patentes de semillas que posee *Monsanto* encontramos a los siguientes productos: semillas de soya, maíz, trigo, algodón azúcar de remolacha, aceite de colza y girasol, la variedad de papa << new leaf>> (la única papa transgénica que existe), tabaco, alfalfa, manzana y uvas. La patente cubre los métodos para el control de las malas hierbas, la siembra de semillas y la aplicación de glifosato (un herbicida que se comercializa con la marca Round Up) controlando todo el proceso productivo de esas plantas desde la siembra hasta su venta. Los principales países en donde se han expandido más rápidamente los cultivos transgénicos son, Canadá 6%, Estados Unidos con un 54%, Argentina 18%, Brasil con 11%, India 4%, China 3%, Paraguay 2% Sudáfrica 1%.³¹

Monsanto es un gigante transnacional. Recientemente en el año 2008 salió a la venta un libro y un documental titulado “*El mundo según Monsanto,*” cuya autora es una reconocida periodista francesa Marie Monique Robin, quien se encargó de seguirle la pista a esta empresa transnacional y delatar los efectos que ha producido en la ecología el uso de fuertes químicos que dañan a la salud de las personas, especialmente quienes están cerca de estos productos o trabajan directamente con estos agroquímicos. Entre ellos se encuentra el famoso “Agente naranja” usado como herbicida en la guerra de Vietnam, o aplicado como hormonas de incremento para la producción láctea en Europa, a pesar de estar prohibidos su venta y su consumo, asimismo delata las graves consecuencias que han generado en la selva del Amazonas en Brasil la plantación de soya transgénica y la enorme cantidad de tala realizada para ello, así como las muertes de campesinos que sin información ni asesoramiento fueron víctimas de los agroquímicos producidos por esta transnacional a la que poco le importa la vida de los agricultores o que genere más pobreza al supeditar el cultivo de las tierras a las siembras transgénicas, (únicamente de manera industrial), acabando con la biodiversidad de la selva, sin dar ningún fruto que sirva para la producción y alimento de los campesinos quienes trabajan por un salario mísero y que viven sumergidos en la más profunda pobreza.

³¹ De Sebastián Luis *Op Cit.* p127

Monsanto, así como las demás GET biotecnológicas, imponen al mundo la producción y monopolio de monocultivos, a través de los transgénicos para ser empleados en la industria alimentaria de productos procesados, cuyo destino primordialmente son los países desarrollados.

En diversas ocasiones las GET biológicas han llevado a juicio a diversos productores por el “*uso ilegal*” de sus genes patentados. Sin duda, es una actitud poco ética, lastimosa y ventajosa, pues precisamente el trabajo ancestral del campesino ha desarrollado la variedad de cultivos conocidos hoy en día y la forma de cultivarlos y producirlos. Todo lo que conlleva la producción de granos que ahora las empresas reclaman como propios. Pero no sólo “legalmente” reclaman, se instalan incluso de manera ilegal en campos donde se cultiva un producto que desean patentar, realizan pruebas de campo, análisis y estudios químicos contaminando de esta forma los cultivos nativos, para después reclamarlos como suyos y levantar esos juicios para demandar la patente. En consecuencia tenemos un robo e usurpación cultural, donde se ven implicados niveles de abuso de poder sumamente corruptos.

En México los cultivos de OGM, han estado presentes en varios estados del país, por ejemplo, en Tamaulipas *Monsanto* logró introducir de manera ilegal la variedad de *Bt* de algodón resistente a los insectos. En Guanajuato, se detectó en productos como la papa y el algodón. Los estados de Sinaloa y Sonora han empleado OGM en sus cultivos de algodón; se observa que básicamente este tipo de agricultura es explotada en los estados del norte del país puesto que los campesinos del sur difícilmente han podido costear los enormes recursos de los paquetes tecnológicos para realizar una producción comercial bajo este modelo, además que representaría un enorme peligro para las variedades de maíz desarrolladas por los productores indígenas hace miles de años, pues el maíz mexicano constituye la más grande variedad genética de este cultivo creada en el planeta, constituido por más de 60 razas de maíz con miles de variedades criollas, sin duda alguna un patrimonio que se debe proteger, una herencia que pertenece a las generaciones venideras y que no se puede permitir que desaparezca.

El discurso de la permisibilidad del uso de los transgénicos ha permanecido en las sombras, pues su empleo ya circula en los productos que consumimos sin ninguna advertencia, ya que aún no se conocen en su esplendor los alcances negativos e impactos en la salud humana y animal que se puedan tener por su ingesta. En países como Austria se ha prohibido la importación del maíz MON 863, producido por *Monsanto*, debido al resultado de un estudio al comprobar que ratas alimentadas con dicho maíz presentaron cambios en la composición de su sangre y daños en órganos internos. Sin embargo, en México no se ha prohibido, al contrario Felipe Calderón cedió ante las intereses de *Monsanto*, de hecho Calderón se entrevistó en enero del año 2009 en Davos (Suiza) con el presidente mundial de la empresa *Monsanto* para negociar o más bien ceder la siembra experimental de maíz transgénico en el país, así como la legalización del cultivo clandestino de éste en más de 50 mil hectáreas, además de permitir la entrada de empresas transnacionales de Estados Unidos, Canadá y Argentina. La imposición fue letal, de no haber sido así dicha transnacional amenazó con retirar las inversiones en el país si no se autorizaba a la brevedad dichas peticiones. Tal negociación y permisión es “ilegal” señala la Asociación Nacional de Empresas Comercializadoras de Productores del Campo (ANEC) porque aún no se han establecido los acuerdos y garantías en relación a lo que establece la Ley de Bioseguridad de Organismos Genéticamente Modificados (LBOGM), sobre todo porque el gobierno mexicano no ha instaurado una política de bioseguridad ni un régimen especial de protección del maíz nativo y se carece de una determinación de centros de origen y diversidad del mismo; por lo cual no se pueden otorgar permisos para la siembra experimental de maíz,³² *no se puede pero se hace*.

³² Gómez Mena Carolina. (2009) “Ilegal” la siembra de maíz transgénico, anuncia la ANEC. La Jornada [internet] 13 de marzo. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2009/03/13/index.php?section=sociedad&article=043n4soc>. [Acceso-26-03-2010]

2. Las mayores empresas de alimentación en el mundo

Una vez revisado en manos de quien y como operan las empresas transnacionales que controlan la producción de alimentos, les siguen las empresas encargadas de procesar la materia prima obtenida del campo para la elaboración de los productos industriales, que se consumen actualmente de manera muy constante día a día en nuestra vida cotidiana.

A continuación enlisto las veinte empresas más grandes del mundo que controlan el sector alimentario, basada en la investigación realizada el por Luis de Sebastián, quien enumero éstas de acuerdo al nivel de facturación más alto, es decir, las empresas más ricas y más poderosas, en una escala de mayor a menor y divididas en tres conglomerados. En este orden de ideas, se presentan las principales características generales de las empresas para poder conocerlas globalmente: 1). Los productos que elaboran. La lista contiene desde las empresas encargadas de la transformación de la materia prima del campo como las semillas y algunos insumos naturales, hasta los productos más elaborados de la industria alimentaria como comidas preparadas. 2). Posteriormente se realiza una vinculación de dichas empresas en México y la presencia de éstas en la escala mundial.

Cabe señalar que la gran mayoría son de origen estadounidense por lo cual debido al vínculo tanto político como geográfico que mantiene México con este país, la influencia se ve más asentada que en otras partes del mundo, situación reflejada en el consumo y aceptación por el consumidor mexicano hacia los productos industrializados que promueven este tipo de empresas.

a) Empresas de la primera división

Las empresas conformadas por la primera división manejan niveles económicos tan exorbitantes, que en muchas ocasiones poseen recursos más altos que varios países juntos, sus ganancias llegan a rebasar los 300.000 millones de dólares al año, y las que encabezan la lista son las siguientes.

Nestlé. Es una empresa Suiza considerada como la empresa líder de la alimentación está presente en más de 70 países en todos los continentes del mundo. Ella misma se considera como la principal empresa del mundo encargada de dar nutrición, salud y bienestar

<<Wellness>>.³³ En el año 2007 declaró ventas por más de 67.220 millones de euros cuenta con más de 253.000 empleados en el mundo y en México da empleos directos a 5.600 personas y a 8.500 de manera indirecta, sin duda, esta es la empresa más transnacional alimentaria que existe.

El producto que la hizo famosa fue la <<Harina lacteada Nestlé>> creada para alimentar a los bebés que no pudieren injerir la leche materna, por su inventor el químico Henri Nestlé, (de donde vienen el nombre de la empresa). Su historia es muy antigua y data desde 1867, a lo largo de los años por medio de fusiones y adquisiciones esta empresa ha logrado crecer de una manera gigantesca y situarse como la número uno del mundo. Una de las características de la empresa que le ha permitido tener tal expansionismo es que sus principales productos son muy básicos y se consumen diariamente como es el caso de la leche, entre las principales categorías que maneja *Nestlé* encontramos las siguientes:

- Lácteos: leches, quesos, yogurts.
- Confitería: Chocolates, gelatinas, golosinas y helados.
- Café y bebidas de muy variados tipos, desde el soluble hasta las bebidas instantáneas.
- Galletas, pastas y embutidos.
- Alimentos para animales domésticos.

Sus productos más famosos en México: son *Nescafé*, la leche *Nido* (que es muy demandada en el país), la leche condensada *La Lechera*, *leche Carnation*, el agua *Nestlé pureza vital*, *Crosse&Blackwell* (salsa inglesa) *Jugo Maggi*, *Salsa de Soya Maggi*, el cereal *Nesquik* para los niños, *Friskies* (alimento para gatos), *Pro-Plan* (alimento para perros) entre muchos otros más.

Nestlé se establece en México desde 1935, cuenta con 13 centros fabriles distribuidos en 8 Estados de la República: Ocotlán (Jalisco), Lagos Moreno (Jalisco), Coatepec

³³ Como se puede ver en su página de internet con el siguiente vínculo: <http://www.nestle.com/acercanestle/historia.asp>. [Acceso 24-10-2009]

(Veracruz), Toluca (Estado de México), Tlaxcala, Tamuín (San Luis Potosí), Chiapa de Corzo (Chiapas), Querétaro y Durango.

Con el arribo de *Nestlé* a México también se terminaron muchas empresas mexicanas que fueron absorbidas por la transnacional, como lo señala Torres:

“La gigante suiza vino a absorber a un buen número de empresas transnacionales de alimentos en el país: en 1961 adquiere la Quesería Club de Tlaxcala; en 1965 compra Industrias Bambino; en 1985 se fusiona con Industrias Carnation; en 1988 adquiere Helados Danesa 33, en 1989 establece una alianza estratégica con Productos Kern’s para la fabricación y comercialización de jugos; en 1991 compra Café Continental; en 1994 establece una alianza con Manantiales La Asunción –Plata de Agua Santa María; en 1995 adquiere la fábrica de chocolates La Azteca; en 1999 adquiere Manantiales La Asunción; en el 2000 compra Rosa Blanca Consúmate y Alicon, en el 2002, adquiere Raltson Purina”.³⁴

De esta manera se puede ver claramente como poco a poco se van apoderando las transnacionales del sector alimenticio del país en muy variados ámbitos dependiendo, de la línea que la transnacional maneje, muchos de los productos que fabricaban estas empresas, no cambiaron de nombre, los podemos ubicar como el *Chocolate Abuelita*, *Carlos V*, *Morelia Presidencial*, entre otros, el nombre no cambio sólo la propiedad de la marca.

La expansión de *Nestlé* no para, pues a su gran lista de productos adquiridos se le acaba de unir uno muy importante para la alimentación de los bebés, *Nestlé* compró a la farmacéutica *Novartis* por 5 mil 500 millones de dólares a los productos *Gerber*, lo que le confiere un control único en el sector de la alimentación para bebés.³⁵

Una marca tan transnacional, no puede preservar los índices de calidad máxima en la elaboración de sus productos a todos los niveles, más si la meta final son las ganancias

³⁴ Torres Torres Felipe y Yolanda Trapaga Delfín (Coordinadores). *La alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio*. UNAM-III. Ed. Porrúa. 2001. P 6

³⁵ Compra Nestlé a Gerber por 5 mil 500 mdd (2007). El Universal [Internet] jueves 12 de abril. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/418018.htm>. [Acceso 26-08- 2009]

económicas, eso hace que esta empresa promueva sus productos y se valga de cualquier recurso para expandirse, esta transnacional ha generado muchas críticas de organizaciones civiles e incluso de gobiernos, donde se le acusa de promover el uso de la formula infantil en detrimento de la materna; no en todos los lugares existe la disponibilidad de agua potable y esto complica que su obtención sea difícil, así que con aguas inapropiadas se elabora la formula provocando la muerte de miles niños, y aunque no lo fuese fomenta su uso, influenciando el destete, cuando es bien sabido que existen miles de estudios que abalan los beneficios de amamantar a los bebés por lo menos los primeros seis meses de vida, con la cual viola el artículo 44 del código 2002 del código Internacional de la Unicef, en el cual se definen las responsabilidades de los fabricantes y distribuidores de los alimentos para bebé,³⁶ no hay que olvidar que México es el país que más importa leche en polvo, incluida la de las formulas infantiles.

También se le señala a esta transnacional de monopolizar las compras de café y cacao a nivel internacional, para controlar y mantener los precios bajos de estos insumos en la fabricación sus productos a costa del trabajo esclavo.

³⁶ De Sebastián Luis *Op Cit.* P 163

Cargill. Es una empresa norteamericana que tiene su sede en Wayzata, Minnesota, es una empresa familiar con un gran poderío. Esta establecida a nivel mundial en 67 países, en año el 2007 reportó ingresos por 88.300 ³⁷ millones de dólares, es la segunda empresa transnacional más grande del mundo. Es realmente poco conocida para lo grande y el innumerable giro de negocios que maneja, su carácter de sociedad privada dificulta realmente saber su dimensión, representa un gigante de los agronegocios. Es el principal procesador de cereales (maíz, avena, trigo), produce aceites vegetales de colza, semilla de girasol, soya, palma de aceite, grasas para confitería, grasas trans, fructuosa del maíz, lisina y otros ingredientes como aromas, extractos, sabores, esencias, néctares y muchos otros productos cuyos nombres parecen sacarnos del mundo de los alimentos: eritritol, manitol, maitinol, sorbitol, xilitol, trehalose <<los cuales pertenecen al grupo de los edulcorantes especiales.>> Además es uno de los mayores exportadores mundiales de cacao y algodón, así como el principal proveedor de huevos, aceites, salsas y carne de vacuno (a través de su filial Excel) que surte en Estados Unidos al gigante de la comida rápida *McDonald's*. Tiene subsidiarias que operan en una gran variedad de industrias, desde producir, almacenar, transportar y vender cereales a todo el mundo. La empresa juega un papel importante en la producción y venta de semillas patentadas y los productos modificados genéticamente. Últimamente está adquiriendo amplios intereses en la fabricación de biodiesel, en Europa y etanol, en América del Norte y el Sur.

Como una gigante de los negocios ha expandido su influencia y poderío por medio de compras de empresas, cuya adquisición le ha servido para dinamizar y ampliar los sectores en los que se ha establecido. A invertido parte de su capital en Europa, China, Argentina, Canadá y, por supuesto, también tiene una presencia importante en México, principalmente en la producción de azúcar y maíz.

La historia de *Cargill* en México es antigua sus inicios se remontan a los años veinte del siglo pasado, en los negocios de la maderería en el norte del país. Dado que las condiciones tanto políticas como económicas e ideológicas de aquel entonces no permitían

³⁷ *Ibidem*, p.164

que las transnacionales se desarrollaran, la empresa *Cargill* tuvo dificultades para establecerse, como consecuencia de eso el gobierno nacional expropió sus territorios por lo cual la empresa tuvo que salir del mercado mexicano. Un segundo intento lo realizó en 1940 sin tener mayor éxito, es hasta principios de la década de los setenta en 1972, que logra establecerse con gran fuerza sin tener amenaza alguna para la proliferación en el mercado y territorio mexicano. La misma empresa *Cargill* puntualiza en su página web, que el gobierno del país le ha compensado en los últimos años las expropiaciones de esa época; en aquella ocasión le impuso barreras infranqueables, ahora prácticamente tiene las puertas abiertas, a lo que llaman *compensar* de un modo reivindicatorio, hoy en día *Cargill* maneja un complejo agroindustrial extenso en México. Actualmente da empleo a más de 1,200 personas,³⁸ en los principales sectores que opera en el país encontramos los siguientes:

-Productos y servicios

Las actividades fundamentales de *Cargill* son la comercialización, importación y exportación, los productos que maneja son: oleaginosas, aceites, granos para los sectores agropecuario y humano, azúcar, alimentos balanceados, así como herramientas financieras.

-Aceites y grasas comestibles, diferentes líneas de especialización:

- Freído ligero, pre freído y freído profundo de alimentos y botanas.
- Panificación, batidos rellenos, betunes, coberturas y grasas especializadas para repostería fina.
- Lácteos, quesos leches reconstruidas, crema batida, bases de margarina, base de helado.
- Aceites líquidos para mayonesas, aderezos, enlatados y salsas.

³⁸ Historia (2008) Cargill México [internet] n.d Disponible en: <http://www.cargill.com.mx/contents/info.asp?id=2002042> [Acceso 31-08-2009]

- Especialidades compuestas de aceites y grasas de alto impacto en la vida de anaquel.
- Aceites y grasas de grado técnico para aplicaciones farmacéuticas, resinas, pinturas, desmoldantes industriales de grado alimentario.³⁹

En México, *Cargill* se ha consolidado como una compañía líder en el mercado, iniciando operaciones de financiamiento y distribución en 2001.

Servicios: En el año 2002 inician una sociedad comercial con Zucarmex

Productos: Azúcar estándar y refinada (50 kilos y azúcar a granel) Marca: Zulka⁴⁰

Ingenios Azucareros

Nombre	Fundado	Ubicación	Productos
El Higo	1868	El Higo, Veracruz	Estándar
Mahuixtlan	1942	Coatepec Veracruz	Azúcar estándar, Glass, blanco popular
Pujiltic	1958	Pujiltic, Chiapas	Estándar
Melchor Ocampo	1968	El Grullo, Jalisco	Estándar, Glass y Mascabado

Cuadro 2.3 Uno de los sectores más dinámicos y rentables económicamente para esta gigante transnacional es precisamente la producción de azúcar en sus diferentes versiones, *Cargill* ha logrado una asociación con los ingenios más importantes y tradicionales de México, sin embargo, desde su aparición en el territorio nacional se le ha asociado con el incremento y atenuante de la crisis de los ingenios azucareros del país.

En cuanto a los granos y molienda en México, maneja una amplia gama de éstos ya sea nacional o importado, es una empresa que actualmente posee gran participación en el sector agrícola en los siguientes cereales:

³⁹ Información obtenida de su página web de Cargill en México bajo el siguiente enlace: <http://www.cargill.com.mx/Contents/inf.asp?id=2002092>. [Acceso 31-08-2009]

⁴⁰ Página Cargill México, disponible en: <http://cargill.com.mx/imgcont/azucarmx/index.html>. [Acceso 31-08-2009]

-Granos Forrajeros: Operan en todas las regiones del país ofreciendo abastecimiento de sorgo nacional e importado, maíz amarillo, maíz blanco, maíz quebrado.

-Trigo: Operan con trigos de origen nacional así como de Estados Unidos y Canadá, trigos duros, panificables y cristalinos.

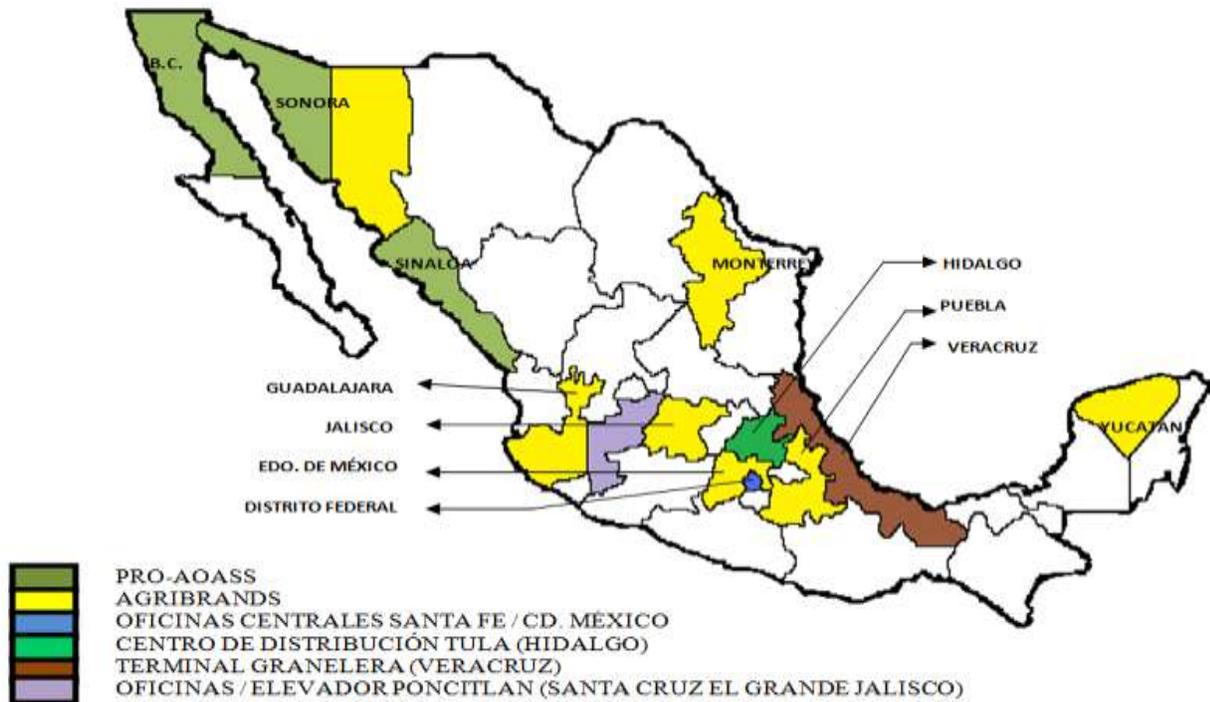
-Proteínas y Subproductos: Pasta de soya, cascarilla de arroz, salvado de trigo, Pellets de pulpa cítrica, pasta de girasol.

Empero para poder colocar en el mercado la gran cantidad de granos y semillas que produce esta transnacional, *Cargill* cuenta con un sector específicamente orientado a los negocios, Pro-AOASS (Productos Agrícolas) cuyas funciones abarca la comercialización, distribución y otorgamiento de créditos financieros, sus principales centros de operación en México se ubican en los estados de Sonora, Baja California y el Distrito Federal.

Sin embargo, los alcances de esta enorme transnacional, no sólo se enfocan a la producción y transformación de la materia prima de diversas semillas y oleaginosas para consumo humano, la enorme transnacional *Cargill*, también representa la compañía más grande del mundo en el sector de la nutrición animal, con marcas como Purina y Nutrena, ya que *Cargill* adquirió a la transnacional Agribrands la cual cuenta con más de 178 plantas en 26 países,⁴¹ entre los cuales se encuentra México.

⁴¹ Cargill compra Agribrands y crea la primera empresa de nutrición animal (2000). El país-Madrid. 5 de diciembre. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/economia/CARGILL/AGRIBRANDS_INTERNATIONAL_INC/Cargill/compra/Agribrands/crea/primera/empresa/nutricion/animal/elpepieco/20001205elpepieco_4/Tes. [Acceso25-11-2010]

LOCALIZACIÓN DE CARGILL EN MÉXICO



Fuente: Datos obtenidos de la página principal de *Cargill* en México. Disponible en: <http://www.cargill.com.mx>.

Como se puede observar la presencia de *Cargill* es muy marcada en el país sobre todo se coloca en sectores muy estratégicos. Esta empresa surte la mayor parte del maíz importado que consume México, sin embargo, cabe señalar que la presencia de *Cargill* en los ingenios azucareros ha contribuido a la agudización de la crisis que padece este sector, empero, eso no es todo en el año 2002 la Comisión Federal de Competencia autorizo a *Cargill* el uso, aprovechamiento y explotación de una instalación Portuaria especializada en Guaymas Sonora, cuya actividad permanente es el acopio, conservación, mantenimiento almacenamiento y comercialización de toda clase de granos, principalmente: trigo, maíz y sorgo.

Esta empresa transnacional controla, el Puerto de Veracruz que casualmente es la entrada principal de las importaciones graneleras.

Con las negociaciones establecidas en el TLCAN se creó un arancel en la importación de maíz, que en caso de exceder la cantidad importada debía de pagarse, *Cargill* importa más de lo establecido, sin embargo, el gobierno neoliberal mexicano eso no le importa, al

contrario, eliminó el pago de dicho arancel, favoreciendo descaradamente a esta empresa, ahora llega a nuestro país más maíz sin pago de arancel.

“*Cargill nunca pierde* en México. Cuando el precio de la tortilla sube hasta las nubes, gana. Si se importa maíz de Estados Unidos, se beneficia. Si, por el contrario, el cereal se exporta a otras naciones, recibe subvenciones. Cuando se licita el uso, aprovechamiento y explotación de terminales granaderos en puertos, se queda con ellas. [...]. La revista *Fortune*, la ubica en el lugar 20 de las compañías más importantes del planeta. Se describe a sí misma en un folleto publicitario como "la harina en su pan, el trigo en sus tallarines, la sal en sus frituras. Somos el maíz de sus tortillas, el chocolate de su postre, el edulcorante de su gaseosa. Somos el aceite de su aderezo y la carne, cerdo o pollo que usted come en la cena. Somos el algodón de su ropa, la terminación de su alfombra y el fertilizante de su campo. [...] Señalada como una de las principales responsables del alza al precio de la tortilla, compró y almacenó 600 mil toneladas de maíz de Sinaloa a mil 650 pesos la tonelada, que meses después vendió en 3 mil 500 pesos. Ahora, con la liberación de los cupos de importación del cereal, para supuestamente bajar los precios, obtendrá un nuevo beneficio. Según Lorenzo Mejía, presidente de la Unión Nacional de Industriales de Molinos y Tortillerías, "los molinos no podremos importar y buscaremos los servicios de *Cargill*".⁴²

A *Cargill* se le adjudicó el alza de la tortilla en el país, por supuesto la empresa se deslinda públicamente de un hecho como este, que afectó principalmente a los sectores más vulnerables de la población. La tortilla representa un alimento esencial dentro de la dieta del país, así como en torno a ella se encuentran simbologías de identidad y cultura. Por su parte, la única empresa que mantuvo el precio de la tortilla a seis pesos en ese año fue la también transnacional Walmart, los pequeños vendedores por más que hubieran querido mantener el precio no lo pudieron hacer, pues el costo se había elevado considerablemente. Las empresas transnacionales ganan, la población pierde. Precisamente ésta empresa viene a ocupar el lugar que se quedó vacío con la desaparición de la Conasupo y el abasto de los principales cereales graneleros como el maíz.

⁴² Navarro Hernández. (2007) “el maíz de sus tortillas” La jornada [internet] martes 30 de enero. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2007/01/30/index.php?section=opinion&article=021a1pol>.

[Acceso 301-08-2009]

Traspasando fronteras nacionales dentro del continente americano podemos mencionar, que esta empresa es una de las principales responsables de la tala indiscriminada de la selva amazónica en Brasil para la siembra de soya transgénica, no obstante, la Agencia Brasileña del Medio Ambiente, después de llevar un largo proceso judicial de lucha para su cese, logró que se ordenara el cierre de una terminal de talado que *Cargill* realizaba, las autoridades ecológicas brasileñas evalúan el daño.

Procter & Gamble. Es una empresa realmente antigua fue fundada en 1387, de los apellidos de una asociación entre sus dueños viene el nombre de la compañía, empezó fabricando jabones de tocador y velas, su casa matriz está ubicada en Cincinnati Ohio, Estados Unidos. P&G se estableció en México en 1948, ofrece empleo directo a 7,000 mexicanos e indirecto a otros 7,000. Actualmente tienen 8 plantas que operan en diferentes estados, 2 centros de distribución y las oficinas centrales; en realidad no existe mucha información sobre su localización en México, sus principales productos son:

-Productos de Limpieza: *Camay, Zest, Olay, Safeguard.*

-Desodorantes: *Old Spice, Secret.*

-Productos de belleza: *Cover Girl, Max Factor, Clairol.*

-Higiene Femenina: *Always, Tampax,* aquí en México *Naturella.*

-Cuidados para el cabello: *head and shoulders, Herbal Essences, Pantene.*

-Cuidados Bucales: *Braun, Crest, Oral-B, Scope.*

-Perfumes: *Puma, Lacoste, Hugo Boss.*

-Cuidados para la piel: *Braun, Gillete, Olay.*

Lavandería y Limpieza: *Dawn, Maestro Limpio, Downy, Tide, Charmin.*

Baterías: *Duracell.*

La relación que mantiene *P&G* con los alimentos se encuentra vinculada fuertemente a la compra de café en el mundo, ésta empresa es miembro del oligopolio que controla los precios del café. *P&G* también produce alimentos son escasos productos y muy poco conocidos en el país como: Snacks: *Eagle Snack Pringles* (patatas fritas), Cafés: *Folgers, Home Café* y *Millostone, Bebidas: Hawaiian Punch, Sunny Deligth, Tender Leaf Tea.*

Unilever. Es una empresa netamente europea de propiedad anglo-holandesa, surge en 1930 como resultado de la fusión de la compañía holandesa de margarina Unilever y el fabricante inglés de jabón Level Brothers, ambas fabricas tienen por separado antecedentes desde 1890, muchas de las marcas que maneja esta empresa sólo son conocidas localmente.

Lo cual es señalado por *Unilever* como una de sus estrategias principales, tal como lo indica en su página web, tenemos marcas populares en todo el mundo, además de productos regionales y variedades locales de productos con nombres famosos. Dicha diversidad es el resultado de dos de nuestras fortalezas clave:

- Raíces Fuertes en cada mercado y conocimiento directo de las culturas locales.
- Experiencia corporativa de nivel global aplicada internacionalmente para servir a los consumidores en cualquier parte del mundo.

Buscan servir a los consumidores locales y ellos se consideran una empresa multinacional verdaderamente multi-local.⁴³

El producto más famoso y número uno en ventas de *Unilever* en México es *Knorr*, además los productos de esta marca son vendidos en más de 80 países, en Europa, Latinoamérica, África, Medio Oriente y Asia, pero no es el único cuenta con una gama de productos muy variados:

- Sopas, sopas deshidratadas, cremas, caldos y sazónadores (2004-2006 lanza la sopas de línea mexicana, las cuales se encuentran compuestas por la sopa mestiza, caldo de gallina y sopa de res, también por su línea de salsas, como la guajillo, chipotle, pasilla y su línea de moles ya listos para usarse como: poblano, pipián y adobo)

⁴³ Información obtenida de su página web, disponible en <http://www.unilever.com.mx> [Acceso 05-09-2009]

- Mayonesa Hellmann's la cual fue introducida en México en 1964, la mayonesa posee diferentes presentaciones light, sin colesterol, Deleite, así como también maneja la línea de aderezos.
- Ades: bebidas vitaminadas en algunos sabores con vitaminas A, B1, B6, B12, C,D y E
- Iberia (también vitaminada) Primavera, Becel/*Unilever* es el productor líder a nivel mundial en la producción de margarina baja en colesterol y spreads como I can't Believe it's not Butter, lanzada en Estados Unidos y anunciada por el rockero Ozzy Osbourne.
- Maicena, Lipton, Slim- Fast ⁴⁴

Unilever en México tiene más de 40 años, representa uno de los principales mercados mundiales para esta marca. Entre 2000-2004, creció al 100 por ciento, obtuvo ventas en el país por más de 1.300 millones de dólares, actualmente da empleo a 5,000 personas y cuenta con tres centros de manufactura, 19 centros de distribución y 8 divisiones de venta. *Unilever* es una empresa con ventas mundiales por 50,000 millones de dólares. Cuenta con más de 500 marcas y da empleo a más de 247,000 personas, presente en 150 mercados y tiene operaciones directas en 88 países. América Latina representa el 10.4 por ciento de sus ventas.⁴⁵ Según informes del gobierno federal.

⁴⁴ De acuerdo a sus principales productos señalados en su página web, información disponible en: <http://www.unilever.com.mx/ourbrands> [Acceso 05-09-2009]

⁴⁵ Boletín Informativo de la Presidencia de la República. Crece Unilever 100 por ciento en cuatro años (2005) Boletín Informativo [internet] miércoles 25 de mayo. Disponible en: <http://fox.presidencia.gob.mx/buenasnoticias/index.php?contenido=18538>. [Acceso 01-09-2009]

Unilever es la empresa fabricante más grande del mundo de helado, bajo la marca herartbrand, conocida en México como Holanda, España como Frigo, Estados Unidos y Canadá como Good Humor, en Italia, Rusia, República Checa, Turquía y otros países es conocida como Algida, Francia como Miko, en Venezuela como Tío Rico, Brasil como Kibon, Chile como Bresler, en Portugal como Ola, entre muchos otros. Su logotipo pose reconocimiento mundial y es una muestra muy tangible de la globalización de los alimentos, en muchas ocasiones los consumimos a diario y no tenemos ni la más remota idea de cuál es su procedencia o no lo cuestionamos, erróneamente muchas personas en el país dan por sentado que los helados Holanda son de propiedad mexicana, pues realmente nos encontramos muy habituados a ver y convivir, con esta marca.



Unilever y su helado Poliglota*

* imagen obtenida de internet, disponible en: <http://librattus.wordpress.com/2009/08/12/unilever-y-su-helado-poliglota/>

Arthur Daniel Midlands. *ADM* es otro gigante dentro de la producción en bioenergía, compite directamente con *Cargill*, lo cual nos da una idea de los sectores que manejan. Básicamente se encarga del procesamiento de los productos agrícolas como del maíz, soya, trigo y cacao, también es un importante fabricante de biodiesel, etanol y melaza de soya, produce edulcorantes a base de maíz, así como harinas, aceites y otros ingredientes que proporcionan <<valor añadido>> tanto de los alimentos de los seres humanos como de los animales. Es el productor principal de <<jarabe de maíz>> de alto contenido en fructuosa (HFCS) de fructuosa de maíz que sustituye al azúcar en muchos alimentos y bebidas.⁴⁶ Emplea a más de 28.000 personas alrededor del mundo y tiene presencia en por lo menos en 60 países. En 2007 facturó 44,100 millones de dólares,

ADM en México desempeña un papel importante dentro de la industria agrícola del país, cuenta con más de 260 mil empleados y maneja básicamente cinco sectores que lo conforman de la siguiente manera:

a) El Grupo granos *ADM*. Éste tiene su sede en Ciudad de México, actúa como mercado primario para los productores de granos locales a través de la compra de maíz blanco, trigo duro y sorgo. Importa y distribuye: maíz, trigo, soya, sorgo, arroz y semillas comestibles, es coproductor de granos tales como harina de Gluten de maíz, pelets de alimento de maíz para animales y granos secos.

b) El Grupo de Procesamiento de Oleaginosas de *ADM*. Opera una planta de procesamiento de soya ubicada en Gómez Palacio, Durango allí vende localmente soja en harina, aceite y cascarillas. A través de esta planta y de otras oficinas comerciales en la Ciudad de México y en Ciudad Obregón, *ADM* importa harina de soja, pelets de cascarilla de soja, harina de canola, harina de algodón y pelets de harina de algodón.

⁴⁶ De Sebastián Luis *Op Cit.* p 169

c) Grupo de Aceites *ADM*. Su principal actividad es comercializar e importar una variedad de aceites producidos localmente, como aceites de canola, maíz, algodón, lino, palma, maní, soja y girasol. Estos aceites en forma de crudos parcial o totalmente refinados o como mezclas se ofrecen en los mercados para consumo humano, animal e industrial.

d) Grupo Productos Especiales *ADM*. Destina una variedad de productos a los mercados de alimentos para humanos, animales, industriales o farmacéuticos como: lisina, treonina, ácidos cítricos, sorbitol, lecitina, proteínas de soja funcional y texturizada, frijoles refritos y fibra alimentaria soluble entre otros.

e) *ADM & Gruma*. Grupo Gruma opera una gran cantidad de molinos de harina en México y es el productor y comercializador más grande a nivel mundial de tortillas de maíz y de harina. *ADM* tiene acciones en *Gruma* conjuntamente con *Tate&Lyle*. Además está asociada en una planta de procesamiento de maíz en Guadalajara Jalisco y con Vimifos, un fabricante de pre-mezclas de alimentos.⁴⁷

En México y en Europa *ADM* en realidad es muy poco conocida, a lo sumo en círculos especializados la ubican, pero no pasa así en norteamericana, pues esta empresa es dueña de una dudosa reputación por fraudes donde han estado involucrados miembros corruptos dentro de la misma compañía. Esta empresa en los años noventa se vio involucrada en una conspiración para fijar el precio de la lisina (una sustancia química que proporciona más volumen y consistencia a la carne y a las comidas) en esa ocasión *ADM* no salió bien librada pues se conoció a la luz pública las prácticas ilegales que realizaba, incluso fue acusada de haberse enriquecido por medio de los subsidios proporcionados por el gobierno estadounidense y de ayuda económica de corporaciones.

⁴⁷ Información obtenida de su página web, disponible en: <http://www.adm.com/en-US/worldwide/mexico/Pages/default.aspx>. [Acceso 13-09-2009]

Pepsico. Es una empresa con base en Estados Unidos que produce refrescos y *sancks*.^{*} Pésico que es el nombre oficial de la compañía fundada en 1965 por la fusión de *Pepsi-Cola* y *Frito –Lay* (*empresa dedicada a producir frituras*) es ahora la división principal de *snacks*. Esta división incluye marcas como *Fritos, Cheetos, Ruffles, Doritos, Tostitos...* *Pepsico* se fusiona en 2001 con *Quaker Oats Company Pepsico*, cuenta con una división internacional llamada *Pepsico* Internacional, que comenzó sus operaciones en alimentos rápidos en 1966. En la actualidad sus productos están disponibles en unos 170 países, habitualmente son conocidos con nombres locales.⁴⁸ En términos de facturación es la sexta empresa de alimentos más grande del mundo.

En México ha estado presente por más de 70 años y cuenta con 60 centros de producción, 22 plantas de manufactura, 667 centros de distribución y más de 19 mil rutas de venta. Por su magnitud da empleo directo a 40 mil personas en el país y a 198 mil a nivel mundial y sus ingresos sólo en el año 2008 fueron más de 43.3 millones de dólares.⁴⁹ En el país Grupo *Pepsico* se compone por: *Sabritas, Gamesa- Quaker, Pepsi, Gatorade* y *Alegro (Sonric 's)*.

La absorción de *Pepsico* de empresas mexicanas dedicadas al mismo ramo ha contribuido a que ésta empresa transnacional se haya ido extendiendo y sobre todo, poseer una cobertura muy amplia en el territorio nacional, para ello se ha valido de la infraestructura ya existente, concretando estrategias con el Grupo Embotellador de México [GEMEX] fundado en 1991, el cual poseía la cobertura refresquera de casi todo el país, esta

* El termino *snacks* se utiliza para referirse a una serie de alimentos industrializados de larga duración, que generalmente se consumen de manera rápida, como los nachos, las patas fritas, bocaditos y alimentos rápidos.

⁴⁸ De Sebastián Luis *Op Cit* p. 171

⁴⁹ Comunicados de prensa del Estado de Guanajuato. *Pepsico* invierte 100 millones de dólares en Guanajuato. (2009) prensa [internet] 25 de febrero. Disponible en: <http://www.guanajuato.gob.mx/desarrollo/comunicados/comunicadodetalle.php?.comid=1109>.

[Acceso 23-09-2009]

empresa operaba con capital 100% mexicano y tenía la segunda franquicia más grande de *Pepsi* concebida en el mundo.

En 1995 *Gemex* llega a un acuerdo con *Pepsi Cola* Internacional, mediante el cual éste último adquiere el 25% de las acciones del Grupo Embotellador de México. En 1997 cambia su nombre por el de *Pepsi – Gemex S.A de C. V.* En 1993 la embotelladora *Pepsi-Gemex* con 75% de acciones de capital nacional, adquiere la marca *Electropura* líder del mercado nacional.

En 2002, la marca *Pepsico* crea *The pepsi Bottling Group* (PBG) con sede en Somers, (Nueva York), esencialmente creada por *Pepsico* para administrar las operaciones de embotellado de América Latina y del Norte. PBG, es el mayor productor, distribuidor y vendedor de productos de *Pepsi- Cola* en el mundo. Así que con esta enorme infraestructura, en el año 2002 efectúa la compra al 100% de Pepsi-Gemex, por la cantidad de 11 mil millones de pesos.⁵⁰ Integrándose de lleno en la lucha por el mercado refresquero en México.

El hoy llamado Grupo *Pepsico*, absorbió a la empresa mexicana *Sabritas*, quien contaba con la marca de *Sonric's* líder en el mercado de dulces y golosinas la cual representaba la unión de varias empresas mexicanas. En 1990 adquiere la empresa regiomontana *Gamesa* la cual contaba con una tradición en el mercado de galletas desde 1921 y por último, en el año 2002 adquiere la empresa de cacahuates *Mafer*, para seguir alimentando sus ganancias y su poderío económico.

⁵⁰ Cardoso V. (2002) Molina Sobrino vende Pepsi –Gemex a firma de E.U.A. La jornada virtu@ [internet] jueves 09 de mayo. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2002/05/09/032n3eco.php?origen=economia.htm>. [Acceso 10-09-2009]

Entre los principales productos de *Pepsico* encontramos los siguientes: *Mirinda*, *Kas*, *Seven Up*, *Manzanita Sol*, *Power Punch*, *Garci Crespo*, *Squirt*, *San Lorenzo*, y *Electropura*. Además ofrece bebidas de contenido alcohólico de la marca *Seagram's*, recientemente ha incursionado en el mercado de las bebidas funcionales como la nueva *pepsi kick* que es un refresco de cola con cafeína y ginseng, además de no contener azúcar.

Aparte de la industria refresquera, uno de sus sectores más fuertes se encuentra constituido por la venta de *Snacks*, es decir la conocida línea de *Sabritas*. Entre sus productos más famosos están desde luego, la tradicional *Sabritas*, *Crujitos*, *Doritos*, *Fritos* y *Chetos*, entre muchos otros.

La industria refresquera ha estado en la mira como uno de los principales productos alimenticios que ha incrementado la obesidad en el mundo. Se les ha criticado fuertemente por esa situación, por tal razón las empresas de gaseosas y de frituras, han destinado grandes recursos financieros a la promoción del ejercicio y la buena alimentación, así como patrocinado eventos deportivos, los cuales son parte de una campaña publicitaria para promover los buenos hábitos, con el objetivo principal de aminorar la presión y el señalamiento masivo de varias organizaciones y ciudadanos quienes les acusan de ser la causa directa de la deficiente alimentación, principalmente, en la población infantil y juvenil.

Coca -Cola. No es la empresa número uno dentro de la industria alimentaria, pero si representa quizá la más popular en todo el mundo debido a la gran fama y aceptación de su bebida negra. Ha crecido económicamente a partir de las enormes adquisiciones de marcas locales que ha realizado en los diversos países donde tiene presencia, pues tan sólo en el año 2007 su volumen de ventas ascendió a 28.900 millones de dólares.⁵¹ La empresa misma, se define como una <<Industria de Bebidas>> recientemente ha incursionado en nuevos tipos de ellas, lo cual tiene como objetivo estar presente y proporcionar una opción a las actuales demandas de bebidas “más saludables” y sin tantas calorías. El hecho de

⁵¹ De Sebastián Luis *Op Cit* p. 173

integrarse a este mercado ha sido motivado por la asociación de los refrescos al incremento de la obesidad como una epidemia mundial.

Hoy en día es el producto más ampliamente distribuido en el mundo y adquirible en 232 países, sorprendentemente en muchos más de los que conforman la ONU. *Coca-Cola* representa uno de los símbolos más significativos del estilo de vida occidental y de la globalización.

La gran mayoría de las enormes empresas transnacionales no cuentan con una historia limpia y muy frecuentemente se les ha asociado a éstas con un pasado oscuro, *Coca-Cola* como un integrante muy representativo de este gran conglomerado transnacional, no es la excepción, a ésta empresa se le han consignado acusaciones realmente fuertes más allá de fraudes y de evasiones fiscales o de la injerencia en la producción del azúcar, vidrio y plástico. Por el contrario es señalada por serios delitos como asesinatos, tortura, amenazas y chantajes a trabajadores sindicalistas, gobiernos y empresas, se le ha acusado también de aliarse con ejércitos y grupos paramilitares en Guatemala y Colombia,⁵² por estar en contra de los sindicatos y los intereses sociales que éstos representan.

Un ejemplo de ello fue el enfrentamiento que tuvo con los integrantes del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria de la Alimentación en Colombia (SINAL TRAINAL) fundado en 1982 aunque sus orígenes se remontan a los años cincuenta con el arribo de la transnacional *Nestlé* a este país. SINAL TRAINAL agrupa a los trabajadores de las transnacionales *Nestlé*, *Coca-Cola* y *Corn Products Corporations*. Es a partir de 1986 cuando se desata una persecución de los miembros de este sindicato por luchar en pro de los derechos laborales de todos sus afiliados, que con la presencia de estas grandes transnacionales se agravieron notablemente.

⁵² Castro Soto Gustavo. *Coca-Cola. La historia negra de las aguas negras.* (n.d) Rebelión [internet] Disponible en: <http://www.rebellion.org/docs/10924.pdf>. [Acceso 10-10-2009]

Fue así como se inició una larga batalla en contra del sindicalismo que era el principal enemigo a vencer. Para dichos fines la empresa *Coca-Cola* se unió a grupos paramilitares coludida por supuesto con el estado Colombiano, el saldo fue alármate 14 dirigentes asesinados, 8 de ellos trabajadores de la *Nestlé* y 7 trabajadores de *Coca-Cola*, de los cuales 3 fueron asesinados en plena negociación por los derechos laborales con la empresa,.48 desplazados, dos exiliados, dos desaparecidos y numerosas detenciones injustas de dirigentes, además de ser acusados los integrantes de este sindicato como miembros de la guerrilla colombiana. Según Amnistía Internacional, al menos 112 sindicalistas colombianos fueron asesinados en el año 2000. Entre los años 2000 y 2001, las embotelladoras de *Coca-Cola* en toda Colombia encerraron contra su voluntad a los trabajadores y trabajadoras con el fin de presionarlos para que renunciaran a sus contratos de trabajo, ante tan terribles hechos la SINAL TRAINAL presentó una demanda penal en el año 2003 contra *Coca-Cola* ante la Corte del Distrito Sur de la Florida (Miami) en Estados Unidos, donde se denunciaban las violaciones de derechos humanos cometidos por las fuerzas paramilitares en nombre de los embotelladores de *Coca-Cola* Panamerican Beverages, Inc. ("Panamco") y Bebidas y Alimentos ("Bebidas"), el proceso jurídico resolvió a favor del sindicato procediendo contra las demandas de altos funcionarios de *Coca-Cola*.⁵³

Sin embargo, las acciones legales no fueron las únicas medidas de acción que se llevaron a cabo por los integrantes del sindicato, activistas y miembros de la sociedad civil en general que manifestaban su repudio a estos lamentables acontecimientos, dieron origen a un movimiento en el cual se pedía un boicot internacional contra los productos de la Compañía *Coca Cola*.

⁵³ *Ibidem.* p. 28



*Boicot internacional de Coca-Cola**

El famoso <<Boicot internacional de Coca-Cola.>> Tuvo una respuesta social muy grande ya que la solidaridad de varios sindicatos y demás sectores sociales, manifestaron su apoyo mediante la unión a este movimiento internacional en contra de la transnacional alimentaria más conocida del mundo, entre los países que brindaron su apoyo se encuentran los siguientes: Chile, Venezuela, Turquía, India, Francia, Bélgica, Holanda, Alemania, Italia, España, Suecia, Dinamarca, el Medio Oriente, Irán, Arabia Saudita, Bahrein, México, Guatemala, Marruecos, Estados Unidos, Libia, Los Emiratos del Golfo, Arabia Saudita, Pakistán, Bangladesh, Indonesia, entre otros.

* imagen obtenida de internet, disponible en: http://implicada.blogspot.com/2008_09_01_archive.html.

En Estados Unidos se conformó una campaña llamada “*Stop Killer Coke,*” integrados por miembros estudiantiles de diversas y prestigiadas universidades. Paralelamente *Coca - Cola* trató de deslindarse de estos hechos tan terribles argumentando la separación que posee la casa matriz con las filiales y con las embotelladoras, sobre todo, en América Latina, así que empleó como lo ha hecho en otras ocasiones su gran poder económico del que dispone y con el cual ejerce presión para salir bien librada de todas las acciones de corrupción, chantaje, presión, tortura y amenaza.

La *Coca -Cola* se introduce por primera vez en territorio mexicano en 1926, cuenta con más de 13 grupos embotelladores de compañías mexicanas que los producen y que los distribuyen, los cuales se han establecido en 408 centros de repartición, tiene más de 23 mil 600 vehículos que cubren cerca de 10 mil rutas.⁵⁴ Y esas rutas cubren hasta los rincones más alejados de México lo cual explica porque aún en las comunidades más alejadas es más fácil adquirir este refresco que en muchas ocasiones agua potable.

Dentro de la línea de productos que maneja *Coca-Cola* principalmente encontramos las bebidas carbonatadas como refrescos, los más famosos obviamente son: *Coca Cola*, *Coca Cola Light*, *Sprite*, *Fresca*, *Fanta*, principalmente, pero también encontramos la línea de jugos y frutas como *Minute Maid* y bebidas para deportistas como *Gladiator*, *Vitaminwater*, etc., teniendo como competencia en el mercado refresquero a la industria de *Pepsi-Cola*. Entre las dos empresas transnacionales abarcan y han monopolizado la producción y consumo de refrescos y bebidas.

Al igual que su adversario comercial *Pepsico*, la participación que esta transnacional ha tenido en México es bastante amplia y ha logrado aumentar su lista de productos debido

⁵⁴ Información obtenida en la página principal de *Coca-Cola* en México. Disponible en: http://www.coca-colamexico.com.mx/recursos/pdf/historia_coca_cola.pdf. [Acceso 17-sep-2009]

a las adquisiciones de marcas de locales, que *Coca-Cola* ha realizado en el país, entre las que podemos señalar las siguientes:

En 2004 *Coca-Cola* compró la marca de refrescos mexicana *La Joya* La embotelladora Arca, la segunda envasadora de productos *Coca-Cola* en México, vendió su marca de bebidas *La Joya* a la multinacional estadounidense por 650 millones de pesos, bajo el acuerdo y las condiciones pactadas. Arca seguirá produciendo, embotellando y distribuyendo *La Joya* mientras que *Coca-Cola* será propietaria de sus formulas y su comercialización.⁵⁵ El refresco *La Joya* se vende en el estado de Nuevo León y la zona fronteriza de Tamaulipas.

Durante el 2007, *Coca-Cola* compró *Jugos del Valle*, la empresa *Coca-Cola-Femsa* anunció un acuerdo con *Jugos del Valle* para adquirir el 100% de las acciones de esta compañía por un monto estimado de 380 millones de dólares en efectivo.⁵⁶ Dentro de las marcas que conformaban a *Jugos del Valle* se encuentra la bebida tradicional de *Frutsi* y el refresco *Barrilitos*.

Para el 2008, *Coca-Cola* adquiere la marca de refresco *Ameyal*, ésta es una marca de refresco de frutas disponible solamente en Toluca y Cuernavaca. Anteriormente *Ameyal* era propiedad de la Coordinación Industrial Mexicana, (CIMSA) una compañía embotelladora de la marca *Coca-Cola*⁵⁷ en dichos estados, pero en el 2008 fue adquirida por *Company Coca-Cola*, de esta bebida *Coca-Cola* reinventó una versión club Soda *Ameyal* que fue renombrada como *Ciel* mineralizada. A finales del 2008 *Coca-Cola*

⁵⁵ Coca-Cola compra marca de refrescos mexicana La Joya. (2004) Alfa-Editores. [Internet] Disponible en: <http://www.alfaeditores.com/bebidas/Oct%20Nov%202004/ok%20NOTICIAS%20Coca%20Cola%20y%20Joya.pdf>. [Acceso 18-sep-2009]

⁵⁶ Pedrero Fernando. (2006). Compra Coca-Cola a jugos del Valle por 380 mdd. El Universal [Internet] martes 19. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/395085.html>. [Acceso 17-sep-2009]

⁵⁷ Wikipedia (2009) Ameyal [internet]. Disponible en: <<<http://en.wikipedia.org/wiki/Ameyal>>> [Acceso 18-sep-2009]

Femsa adquiere el agua Embotellada *Agua de los Ángeles*⁵⁸ en el Estado de México. También compra el refresco *Yoli*, una soda de limón disponible solamente en el estado de Guerrero y sus alrededores, esta marca fue anteriormente propiedad del grupo *Yoli*, una compañía embotelladora que trabajaba para *Coca –Cola* en Guerrero, pero en el 2008 fue adquirida por *The Coca- Cola Company*⁵⁹.

Las marcas de refresco promovidas por *Coca-Cola* tienen una gran aceptación en el país, cada vez más se abandona la costumbre de realizar aguas frescas a la hora de la comida para beber refrescos. Actualmente México es uno de los consumidores más fieles de ésta transnacional, los refrescos de *Coca-Cola* han capturado el 80% del mercado en México, el más grande del mundo después del mercado de Estados Unidos.

Los mexicanos consumen más refrescos que cualquier país del mundo, por lo tanto este tipo de bebidas se mantienen en primer lugar de consumo en comparación con otros líquidos. En la actualidad la población mexicana consume de 140 a 150 litros de refresco por año contra 84 litros al año de agua embotellada le sigue 75 litros de bebidas alcohólicas de los cuales 60 litros se encuentran conformados por cerveza, en cuarto lugar se encuentra la leche con 55 litros por persona y finalmente, los jugos y los néctares con 10 litros anuales, a pesar de contar el país con una gran variedad de frutas todo el año.⁶⁰

La Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa del Consumidor (Amedec), en un estudio realizado en mayo del año 2004 señala que la poca disposición de agua potable contribuye enormemente al incremento de las bebidas refrescadas, otro elemento que propicia la compra de refrescos son las enormes presentaciones familiares que facilitan su

⁵⁸ Información obtenida de la página principal de Coca-Cola en México. Disponible en: Fuente: www.femsa.com.es/business/coca_cola_femsa/mexico.htm. [Acceso 17-sep-2009]

⁵⁹ wikipedia (2009)Yoli(soda)[internet] Disponible en:<<http://en.wikipedia.org/wiki/yoli_soda>> [Acceso 18-sep-2009]

⁶⁰ Cae consumo de refrescos de Cola en México (2009). El economista [internet] junio 16. Disponible en: <http://eleconomista.com.mx-online/negocios/2009/06/16/cae-consumo-refrescos-cola-mexico>. [Acceso 21-09-2009]

consumo en grandes proporciones, actualmente existen hasta de tres litros, estas grandes cantidades han ido distorsionando nuestros hábitos alimenticios, conduciendo a ingerir un gran número de calorías acarreado otro tipo de problemáticas principalmente de salud. Es notorio en muchas comunidades que esa falta de agua es precisamente suplida por la *Coca Cola* debido a la facilidad de conseguir este producto en donde sea.

Aunado a la producción y consumo en la industria refresquera, nos encontramos con una problemática muy importante que no podemos dejar de mencionar y es la relacionada con el uso industrial del agua.

Coca-Cola tiene las mayores concesiones de agua en el país, a la par de poseer privilegios en el pago de impuestos, disminución de aranceles y de cuotas de importación. El hecho de que esta industria refresquera presente tan acelerado crecimiento y demanda, implica también la adquisición de mayores recursos como el apoderamiento del agua y de la tierra, lo cual trastoca el ámbito jurídico para garantizar legalmente esta disponibilidad para las empresas.

En México el abastecimiento de agua representa un serio problema, existen municipios y comunidades que no cuentan con este vital líquido, pero en cualquier esquina no falta el refresco. Tan sólo *Coca-Cola Femsá* estima que venderá 29 millones de litros de refresco por día a más de 169 millones de consumidores en América Latina, lo que equivale al consumo normal de agua diaria de 14 millones 500 mil personas (dos litros de agua diaria por persona).⁶¹ Situación que se vio gravemente intensificada con el arribo de Vicente Fox a la presidencia ya que los fuertes vínculos que éste ex funcionario mantenía con la empresa y el apoyo otorgado por parte de esta compañía para su arribo a la presidencia fue significativamente gratificado de la siguiente manera:

⁶¹ Castro Soto Gustavo. (2005) La Coca-Cola en México el Agua Tiembla. Ecoportal [internet] 27 de abril. Disponible en: <http://www.ecoportal.net/Contenido/TemasEspeciales/Globalizacion/LaCoca-laenMexicoelaguatiembla>. [Acceso 17-09-2009]

“...Con siete concesiones sobre el uso del agua tan sólo en los primeros dos años de su gobierno a un costo de 2,054 pesos cada concesión, y con permisos que van desde cinco a 50 años y con la posibilidad de obtener una prórroga por el mismo periodo, aunque estén en regiones con escasez de agua.

Aunque a partir del 2000 y hasta julio del 2003 se habían dado 10 concesiones de más de 4 millones de metros cúbicos de agua a las embotelladoras, desde 1994 se han otorgado a 16 embotelladoras alrededor de 27 concesiones en 10 estados y sobre 15 ríos: 5 en Aguascalientes; 2 en Zacatecas; 5 en Jalisco; 3 en Colima; 1 en Coahuila; 5 en Durango; 1 en Zacatecas; 3 en San Luis Potosí; 1 en Guerrero y 1 en Morelia. La concesión más grande se otorgo en el 2001 a la Embotelladora de Cuernavaca por 1, 353,000 m³ de agua subterránea de la cuenca del Río Balsas.

De las 27 concesiones 19 son para extraer agua de las cuencas y 8 para descargar desechos en ellas. La extracción total de estas concesiones es de 19,422,990 m³ de agua por año! (9 millones 422 mil, 990) que equivaldrían a 27,713,013,590 (27 mil 713 millones, 13 mil 590) latas de Coca Cola. De otra forma, si un metro cúbico de agua (1m³) es igual a mil litros, y una persona necesita tomar tres litros de agua diarios en promedio y en condiciones normales, el agua concesionada a las empresas equivale a 8.6 millones de años de consumo diario de una persona”.⁶²

Todas estas situaciones de corrupción, ventas a discreciones y concesiones etc, representan hechos y ejemplos de cómo las empresas transnacionales se van apoderando de los recursos naturales del planeta así como de las tradiciones y costumbres alimenticias, rompiendo barreras nacionales en detrimento de miles de poblaciones, todo por conseguir a toda costa la venta de su producto y las cuantiosas ganancias.

Kraft Foods. Es una marca de procedencia norteamericana y se autodenomina como la empresa líder en la industria de alimentos y bebidas de Estados Unidos y la segunda a nivel mundial, dentro de su amplia gama de productos están: comidas preparadas, salsas, confiterías, quesos y mantequillas, galletas así como cafés y bebidas. En el año 2006 tuvo ventas netas mayores a los 34,000 millones de dólares reporta más de 100.000 empleados por todo el mundo, con 191 plantas de fabricación y venta, cuenta con 11 instalaciones dedicadas a la investigación,⁶³ actualmente comercializa sus productos en más de 155

⁶² *Ibidem.*

⁶³ De Sebastián Luis *Op Cit* p.174

países. Esta empresa como la gran mayoría de las grandes empresas transnacionales posee una historia bastante antigua. Debe su nombre a James L. Kraft quien la crea en Chicago en 1903, obviamente como otras tantas transnacionales, con el paso del tiempo ha ido creciendo de manera notable adquiriendo o anexando marcas a sus arcas.

Dentro de los productos más conocidos que comercializa en México se encuentran los siguientes: *Cheez whiz*, *Knox* (gelatina), *Snacks* (varios), *Tang*, *Clight*, *Frisco*, *Kool Aid*, *Mayonesa Kraft*, *Jell- O*, *Royal*, *Philadelphia*, *Quesos*, *Kraft*, *Oreo*, *Ritz*, *Chips Ahoy*, *Bel Vita*, *Nabisco*, entre otros y también la barra de chocolate *ToBlorone*. Existen muchas otras marcas que son comercializadas en otros países.

Como parte de su historial, esta empresa se ha visto inmiscuida en sanciones económicas al quebrantar las disposiciones ecológicas y desechar basura tóxica en el puerto de Boston en Estados Unidos en año de 1993, por lo cual obtuvo una fuerte sanción económica haciéndose acreedora a una multa de 250.000 dólares,⁶⁴ por violar el acta de aire limpio. Coincidentemente también se le asocian fuertes políticas anti-sindicales, sobre todo, en Argentina.

Tyson Foods. Empresa norteamericana fundada en 1935, es considerada como la procesadora más grande del mundo en comercialización de pollo, res y cerdo, según fuentes de la misma empresa en 2007 facturó 26.900 millones de dólares, cuenta con aproximadamente 114,000 empleados y con unas 300 plantas y oficinas en Estados Unidos, además de tener presencia en 80 países.⁶⁵ *Tyson Foods*, representaba la mayor productora de pollos en el mundo hasta el año 2001 que adquirió la empresa cárnica estadounidense, *Iowa Beef Packers. IBP*, con la cual diversifica y amplía su oferta productiva.

⁶⁴ Wikipedia (2009) kraft-foods [internet] Disponible en :http://es.wikipedia.org/wiki/Kraft_Foods [Acceso 25/09/2009]

⁶⁵ Información obtenida de su página web, disponible en: <http://www.tyson.com/> [Acceso 10-10-2009]

El modelo de operar de esta transnacional es un claro ejemplo de cómo funciona la integración vertical, en la cual la empresa controla todas las etapas productivas de un determinado bien, creándose así los grandes monopolios en manos de unos cuantos conglomerados industriales que abarcan todos los eslabones de un sector en particular, la misma empresa lo describe muy bien en su página *web* de la siguiente manera:

“La integración vertical de *Tyson* da a la compañía un control total sobre la calidad, desde el huevo hasta el producto final... Los huevos se recogen o bien a mano, o bien en cintas transportadoras.

De ahí se envían a la hatchery de *Tyson*. Allí los huevos se ponen en recipientes apropiados para comenzar el proceso de crecimiento. A los 18 días los huevos se envían a la incubadora para empollar, donde los pollitos son inoculados contra enfermedades dentro del huevo... Cuando salen del huevo se pasan a los camiones que los transportan a las granjas familiares de *Tyson* (que posee unas 7,600 en 16 Estados) para crecer hasta conseguir el peso de procesamiento. En cuatro o seis semanas los pollos alcanzan la edad del procesamiento (muerte y despiece). *Tyson* tiene 83 plantas procesadoras en 20 Estados que producen una variedad de productos [economías de alcance], que van de gallinas ponedoras *Cornish* a pechugas sin hueso ni piel, y de pasta de carne de pollo a menús completos a base de carne de pollo.”⁶⁶

En México *Tyson Foods* está presente desde 1994, su sector más fuerte es el pollo, ya sea entero, fresco o rostizado. Sus principales centros de operación se ubican en la Comarca Lagunera en los estados de Durango y Coahuila, cuenta con 8 centros de distribución ubicados de la siguiente manera: Monterrey, Chihuahua, Gómez Palacios, Zacatecas, Durango, Guadalajara y la Ciudad de México. Sus productos se comercializan en las cadenas de restaurantes en México como abastecedores de autoservicios y clubes de precios. En su nomina según su página *web* del país, registra a 4,500 personas quienes colaboran con esta empresa directamente y 1,700 de manera indirecta.

Sin embargo, la concentración de pollo por parte de esta empresa en el país aún es reducida, *Bachoco* representa alrededor de 32% del mercado de pollo en México, *Pilgrim's Pride* tiene 13% y *Tyson* 12%. *Bachoco* tiene la mayor escala y presencia nacional,

⁶⁶ *Ibidem*

Pilgrim's Pride tiene una gran concentración en el centro del país, mientras que la compañía *Tyson* tiene su mayor mercado en el norte.⁶⁷ Precisamente este mercado ha sido el vehículo para el capital extranjero que no ha cesado en su intento por penetrar en territorio nacional y estas empresas cada vez más invierten recursos para apoderarse de todo el sector evidentemente por medio de nuevas adquisiciones, por lo cual *Tyson* ya está buscando la manera de expandirse al sur del país.

A esta empresa se le ha asociado de manera muy negativa en el territorio nacional, sobre todo, en la Comarca de Gómez Palacio en Durango por no contar con las medidas salubres necesarias para el sacrificio de los pollos. Este proceso de mortandad ha envenenado el aire de fétidos olores y sustancias, a la par de ser señalada por presentar deterioros en sus instalaciones ocasionando constantemente fugas de amoniaco al repercutir en el deterioro de la salud de los habitantes de los vecindarios aledaños.

Por otra parte se le ha vinculado con actividades de corrupción y de estar coludía con las autoridades de este municipio, ya que ninguna de las cuatro alcaldías que han pasado desde que se denunció tal hecho han dado solución a las demandas ciudadanas, pues coincidentemente fue precisamente *Tyson* quien patrocinó sus campañas al proporcionarles recursos económicos y hasta en especie.⁶⁸ Su justo premio y recompensa le ha permitido seguir operando con impunidad.

Es un hecho indiscutible que la producción de alimentos a gran escala dista mucho de ser un producto de calidad, pues a ello se les asocian enfermedades, tratos crueles a los animales y la excesiva contaminación del medio ambiente por medio de las sustancias tóxicas que emiten gases o sus desechos industriales arrojados en los ríos, o mares.

⁶⁷ Ramiro Alonso. Ven agresiva competencia por el mercado del pollo (2009). El Universal [internet] 21 de septiembre. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/73730.html>. [Acceso 25-09-2009]

⁶⁸ Monrreal López Juan (2007) Tyson, la octava maravilla del mundo contaminante envenena el aire con amoniaco y fétidos olores. Demócrata norte de México [internet] 28 de julio. Disponible en: <http://democratanortedemexico.blogs.pot.com/20070701archive.html>. [Acceso 25-09-2009]

Bungue. Empresa de origen holandés fundada en 1818, actualmente esta denominada como *Bunge Limited* y se encuentra establecida en Nueva York desde 1923, es una empresa gigante de la agro-industria de marcada presencia en Sudamérica.

Dentro de sus principales y variadas operaciones se dedica al suministro de productos agrícolas crudos o procesados, los ingredientes especializados que venden tienen una gran gama de clientes en el ganado y la avicultura, también comercializan con procesadores de alimentos, servicios de comidas, panaderías y la industria de biocombustibles. Poseen un mercado muy fuerte en la producción de oleaginosas, aceites comestibles, molienda de maíz seco, producción de aceites vegetales y margarinas e incluso se dedica a la producción de fertilizantes en todo el mundo y al negocio de los biocarburantes como el etanol y el bio-diesel.

Aunque sus actividades son más restringidas y están más concentradas que las de sus principales competidores, *Bunge* está considerado como el mayor procesador de semillas oleaginosas del mundo y el mayor vendedor de aceite embotellado directamente a los consumidores.⁶⁹

En el año 2006 facturó 26,000 millones de dólares, emplea a unas 25,000 personas y sus actividades se desarrollan en 32 países, en su página *web* describen de la siguiente manera sus principales operaciones:

- *Bunge granos:* se encarga del procesamiento de oleaginosas como la soya, canola y la linaza, de las cuales extraen harinas de proteína para la industria animal, de la soya y la canola extraen aceites.
- *Bunge aceite:* transforma los aceites de los productos básicos en aceites de valor agregado, para los restaurantes, panaderías y productores de alimentos, también produce margarinas, mayonesas, manteca y crema batida.
- *Bunge molino:* Es el proveedor principal de maíz seco en el mundo y lo transforma en sémola de maíz, harinas de maíz, salvado de maíz, aceite de maíz.

⁶⁹ De Sebastián Luis *Op Cit.* p .177

- *Bunge* fertilizante: Es un mayorista de productos fertilizantes.⁷⁰

Bungue ha incursionado en la fabricación y elaboración de los llamados alimentos funcionales* enriquecidos con vitaminas, además está desarrollando otras innovaciones con el uso de extractos de plantas llamadas fitoesteroles para crear formulaciones con propiedades reductoras del colesterol.

Aunque de manera más acentuada cuenta con mayor presencia en Argentina y Brasil. En México se encuentra en Querétaro operando bajo el rubro de Bunge Molino y en la ciudad de México como Bunge Granos.

b) Empresas de la segunda división

Las empresas de la segunda división tienen ingresos menores a los 20.000 millones de dólares, representan sectores industriales más pequeños y especializados, sin embargo, no por ello dejan de tener importancia e injerencia en los alimentos que se producen en el mundo. Para constatarlo sólo basta ver que los alimentos que promueve la industria alimentaria transnacional, en su gran mayoría los conocemos, están en nuestras casas y los consumimos y los que no llegan a tener nombre representan la materia prima base de los productos agrícolas con los cuales se elaboran, aquí tenemos a la siguiente división.

Sara Lee. Se anuncia en el mundo con el eslogan <<La alegría de comer. >>Esta empresa nace como tal cuando el grupo Consolidated Food la adquiere en el año 1956. A partir de ese momento la marca *Sara Lee* comienza a obtener aceptación por los consumidores y como estrategia de su auge en 1985 la empresa decide cambiar su nombre por el actual *Sara Lee Corporation*.

⁷⁰ Información obtenida de la página web, disponible en: <http://www.bungue.com> [Acceso 27-09-2009]

* Se les denomina así a los productos alimenticios que poseen un valor añadido extra al de su composición original los cuales generalmente son enriquecidos con vitaminas cuyo objetivo es proporcionar mayor bienestar y salud.

Sara Lee pasó de ser una pequeña empresa de propiedad canadiense, al coloso mundial de la actualidad, mediante las innumerables adquisiciones y fusiones que han ido incrementando su dominio. Para 1970 Nathan Cummings, el fundador y gerente de Consolidated Food, había supervisado la compra de más de 90 empresas persiguiendo negocios familiares que consintieron las fusiones. Otras noventa de mayor envergadura pasarían a la propiedad de *Sara Lee* en las décadas siguientes hasta nuestros días.

En España compró la empresa de ropa interior Sans S.A, pero la más provechosa fue la compra de *Playtex* que le dio una amplia cuota de mercado en Estados Unidos. En 2006 facturó 15.944 millones de dólares, empleaba a unas 50.00 personas en 40 países para servir a otros 180 países. Las operaciones internacionales se dirigen desde Utrecht, Holanda.⁷¹ Esta transnacional se dedica a varios rubros entre ellos se encuentran los alimentos como: café, pan, carnes frías, postres y comidas congeladas, aunque también tiene presencia en los artículos del hogar y los productos de cuidado personal. Sus marcas no son muy conocidas en México. Entre sus principales productos se encuentran los siguientes:

-Café: *Douwe Egberts, Senseo* (máquina para hacer café), *Soley, Marcilla, Paradise* bebidas, *Moccona, Merrild Coffe, Maison du café, Café Prima*

-Pan: *Butter Krust Bread, Colonial Bread, Iron Kids Bread, Rainbow Bread, Earthgrains* (la segunda mayor panificadora de Estados Unidos).

-Productos carnicos: *Bryan Foods, Emeril, Hillshire Farm, Kahn's, Ball Park, Jimmy Dean, Rudy's Farm*

-Comidas congeladas y envasadas: *Sara Lee*

⁷¹ De Sebastián Luis *Op Cit.* P.179

Aunque quizá son más conocidas sus marcas de productos para la limpieza y el aseo personal:

- Ambi Pur*, purificador de aire.
- Bylcreem*, fijador de pelo (fuera de Estados Unidos)
- Kiwi*, betún para zapatos.
- Prodent, Zendium*, pasta para dientes.
- Sanex*, jabón, gel, desodorante.
- Williams*, con una serie de productos para el hombre.⁷²

En realidad *Sara Lee* México tiene poca presencia en el país y por tanto no siempre se utiliza la firma de la marca en los productos locales, pues las diversas y tan frecuentes adquisiciones y fusiones complican el rastrear su presencia. Este ha sido precisamente el caso de *Sara Lee* México, quien hasta hace poco a principios del 2008 decidió retirar el 49.9 % de la participación que tenía desde 1994 con *Qualtia* Alimentos,⁷³ es una empresa mayoritariamente mexicana, pero que cuenta con una parte minoritaria de capital canadiense, nace en 1972 bajo la denominación de “*Kir Alimentos*” hasta 1976 que es adquirida por *Xignux* la cual vende en México carnes y quesos, bajo las marcas *Zwan, Kir, Quesos Caperucita, Alpino, Riojano, Doby, El Buen Pastor, y Don Fer*.

⁷²Información obtenida de la página web, disponible en:
<http://www.saralee.com/OurBrands/ExploreOurBrands.aspx>. [Acceso 12-10-2009]

⁷³ Venderá empresa Sara Lee su participación en firma mexicana (2008) Vanguardia [internet] 13 de marzo Disponible en:
<http://www.vanguardia.com.mx/XStatic/vanguardia/template/content.aspx?se=finanzas&sueconomia&id=135472&te=nota>. [Acceso 15-10-2009]

Grupo Danone. La empresa es de propiedad francesa fundada en 1919, se ha especializado en vender alimentos y bebidas, estos productos se encuentran bajo la denominación de lo que ahora se le conoce como “alimentos funcionales.” El Grupo Danone se identifica así mismo con el concepto de <<comida sana>> dicha comida, según su publicidad y promocionales posee cualidades benéficas para la salud. No obstante en varias ocasiones se le ha acusado de exagerar en sus anuncios y en el resultado de los bien clamados beneficios, de hecho estos pueden estar insuficientemente probados. La historia de Danone procede por medio de compras y ventas enfocados en tres líneas de productos: lácteos, aguas embotelladas, cereales, dulces y galletas. En el año 2007 la facturación fue de 15.044 millones de euros, cuyas principales ventas son de lácteos frescos.⁷⁴

En México *Danone* se especializa en la línea de yogurt y aguas embotelladas, su presencia es relativamente joven, opera en el país desde 1977 a raíz de la adquisición de la empresa mexicana *Jalpa*, cuenta con una planta de producción ubicada en Irapuato Guanajuato. Entre sus principales marcas están: *Danonino*, *Yogurt Activa*, *Dan-up*, *Vitalinea 0 % plus*, *Danette* y postres como gelatinas y flan.

En esto de las adquisiciones el *Grupo Danone* absorbió a la empresa mexicana *Bonafont*, líder en agua embotellada desde 1992 y que es adquirida en 1995 tan sólo tres años después de su creación por ésta transnacional. Danone se ha caracterizado por ser una empresa de buena reputación, pequeña entre las grandes y centralizada en una línea de productos muy específicos.

Con Agra Foods. Fue fundada en 1919, es una empresa líder de alimentos y bebidas principalmente, en Estados Unidos y con presencia en algunos otros países del mundo. Está considerada como una empresa muy problemática, desde cuestiones ambientalistas, administrativas y hasta laborales. En el lado ambiental esta empresa ha sido criticada por su falta de respuesta al calentamiento global así lo señaló la organización CERES en su informe del 2006 titulado “Corporate Governance and Climate Change,” el cual se encarga

⁷⁴ De Sebastián Luis *Loc. Cit.*

de medir a 100 de las empresas globales más importantes y señala cómo están respondiendo al calentamiento global. Prácticamente en una escala de 0 a 100, Con Agra se anotó un total de 4 puntos de calificación, el más bajo de cualquiera de las empresas de la alimentación en su respuesta al cambio climático.⁷⁵

Esta empresa se encuentra en la mira de todas las instituciones públicas y privadas principalmente en Estados Unidos que vigilan las relaciones laborales y los derechos humanos, la higiene y la salubridad de los alimentos, la protección del medio ambiente y en general la ética de los negocios.⁷⁶ También ha sido criticada fuertemente por estar inmiscuida en casos de intoxicación y salmonelosis por la ingesta de la carne de sus productos principalmente los pasteles de carne de pavo, dicha situación han requerido que éstos sean retirados de los anaqueles de los supermercados donde son exhibidos.

El departamento de Salud Publica de Colorado informó que “una investigación realizada por los centros para el control y la prevención de la salmonela” identifico que al menos 211 personas procedente de 35 estados se han enfermado de este mal por la ingesta de los productos de *Con Agra*, principalmente los de carne. En 2007 facturó 12,030 millones de dólares y emplea a unas 25,700 personas.⁷⁷

En México es poco conocida, pero dentro de sus principales productos en el país se encuentran:

- ACT-II
 - Catsup del Monte
 - Vegetales del Monte
 - Aceites PAM (aceite en aerosol)
 - Salsas Hunt´s
-

⁷⁵ Wikipedia (2009) Con Agra Foods [internet] Disponible en: <http://en.wikipedia.org/wiki/ConAgraFoods>. [Acceso 28-09-2009]

⁷⁶ De Sebastián Luis *Op Cit.*P 181

⁷⁷ *Ibidem*

- Spagetti BBQ
- Ranch Style- frijoles
- La choy- salsa inglesa.

General Mills. Sus fundadores fueron molineros, fabricantes de harina, y panificadores. Es una empresa encargada de elaborar alimentos preparados y sus materias primas, posee una joint-venture, con Cereal Partners Worlwide (CPW) de Nestlé, que distribuye cereales preparados para comer en más de 130 mercados en el mundo. Además cuenta con otra Joint- Ventures con los famosos helados *Häagen-Dazs* . En el 2007 tuvo 13,400 millones de dólares de facturación⁷⁸

Dentro de sus productos más vendidos en México se encuentran: los cereales *Cheerios, Chex, Trix, Lucky Charms, Zucosos, Chocapic, Nesquik* y marcas más conocidas en Estados Unidos como *Wheaties, cereal Parners Worldwide, Cascadian Farm*. Elabora otros productos también como los helados *Häagen-Dazs*, y el yogurt *Yoplait*, además posee comidas completas como carne de hamburguesas, postres *Betty Crocker*, e incluso ofrece productos en China bajo la marca *Wanchai Ferry*, posee el famoso Gigante Verde (vegetales en conserva), entre muchos otros.

Cadbury PLIC. Anteriormente conocida como *Cadbury Schweppes*, es una empresa multinacional con sede en Londres, especializada en chocolates, confiterías, bebidas y gaseosas. La empresa es el resultado de la fusión de una empresa de dulces y chocolates, *Cadbuty Brothers Limited* de *Birmingham* con una empresa de agua carbonatada o gaseosa que se comenzó a producir para fines medicinales, la fusión se produjo en 1969, después de que ambas marcas se hubieran establecido internacionalmente.

A mediados del 2008 se separan los productos de confitería (chocolates, caramelos y goma de mascar), de sus bebidas gaseosas con la finalidad de formar y especializarse en distintos rubros bajo la empresa de *Dr. Peper Snapple Group*; que ahora maneja las

⁷⁸ *Ibidem* p.183

famosas marcas de *Cadbury Schweppes* como: *Canadá Dry*, *Dr. Pepper*, *Snapple* e incluso *Schweppes*, sus productos en el rubro de la confitería son famosos y los encontramos bajo las siguientes marcas: *Trident*, *Bubbaloo*, *Denty ice*, *Clorets*, *Halls*, *Adams*, *Mr. Big*, *Dairy Milk*, entre muchas otras.

Esta empresa opera en 60 países, en el 2007 facturó 7.971 libras esterlinas (unos 12 millones de euros) tiene 59.0000 empleados y su slogan << Trabajando juntos para crear marcas que la gente quiera>>⁷⁹.

⁷⁹ *Ibidem* p.184

Principales Productos de las transnacionales más grandes del mundo

<i>Empresa</i>	Productos
<i>Cargill</i>	Transformación de productos vegetales y materias primas como: oleaginosas, aceite, granos para los sectores agropecuario y humano, azúcar, (Zulca) alimentos balanceados, harinas.
<i>ADM</i>	Procesamiento de productos agrícolas. Habas de soja, maíz, trigo y cacao, fabricante de biodiesel, etanol, aceite, edulcorantes del maíz, harinas, aceites, y demás productos que dan <<valor añadido>> a los alimentos.
<i>Tyson Foods</i>	Es la mayor procesadora y vendedora mundial de carne de pollo, vacuno y porcino.
<i>Bungue Limited</i>	Procesamiento de semillas oleaginosas, cereales, maíz, trigo, produce aceites, mayonesas, margarinas, participa en la industria de los biocombustibles y el alimento para el ganado.
<i>General Mills</i>	Empresa fabricante de alimentos preparados y materias primas para prepararlos, entre sus principales productos están: cereales Cheerios, Chex, Trix, Lucky Charms, Zucosos, Chocapic, helados Häagen-Dazs, y el yogurt Yoplait.
<i>Con Agra Foods</i>	ACT-II, Catsup del Monte, Vegetales del Monte, Aceites PAM (aceite en aerosol), Salsas Hunt´s, Spagetti BBQ, Ranch Style- frijoles, La choy- salsa inglesa.
<i>Nestlé</i>	Nido, La lechera, media crema, Carnation, Svelty, Coffe Matte, Nesquik, Nescafe (múltiples presentaciones) Chocolate Abuelita, Línea Larín, Frescas, Carlos V, Morelia Presidencial, Gelatinas, Maggi, Chamito, Chiquitin, Consomate, Rosa Blanca, Kermato, Nestea, Pasta Buitoni, alimento para animales como: Pro-Plan, Friskies, Cat Chow, Gatina, Purina (Gatos) Pro-Plan, Beneful, Dog Chow, Campeon, Beggin, Alpo, Stips. Etc.
<i>Procter & Gamble</i>	Snacks: Eagle Snack Pringles (patatas fritas), Cafés: Folgers, Home Café y Millstone, Bebidas: Hawaiian Punch, Sunny Delight, Tender Leaf Tea.
<i>Unilever</i>	Knorr, Mayonesa Hellmann´s, mostaza Colman, Holanda, Slim Fast.
<i>Pepsico</i>	Sabritas: Rufles, Doritos, Crujitos, Fritos, Chetos, Churrumais, Pizzerolas, Poffests, Sabritones, Rancheritos, Tostitos. Pepsi: Manzanita sol, 7 Up, Power Punch, Kas, Mirinda, San Lorenzo, Seagram´s, Toda la línea Gamesa- Quaker, Gatorade y Alegro (Sonric´s.) Electropura.
<i>Coca – Cola</i>	Refrescos: Coca Cola, Coca Cola Light, Sprite, Fresca, Diet Sprite, Fanta, Agua Ciel, Sidral Mundet, Beat, Senzao, Delaware Punch, Manzana Lift, Yoli, Ameyal, Barrilitos, Extra Poma, Etiqueta Azul, Power Ade, Te Nestea, Adventures, Ciel, y Ciel Mineral. Jugos del Valle, Minute Maid, Florida 7, Frutsi, Tropi Frut, Clam Club, Burn, Gladiator, Vitaminwater, Agua Los Ángeles.
<i>Kraft Foods</i>	Cheez whiz, Knox (gelatina), Snacks (varios), Tang, Clight, Frisco, Kool Aid, Mayonessa, Kraft, Jell- O, Royal, Philadelphia, Quesos, Kraft, Oreo, Ritz, Chips Ahoy, Bel Vita, Nabisco, entre otros... También la barra de chocolate Toblorone.
<i>Sara Lee</i>	Café: Douwe Egberts, Senseo (máquina para hacer café), Soley, Marcilla, Paradise bebidas, Moccona, Merrild Coffe, Maison du café, Café Prima, Pan: Butter Krust Bread, Colonial Bread, Iron Kids Bread, Rainbow Bread, Earthgrains (la segunda mayor panificadora de Estados Unidos. Productos carnicos: Bryan Foods, Emeril, Hillshire Farm, Kahn´s, Ball Park, Jimmy Dean, Rudy´s Farm, Comidas congeladas y envasadas: Sara Lee.
<i>Grupo Danone</i>	Danonino, yogurt Activa, dan-up, Vitalinea 0 % plus., Danette y postres como gelatinas y flan. Agua Bonafont.
<i>Cadbury PLC</i>	Trident, Bubbalo, Denty ice, Clorets, Halls, Adams, Mr. Big, Dairy Milk.

Cuadro 2.4 Muchos de los productos que ofrecen las GET alimentarias nos son conocidos y en su mayoría adquiridos, o por los menos los hemos probado una vez, pero habitualmente se desconoce su procedencia e incluso se llega a pensar que ésta es nacional como anteriormente lo fue, tal es el caso de *Gamesa* o *Sabritas*, quienes conservan el mismo nombre que tenían antes de ser adquiridas por una transnacional.

c) Empresas de la tercera división

Las siguientes agrupaciones son menos conocidas además, a diferencia de las empresas denominadas de primera y segunda división tienen un volumen de operación por debajo de los 10.000 millones de dólares, pero no por eso dejan de ser importantes en este sector. Precisamente por su poca presencia en el mercado mundial sólo las enlisto especificando únicamente si su nacionalidad no es norteamericana, no hay que olvidar que la tendencia va en aumento y que las inversiones extrajeras se concentran en conglomerados enormes, que debido a la apertura económica también se desplazan las mercancías con una mayor movilidad.

16. <i>Dean Foods</i>	25. <i>Maruha Group. Inc. Tokio</i>
17. <i>Associated British Foods</i>	26. <i>Tata & Lyle, Londres</i>
18. <i>Kellogg's Company</i>	27. <i>Kerry Group, Irlanda</i>
19. <i>Ajinomoto, Tokio</i>	28. <i>The Hersheys Co.</i>
20. <i>H.J Heinz Co.</i>	29. <i>Zuivelcoöperative, Holanda</i>
21. <i>Dairy Farmers of America</i>	30. <i>Del Monte Foods</i>
22. <i>Orka, Olso Noruega</i>	31. <i>Kikkoman Corp. Japón</i>
23. <i>Fonterra Cooperative, N.Z</i>	32. <i>Tigre Brands, Sudáfrica</i>
24. <i>Campbell Soup Company</i>	33. <i>Royal Numico, Holanda</i>

Cuadro 2.5 Las empresas de la tercera división en su mayoría son poco conocidas en México, sin embargo su presencia internacional es importante y éstas cada vez más se encuentran incursionando en la penetración de nuevos mercados.

d) Principales empresas transnacionales alimentarias de México

El modo de operar de las GET alimentarias no es exclusivo del capital extranjero, también las hay con capital nacional y estas funcionan de igual manera como en cualquier parte del mundo, las GET alimentarias mexicanas operan bajo los mismos principios basados en la adquisición y fusión de pequeñas empresas locales. Entre los principales elementos que van a determinar como éstas se expanden están las condiciones económicas y comerciales que dispongan dichas empresas; así como la tecnología y el desarrollo científico que controlen para imponer sus condiciones.

México también cuenta con empresas alimentarias a escala trasnacional, aunque no están consideradas dentro de las más grandes del mundo, aún así son muy importantes en el mercado nacional y en América del sur. Y representan un ejemplo más de cómo el capital no respeta nacionalidades, todas las empresas logran capitalizarse de la misma manera, sólo que unas lo consiguen en mayor o menor medida, expandiéndose geográfica, económicamente o comercialmente y otras se quedan en el camino, sobre todo presas de las voraces transnacionales. En el país podemos hablar de cinco empresas alimentarias principales, que a su vez cuentan con presencia internacional.

Grupo Bimbo. Fue fundado en la Ciudad de México en 1945 y hasta el día de hoy se cuenta entre las empresas de panificación más importantes del mundo. A través de sus principales subsidiarias, *Grupo Bimbo* elabora, distribuye y comercializa 5000 productos entre los que destacan una gran variedad de pan empacado, pastelería de tipo casero, galletas, dulces, chocolates, botanas dulces y saladas, tortillas empacadas de maíz y de harina de trigo, tostadas y cajeta (dulce de leche). Cuenta con más de 150 marcas como: *Bimbo, Marínela, Milpa Real, Tía Rosa, Oroweat, Entenmann's Thomas, Boboli, Mrs. Baird's, Barcel, Ricolino, Coronado, La Corona, Pastelerías el Globo, Suandy*, entre muchas otras.

Grupo Bimbo lo conforman 99 plantas, 39 de éstas se localizan en la República Mexicana, 4 asociadas y 3 comercializadoras, en el resto de América *Bimbo* tiene operaciones en 15 países, con 18 plantas distribuidoras en trece naciones. Está presente en México, Estados Unidos, Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Panamá, Chile, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Perú, Venezuela, Uruguay, Paraguay, República Checa y China.

En la Unión Americana cuenta con 13 plantas de panificación y tortillas. En Europa, tiene presencia mediante una empresa dulcera llamada *Park Lane* en la República Checa, en Asia se encuentra *Bimbo Beijing, China*. Según su página *web* cuenta, con más de 39,500 rutas, lo que permite llegar diariamente a más de 1, 800,000 puntos de venta localizados en América Latina, Europa, Estados Unidos y Asia.

Durante el 2008 las ventas netas consolidadas de *Grupo Bimbo* ascendieron a 9,551 millones de dólares.⁸⁰

Grupo Bimbo ha absorbido a una gran cantidad de empresas en todo el mundo entre sus principales adquisiciones se encuentran, en China, *Pan Rico Beijing*; en Guatemala, *Pan Europa*, en Uruguay, *Los Sorchantes*, en Chile, *Lagos del Sur*; en México, Pastelerías El Globo, *La Corona*, *Galletas Gabi*, *Joyco* de México. Las operaciones de panificación de *Lalo*, en Colombia y el 100% del capital de una de las empresas panificadoras más grandes e importantes en Brasil (*Plus Vita LTDA*) además de adquirir *Laura* y *Nutrella* en el mismo país, *George Weston LTD*, en la región oeste de los Estados Unidos ("*Oroweat*") y finalmente, *Weston Foods Inc.* en el mismo país.

Grupo LALA. Es una empresa mexicana fundada en 1949 por una agrupación de pequeños productores de leche en Torreón. Desde los años cincuenta comienza su expansión mediante la compra de pasteurizadoras que le facilitaron expandir sus alcances territoriales, en 1968 introduce el envase de cartón dejando de utilizar vidrio. A partir de los años noventa incrementa su alcance, a través de adquisiciones de establos y pasteurizadoras que le permiten no sólo tener presencia en el norte de la República sino también en todo México.

Así encontramos que en 1992 *LALA* inaugura la fábrica de Yogurt de Torreón y adquieren la pasteurizadora de Durango. En 1997 compra una fábrica de Guanajuato con el propósito de competir en el occidente del país, ya en el año 2000, de manera más intensa, adquiere *Leche Queen* en la Laguna y compra la fábrica de leche suprema de Mazatlán, en 2001 adquiere participación en *Leche Bell* y en 2003 se adjudica la empresa *Latinlac* y cinco fabricas ubicadas en Aguascalientes, Hidalgo, Gómez Palacio y dos en Veracruz.

De manera conjunta lleva a cabo la compra de las marcas *Nutrileche*, *Mileche*, *Boreal* y *los Volcanes*, además se integra el Grupo *Prolac* del Sureste. Se decide seguir

⁸⁰ Información obtenida de la siguiente pagina web, disponible en: <http://www.grupobimbo.com/display.php?section=1&subsection=13>. [Acceso 05-10-2009]

fortaleciendo la distribución propia incursionando en los estados de Veracruz, Tabasco y la península de Yucatán. En el 2004 adquiere *Parmalart* de México e inicia distribución directa de Chiapas a Baja California. Para el año 2005 inaugura una fábrica en Irapuato y otra en Tecate Baja California, consolidándose como el principal productor de lácteos de todo el país.

Recientemente, desde el año 2006 ha incursionado en el mercado estadounidense de manera muy dinámica por medio de la compra de varias empresas norteamericanas como: *Farmland Dairies*, ubicada en Nueva York y Nueva Jersey, la cual se encargaba de la producción y distribución de leche y sus derivados, así como *Promised Land* una empresa ubicada en San Antonio Texas. A estas operaciones se sumó la compra, en el año 2007 de *National Dairy* y la compañía *Wells Dairy Inc* ubicada en Omaha, Nebraska.

En Estados Unidos, *Lala* y *National Dairy* procesan y distribuyen marcas reconocidas como *Lala*, *Borden*, *Dairy Fresh*, *Velda Farms*, *Coburg*, *Sinton Dairy*, *Cream O Weber*, *Dairymen's*, *H. Meyer*, *Frusion*, *La Crème* y *Promised Land*, entre otras.⁸¹

Gruma. Es uno de los productores líderes de tortilla y harina de maíz en el mundo, fue fundada en 1949 y se dedica principalmente a la producción, comercialización, distribución y venta de tortilla, harina de maíz y trigo. Opera en Estados Unidos, México, Venezuela, Centroamérica, Europa, Australia y Asia; exporta a 50 países aproximadamente alrededor del mundo. La compañía tiene sus oficinas corporativas en Monterrey y cuenta con alrededor de 17,000 empleados y 88 plantas. En año 2006 las ventas netas de *Gruma* fueron alrededor de \$2,800 millones de dólares de las cuales 67% provinieron de operaciones fuera de México.⁸²

⁸¹ Grupo Lala compra dos empresas más en Estados Unidos. (2009) Milenio [internet] martes 29 de septiembre. Disponible en: <http://www.milenio.com/node/293705>. [Acceso 05-10-2009]

⁸² Información obtenida de su página web, disponible en: <http://www.gruma.com/vEsp/Relacion/relacioninformacion.asp?idEmpresa=1>. [Acceso 15-10-2009]

En el país opera mediante tres subsidiarias: *Gimsa*, es uno de los principales fabricantes de harina de maíz, cuenta con 17 plantas de harina y opera bajo la marca *Maseca*. Después encontramos la *Molinera de México*, uno de los productores más grandes de harina de trigo, cuenta con 10 plantas de operación, entre sus principales marcas se incluye la famosa *Harina Selecta*. Y por último, se halla *Prodisa* la cual se encarga de elaborar tortillas bajo la marca *Misión* y dispone de dos plantas en el norte del país. Además de estas subsidiarias, posee dos centros dedicados a la investigación y desarrollo en la fabricación de maquinarias para la elaboración de tortillas.

En Estados Unidos está presente por medio de la subsidiaria *Gruma Corporation* la cual se dedica a la producción y comercialización de tortilla y harina de maíz. En Europa y de forma más reciente en Asia y Oceanía, todo su proceso comercial lo realiza a través de la subsidiaria de tortillas, *Mission Foods* (con 19 plantas en los Estados Unidos, dos en el Reino Unido, una en Holanda, dos en Australia y una en China). Entre sus principales marcas reconocidas por el consumidor esta *Mission* y *Guerrero* para tortillas y *Maseca* para harina de maíz.

En Centroamérica *Gruma* cuenta con 11 plantas ubicadas en la región de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica. *Gruma* Centroamérica produce harina de maíz y en menor grado, tortillas y botanas. Además, cultiva corazones de palmito y procesa arroz. Sus principales marcas son *Maseca* para harina de maíz y *TortiRicas*. En Venezuela opera bajo las siguientes denominaciones, *Monaca* y *Demaseca*, tienen 14 plantas que producen y distribuyen harina de maíz y harina de trigo, así como arroz, avena y otros productos. Estas compañías operan bajo la marca *Juana*, para harina de maíz, y *Robin Hood*, para harina de trigo, entre otras.

Cabe resaltar que *Gruma* es una industria muy fuerte e importante en México ya que sus principales actividades van dirigidas a un sector más que medular de la alimentación mexicana, precisamente el consumo de tortilla. Basta recordar nuevamente que esta empresa mantiene vínculos importantes con la trasnacional *ADM* donde opera con la subsidiaria de Molinos de harina, establecida en Guadalajara.

Maseca mejor sin transgénicos

Sin embargo, el *Grupo Gruma*, mejor conocido como *Maseca*, ha sido fuertemente criticado por no manejar una política transparente en el empleo de maíz transgénico en sus productos; ésta empresa ha declarado que no usa productos transgénicos pero no muestra estudios de laboratorio que comprueben lo contrario, lo que ha ocasionado la movilización de diversos grupos ecologistas incitando a la empresa para demostrar realmente y no sólo de palabra, el uso de insumos naturales. Entre los principales se encuentran los activistas de Greenpeace bajo la consigna “*Maseca mejor sin transgénicos*” ya que una de las pruebas de laboratorio realizados por éste grupo en el año 2001 salió positiva en el uso de maíz alterado. En el 2005 se le exigió nuevamente que comprobara lo que de manera tan fehaciente afirmaba y obviamente no se obtuvo respuesta, sólo mediante declaraciones afirmaban que habían realizado pruebas que eximían a la empresa de cualquier irregularidad en sus productos y en su proceso productivo, posteriormente el Centro Humboldt de Nicaragua le demandó la misma información a la empresa en una reunión con los directivos de la compañía obteniendo por respuesta que *Maseca* no usa transgénicos, pero la empresa se negó a entregar los estudios que avalaran su dicho.

Hasta la fecha la empresa no ha comprobado la veracidad de sus declaraciones sin embargo, Greenpeace no ha claudicado y ha seguido realizando estudios especializados para poder descifrar el ADN del maíz empleado en la harina de *Maseca*. Los últimos estudios que se realizaron fueron en el 2007 por esta misma asociación y estos fueron los resultados:

“A pesar de declarar lo contrario, *Maseca* y *Minsa* sí están usando maíz transgénico en los productos que venden en México. Con documentos oficiales y pruebas de laboratorio, Greenpeace demostró la presencia de maíz genéticamente modificado en los productos de tales empresas. Greenpeace compró nueve harinas de *Maseca* y dos de *Minsa* en distintos estados de la República y las sometió a la prueba más rigurosa y precisa para detectar en el DNA del producto hasta una centésima porcentual de organismos genéticamente modificados. En cuatro muestras de harina de *Maseca* y una de *Minsa* se detectaron elementos (promotor 35S y terminador NOS) que confirma la presencia de maíz transgénico en harinas elaboradas en Tamaulipas y Yucatán. [...] Las pruebas de laboratorio se realizaron en dos ocasiones, con seis meses de diferencia (abril y septiembre), lo que demuestra que la presencia de transgénicos no es un accidente sino una política deliberada de utilizar estos granos

riesgosos en nuestras tortillas sin garantizar su inocuidad y sin informarlo al consumidor”.⁸³

Lo cual es bastante grave si consideramos que siete de cada diez tortillas vendidas en México y la mitad de tortillas consumidas en el planeta están hechas con *Maseca*. Cabe señalar que contrario con lo que pasa en México, *Maseca* tiene un compromiso público de no usar transgénicos en sus productos de Estados Unidos y Europa. Por su parte en China, activistas de Greenpeace manifestaron que más de la mitad de la población china no consume transgénicos como manera de advertencia, ante esto el mismo *Grupo Gruma* está consciente de tal situación, entonces debemos cuestionar porque razón con los consumidores extranjeros si se maneja de manera transparente y cuidadosa y ¿por qué en el país no? Es una realidad innegable que casi todo lo prohibido llega a México cuyos estándares de calidad no se comparan en nada con los manejados en los países principalmente europeos u asiáticos, donde se debate fuertemente e incluso ya se aplican leyes rigurosas en el etiquetado de los alimentos, exigiéndose que señalen por todos los medios la información oportuna y completa del producto adquirido, para que el consumidor pueda decidir libremente si se quiere comer o no determinado alimento.

Femsa. Es una empresa mexicana muy antigua, fundada en Monterrey en 1890. Hoy en día la compañía opera a través de tres unidades de negocio: *Femsa Cerveza*, *Coca-Cola Femsa* y *Femsa Comercio*. En 2009 reportó ingresos totales por \$197,033 millones de pesos, según su página *web* da empleo directo a más de 127,000 personas.⁸⁴

Femsa Cerveza. Está integrada actualmente por seis plantas productoras en el país y ocho en Brasil. En México se encuentra en: Guadalajara, (Jalisco) Monterrey (Nuevo León), Novojoa (Sonora), Orizaba (Veracruz), Tecate (Baja California) Toluca (Estado de

⁸³ Greenpeace. *Maseca y Minsa* mienten: sí usan transgénicos. Greenpeace México [Internet] 30 de enero. Disponible en: <http://www.greenpeace.org/mexico/news/maseca-yminsa-s-usa>. [Acceso 16-04-2010]

⁸⁴ Información obtenida de su página *web*, disponible en: <http://www.femsa.com/es/about/>. [Acceso 17-10-2009]

México). En diciembre del 2008 obtuvo ingresos por \$42,385 millones de pesos incluyendo sus ventas en México y Brasil.⁸⁵ Además, es un importante exportador de cerveza en Estados Unidos, sus principales productos son: Cerveza *Sol* (diversas presentaciones) *Bohemia obscura*, *Soul Citric*, *XX Lager*, *Tecate Superior*, *Noche Buena*, *Carta Blanca*, *Indio*, *Kloster*, *Casta Coors Light* (una cerveza tipo lager, lanzada en los mercados del norte del país.) cuyo slogan es el siguiente:

“Esta cerveza ofrece juventud, americanidad, sociabilidad y estatus para las consumidores en México.”

Coca-Cola Femsa. Se encarga de embotellar, comercializar y distribuir los productos de la marca *Coca-Cola* en México, Guatemala, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela, Brasil y Argentina. Esta empresa es el embotellador más grande de América Latina y el segundo a nivel mundial de los productos *Coca-Cola*. En el 2003 *Coca-Cola Femsa* adquiere por 32 millones de dólares la embotelladora Colombiana Panamerican Beverages, Inc. mejor conocida como Panamco, con esta operación se crea el mayor embotellador de productos *Coca-Cola* fuera de Estados Unidos, con ventas estimadas en 4.600 millones de dólares anuales y un volumen de producción de 1.900 millones de cajas unidad.⁸⁶ Entre los principales productos que esta empresa distribuye, se encuentra la famosa *Coca Cola*, *Coca Cola Light*, *Sprite*, *Fresca*, *Fanta*, entre los más famosos.

Femsa Comercio. Está conformada por las tiendas Oxxo, cuentan con más de 6,811 establecimientos en el país, más los que se acumulan día a día. Además es el principal comercializador de los productos de *Coca-Cola* y de cerveza, según su página *web* hasta el 2008 contaba con 21, 261 empleados⁸⁷.

⁸⁵ Información obtenida de su página *web*, disponible en: <http://www.femsa.com.es/busines/cerveza>.

[Acceso 17-10-2009]

⁸⁶ Panamco ya es de femsa (2003). Femsa [internet] disponible en: <http://ir.femsa.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=188831>. [Acceso 14-01-2010]

⁸⁷ Información obtenida de la página principal de *Femsa*. Disponible en: <http://www.femsa.com.es/busines/cerveza>. [Acceso 17-01-2010]

Grupo Modelo. Es fundado en 1925, se encarga de elaborar, distribuir y vender cerveza en México y algunas partes del mundo, cuenta con siete plantas cerveceras en la República mexicana: Sonora, Sinaloa, Coahuila, Zacatecas, Guadalajara, Distrito Federal y Oaxaca. Tiene 13 marcas, exporta 5 de ellas y posee presencia en 159 países, entre ellos Japón, Australia, Nueva Zelanda, Hong Kong, Grecia, Holanda, Alemania y Bélgica. Es el importador en México de las marcas *Budweiser* y *Bud Light* y de la cerveza sin alcohol *O'Doul's*, además importa la cerveza china, *Tsingtao* y la danesa *Carlsberg*. A través de una alianza estratégica con *Nestlé Waters* produce y distribuye en México las marcas de agua embotellada *Sta. María* y *Nestlé Pureza Vital*.

Entre sus principales adquisiciones encontramos las siguientes: en 1935 se adquiere la compañía Cervecera de Toluca y México, fabricantes de las marcas *Victoria* y *Pilsener*, en 1954 Modelo adquiere la *Cervecería del Pacífico* en Mazatlán Sinaloa y la cervecería *La Estrella* en Guadalajara, Jalisco Para 1960 Modelo compra la cervecería *Modelo* del Noroeste, en la ciudad de Obregón, Sonora. En 1979 Se funda la empresa de cebadas y maltas en Calpulapan, Tlaxcala.

Sus principales marcas se encuentran conformadas por las siguientes cervezas: *Corona Extra*, *Negra Modelo*, *León*, *Modelo Especial*, *Pacífico*, *Barrilito*, *Montejo*, *Estrella*, *Tropical Light*, *Victoria*, *Modelo Light*, *Corona Light*, *Tropical Light* y *Pacífico Light*. Además cuenta con una línea de aguas importadas como la *180 Energy Drink*, *Acqua Panna* (es la nueva marca internacional de Nestlé Waters, agua para comida gourmet) *S. Pellegrino*, *Perrier*.

No obstante, cabe mencionar que el *Grupo Modelo* no posee capital nacional exclusivamente, pues a partir de 1993 mantuvo una sociedad con la compañía *Anheuser - Busch*, (AB). Empresa norteamericana con sede en San Luis (Missouri) Estados Unidos, cuya cerveza más famosa es *Budweiser*. Es en 1998 cuando la empresa AB adquiere el

50.2 % de las acciones de *Grupo Modelo*. Sin embargo, AB fue comprada por *In Bev*, una empresa Belga-Brasileña, considerada la mayor fabricante de cerveza por la ventas de su volumen, tiene su central en Lousiana, Bélgica, esta empresa creció rápidamente mediante las adquisiciones que realizó durante la década de los noventa, en el año 2004 se fusionó con la brasileña *Am Bev*, dando por resultado la actual *In Bev*, pero dicha compra se ejecutó sin el conocimiento de la parte accionista del *Grupo Modelo*, lo cual ha molestado a los empresarios mexicanos por no haber sido tomados en cuenta para dicho cambio, lo que ha traído como consecuencia el inicio de un proceso legal contra AB, por trasgredir las leyes mexicanas al haber sido ignorados en la toma de decisiones relacionadas al cambio de socios⁸⁸.

⁸⁸ Información obtenida en la siguiente página web: Fuente: <http://delixires.com.2006/06/grupo-modelo-designa-a-anheuser-busch/>. [Acceso 20-10-2009]

Principales productos de las transnacionales alimentarias más importantes de México

<i>Empresa</i>	Productos
Grupo Bimbo	Bimbo, Marínela, Milpa Real, Tía Rosa, Oroweat, Entenmann's Thomas, Boboli, Mrs. Baird's, Barcel, Ricolino, Coronado, La Corona, Pastelerías el Globo, Suandy.
Grupo LALA	Nutrileche, Mileche, Boreal y los Volcanes, Parmalart Borden, Dairy Fresh, Velda Farms, Coburg, Sinton Dairy, Cream O' Weber, Dairyman's, H. Meyer, Frusion, La Crème y Promised Land.
Gruma	Maseca, Mission y Guerrero, Molinera de México, Harina Selecta, Prodisa, TortiRicas, Juana, Robin Hood.
Femsa	Femsa cerveza: Sol, Bohemia oscura, Soul citric, XX Lager, Tecate Superior, Noche buena, Carta Blanca, Indio, Kloster, Casta Coors Light. Coca-Cola Femsa: se encarga de embotellar, comercializar y distribuir los productos de la marca como: Coca Cola, Coca Cola Light, Sprite, Fresca, Diet Sprite, Fanta, Agua Ciel, Sidral Mundet, Beat, Senzao, Delaware Punch, Manzana Lift, Yoli, Ameyal, Barrilitos, Extra Poma, Etiqueta Azul, Power Ade, Te Nestea, Adventures, Ciel, y Ciel Mineral, entre otros. Femsa comercio: tiendas Oxxo.
Grupo Modelo	Corona Extra, Negra Modelo, León, Modelo Especial, Pacifico, Barrilito, Montejo, Estrella, Tropical Light, Victoria, Modelo Light, Corona Light, Tropical Light y Pacifico Light, Panna Pellegrino, Perrier.

Cuadro 2.6 Estas cinco firmas mexicanas, son las empresas que más reconocido prestigio tienen a nivel mundial según un estudio realizado del Ranking 2009 Global Reputation Pulse, donde participaron 200 empresas, Grupo Bimbo se posiciono en el lugar 20, Femsa en el lugar 58, Lala lugar 95, Grupo Modelo lugar 100, y Maseca lugar 153.

B. Distribución moderna de los alimentos

El sistema alimentario mundial basado en la elaboración masiva e industrial de los alimentos ha trastocado, no sólo la forma de producción agrícola, sino a cada uno de los eslabones que conforman esta cadena, posibilitándolo a ejercer el control y dominio de las semillas, la forma de trabajo y producción agrícola, así como los medios de propaganda y distribución, lo que ha repercutido impactantemente en los hábitos de compra, patrones alimentarios y preferencias culturales de la sociedad.

En los últimos años la distribución y la manera de ofrecer los alimentos al consumidor han cambiado, dichas transformaciones se presentan aunadas a la aparición y desarrollo de las GET alimentarias, garantizando éstas el modelo de producción estadounidense, al disponer de los recursos necesarios que le permiten expandirlo, reproducirlo y difundirlo.

Para ello la industria alimentaria se ha valido fuertemente de la aparición del concepto de supermercado, el cual se basa en el principio de autoservicio de los clientes por departamentos seccionados de compra, líneas completas de alimentos y productos no alimenticios. Una de sus principales características es que maneja grandes volúmenes de adquisición que le confieren el poder de ofrecer precios rebajados para muchos productos, dejando en gran desventaja a pequeños distribuidores que no pueden equiparar dichas ofertas, el sistema moderno de distribución de los alimentos conlleva a un severo impacto que afecta a los productores, intermediarios y mayoristas de la cadena alimentaria, quedando supeditados a las condiciones que imponen estos grandes centros.

El primer supermercado se abrió en Estados Unidos en los años treinta del siglo pasado en Nueva York. Tendrían que pasar varias décadas por delante para que surgieran las condiciones propicias para su aparición masiva por lo menos en México. Aunque esta forma de distribución moderna de los alimentos representa un fenómeno mundial, un estudio reciente ha revelado la creciente expansión de las grandes cadenas de supermercados occidentales en todos los continentes, notoriamente en Asia, América Latina, Oriente Medio y también en algunos países de África y de Europa Oriental. Esta expansión se produce como resultado de la progresiva integración de las economías nacionales a los mercados comerciales bajo el lema del “regionalismo abierto,” El TLCAN y el Mercosur son solamente dos ejemplos...estos acuerdos beneficiaron a las inversiones internacionales, regionales y transcontinentales en una competencia que dificulta la subsistencia de empresas con operaciones exclusivamente nacionales.⁸⁹

La *supermercadización*, se estableció de manera masiva y solida en la década de los noventa, los anteriores años a partir de los ochenta fueron sentando las primeras bases de un modelo de distribución sumamente sustentable para las grandes corporaciones.

⁸⁹ Gatti Daniel. Donde mandan las cadenas transnacionales del comercio alimentario (2007) Compañía [internet] 19 de octubre. Disponible en: <http://www.rel-uita.org/companias/supermercadosyalimentacion.htm>. [Acceso 29-10-2009]

Las condiciones económicas para que esta forma de distribución despuntara requerían de la infraestructura adecuada en los medios de transporte y abastecimiento suficiente y constante en todo el año de los productos alimenticios, sobre todo los frescos, ya que los alimentos procesados tienen una larga vida en el anaquel.

Las principales empresas de supermercados transnacionales más grandes del mundo se encuentran conformadas por la estadounidense *Walmart*, la francesa *Carrefour*, la alemana *Metro*, la inglesa *Tesco*, la japonesa *Seven & I Holdings* y la holandesa *Ahold*, por nombrar solamente las seis con mayor presencia internacional.

A ellas se agregan cuatro estadounidenses más: *The Kroger*, *Sears, Holdings*, *Costco Wholesales* y *Target*. Entre 1980-2001 cada una de las 5 cadenas más grandes aumento en por lo menos 270 % de la cantidad de países en los cuales está presente.⁹⁰ También se encuentran *Rinascita* en Italia, *Migros* Suiza, *Eroski-Caprado*, *Mercadona* y el *Corte Inglés* en España.

La aparición de los supermercados, hipermercados, cadenas de descuento u autoservicios (lo que se ha venido en llamar distribución moderna) han contribuido a la mercantilización del qué, el cómo y el dónde compramos; supeditando la alimentación, la agricultura y el consumo a la lógica del capital y del mercado. El modelo de distribución y venta del supermercado se ha ido generalizando, especialmente a lo largo de los años 80 y 90, llegando a ejercer al día de hoy un monopolio de la distribución alimentaria. Nunca el mercado de la distribución de alimentos había estado en tan pocas manos, entre las principales características con las que opera podemos señalar las siguientes: 1) Condiciones ventajosas de operar de los supermercados. 2) Alimentos viajeros y la deslocalización de los alimentos. 3) Impactos en la localidad. 4) Las condiciones laborales de la distribución moderna.

⁹⁰ De Sebastián Luis *Op Cit 201*

1. Condiciones ventajosas de operar de los supermercados

La aceptación y funcionamiento del modelo de distribución moderna de los alimentos, implica el sometimiento de la agricultura a los procesos industriales que requiere de grandes cantidades de alimentos de manera constante, muchos de los cuales no son vendidos y son echados literalmente a la basura, pues una de las características que poseen este tipo de empresas es la de basarse en el desperdicio, antes que tener cualquier tipo de beneficio social, ya sea sus trabajadores o a innumerables sitios en los que podría llegar dicho alimento antes de tirarse.

La gran mayoría de los campesinos que se dedican a la agricultura domestica no tienen prácticamente ninguna posibilidad de situar sus productos en estos enormes hipermercados, o si acaso pudieran tenerlas se enfrentarían a muchos obstáculos, como entre otros, recurrir a los intermediarios quienes le pagarían muy poco al campesino por su producto, para ellos vender posteriormente éste al doble, destinando una ganancia superior a lo pagado al productor primario. Esta situación de monopolio ha llevado al agricultor a que cada vez cobre menos por su producto y el consumidor pague más, ganando el supermercado, por lo cual no resulta fácil atender los requisitos de abastecimiento que imponen las tiendas de autoservicio, de ser aceptados los mismos campesinos se encargan de ubicar los productos en el stand en donde van a ser expuestos y la paga llega hasta después de tres meses, así que difícilmente el pequeño agricultor va a poder situar su producción ahí. La distribución moderna determina un modelo de agricultura y de campesinado donde las producciones familiares no tienen cabida. Otra de las formas de ventajosas de operar del sistema de distribución moderno es el “empleo” de niños y ancianos en condiciones sumamente volátiles sin proporcionar alguna garantía u beneficio social, cuya subcontratación se da con la única finalidad de abatir costos en favor de las grandes cadenas.

El poder de los “grandes compradores,” es tan fuerte que incluso muchas marcas no tienen ningún inconveniente de desprenderse de su nombre, para ser denominadas como “*marca propia*” de los supermercados con tal de ser exhibida en sus estanterías, con mucha regularidad la marca que se encuentra al lado es la original. Las cadenas de supermercados como *Walmart* compran a tan exorbitantes cantidades que eso les confiere el poder de

negociar o imponer el precio y más si muchos de los proveedores en cuanto a tamaño son más chicos, dejando así en desventaja total a los pequeños productores imposibilitándolos a participar en dicho modelo, así como también resulta imposible competir con los precios bajos que promueve, debido al poder que adquiere al comprar en grandes cantidades.

2. Alimentos viajeros, la deslocalización de los alimentos

Otra de las características principales que identifica las generalidades de los supermercados es que al no ser viable el modelo de agricultura domestica se requiere el empleo de la agricultura intensiva e industrial la cual está en manos de unos cuantos países que tienen la capacidad de producir ciertos tipos de alimentos como la Unión Europea, Canadá o Estados Unidos, quienes producen a gran escala granos y semillas como el sorgo y el maíz, empero existen otros países como el nuestro cuya primordial producción se basa en el cultivo de frutas y así sucesivamente los diversos países del mundo van adquiriendo una especialidad en sus cultivos, es decir se está aplicando a nivel internacional una agricultura basada en el *monocultivo* que requiere de una constante importación y exportación de los alimentos adquiriendo éstos una característica viajera, consumimos alimentos de todo el mundo en un vaivén de continente en continente, incluso algunos productos que mantenían un cierto arraigo regional hoy pueden ser traídos de china como la flor de Jamaica o el chile de árbol sin percatarnos de su procedencia, empero de ser un producto más económico que el producido nacionalmente.

“La mercantilización de la agricultura conduce a una “deslocalización alimentaria” sin precedentes con alimentos que recorren miles de kilómetros antes de llegar a nuestras mesas y que conlleva graves consecuencias medioambientales. Se calcula que en la actualidad, la mayor parte de los alimentos viajan entre 2.500 y 4.000 kilómetros antes de ser consumidos, un 25% más que en 1980. Nuestra alimentación

se basa en el consumo de alimentos cada vez más lejanos con la consiguiente pérdida de información sobre el origen y el modo de producción de los mismos”.⁹¹

El sistema agrícola industrial es poco amigable con el medio ambiente, pues fomenta y requiere el uso frecuente del transporte a distancia, trasladando de esta forma los alimentos que consumimos por extensos recorridos de miles de kilómetros [*food miles*] incrementando de este modo 650 veces más las emisiones de dióxido de carbono generado en la atmosfera, debido al empleo del transporte ya sea terrestre o aéreo, lo cual corrobora la inviabilidad de éste modelo viajero de alimentos especializado en la agricultura del monocultivo, lo que hace necesario la movilidad de los productos para poder contar con una vasta variedad de ellos, resultando más caro conseguir dichos alimentos que si se hubieran producido localmente, pues necesitan recorrer un largo camino incluso en ocasiones de continente a continente para llegar a su nuevo destino. Otra forma de contribución a pequeña escala pero de gran magnitud al incremento de la contaminación es el uso del automóvil particular para arribar al supermercado para la compra de alimentos, así como el uso de las bolsas de plástico (*packaging*) empleadas por estas cadenas de autoservicio. Recientemente en México se ha comenzado a promover el uso de bolsas recicladas pero éste aún no es suficiente ni masivo, pues se carece de una conciencia social ecológica. La industria alimentaria moderna tiene una participación muy importante en el deterioro ecológico del medio ambiente, el 70% de la basura domestica está relacionada precisamente con el embasamiento de los alimentos como bolsas de plástico y contenedores.⁹²

⁹¹ Rivas Esther (2007) La distribución moderna: la inversión de los supermercados. Viento Sur [internet] (n.d) Numero 94 Disponible en: <http://www.vientosur.info/articulosabiertos/VIENTOSUR-numero94-03-EstherVivas-Distribucion.pdf/>. [Acceso 17-10-2009]

⁹² *Ibidem* (es la misma fuente de la pagina web anterior, no sé si es correcto usar ibídem, para una web)

3. Impactos en la localidad

La enorme proliferación y expansionismo de los supermercados, por medio del empleo de ventajosas estrategias y los múltiples productos que ofrece en todas las líneas y la preferencia de la gente por el uso de éstos, ocasionan que los pequeños comercios aledaños, cierren, al no tener ya demanda, un trabajo realizado por *Friends of the Earth* afirmaba que un 50% de las ganancias de estos pequeños establecimientos retornaban a la comunidad, normalmente a través de la compra de productos locales, salarios de los trabajadores y dinero gastado en otros negocios, mientras que los supermercados retornaban tan sólo un escuálido 5%,⁹³ de esta manera dentro de las localidades el mismo dinero circula generando empleos, con el arribo de los supermercados se incrementa la tendencia hacia el cierre de los pequeños establecimientos, generando empobrecimiento y desempleo, al no poder igualar los precios de las ofertas promovidas por este tipo de supermercados. Impactando de manera negativa en las localidades donde se insertan.

4. Consecuencias laborales de la distribución moderna

Una de las principales características de la globalización es el rompimiento de la obligación del patrón hacia un trabajador, máxime siendo empresa privada. La globalización y el modelo neoliberal indujo a una relación laboral basada en el sistema de flexibilización de trabajo basado en condiciones precarias de éste, desapareciendo todo tipo de garantía social con la finalidad de incrementar las ganancias de las grandes empresas transnacionales, en este caso de las referidas a la distribución moderna, que se rigen bajo este tipo de lineamientos, así que los trabajadores de estos centros se encuentran supeditados a las mismas condiciones que engendraron a estos conglomerados.

Las personas empleadas en los centros de distribución moderna mantienen condiciones laborales precarias donde predominan las jornadas flexibles de trabajo y los salarios bajos, en dichos establecimientos generalmente no se cuenta con un horario

⁹³ Friends of the Earth (2005) Good neighbours? Community impacts of supermarkets. Disponible en: http://www.foe.co.uk/resource/briefings/good_neighbours_community.pdf. [Acceso 30-03-2010]

establecido o se les contrata únicamente por determinadas temporadas. Por otra parte la mayoría de los empleados son sometidos a trabajos intensos que les acarrearán importantes males a su salud.

En muchas ocasiones a estas empresas se les ha señalado por emplear a niños o a personas indocumentadas con la única finalidad de disminuir los costos para incrementar las ganancias, mantienen una política laboral basada en la explotación donde los trabajadores son sometidos a situaciones de tensión constante e incluso a jornadas de más de doce horas.

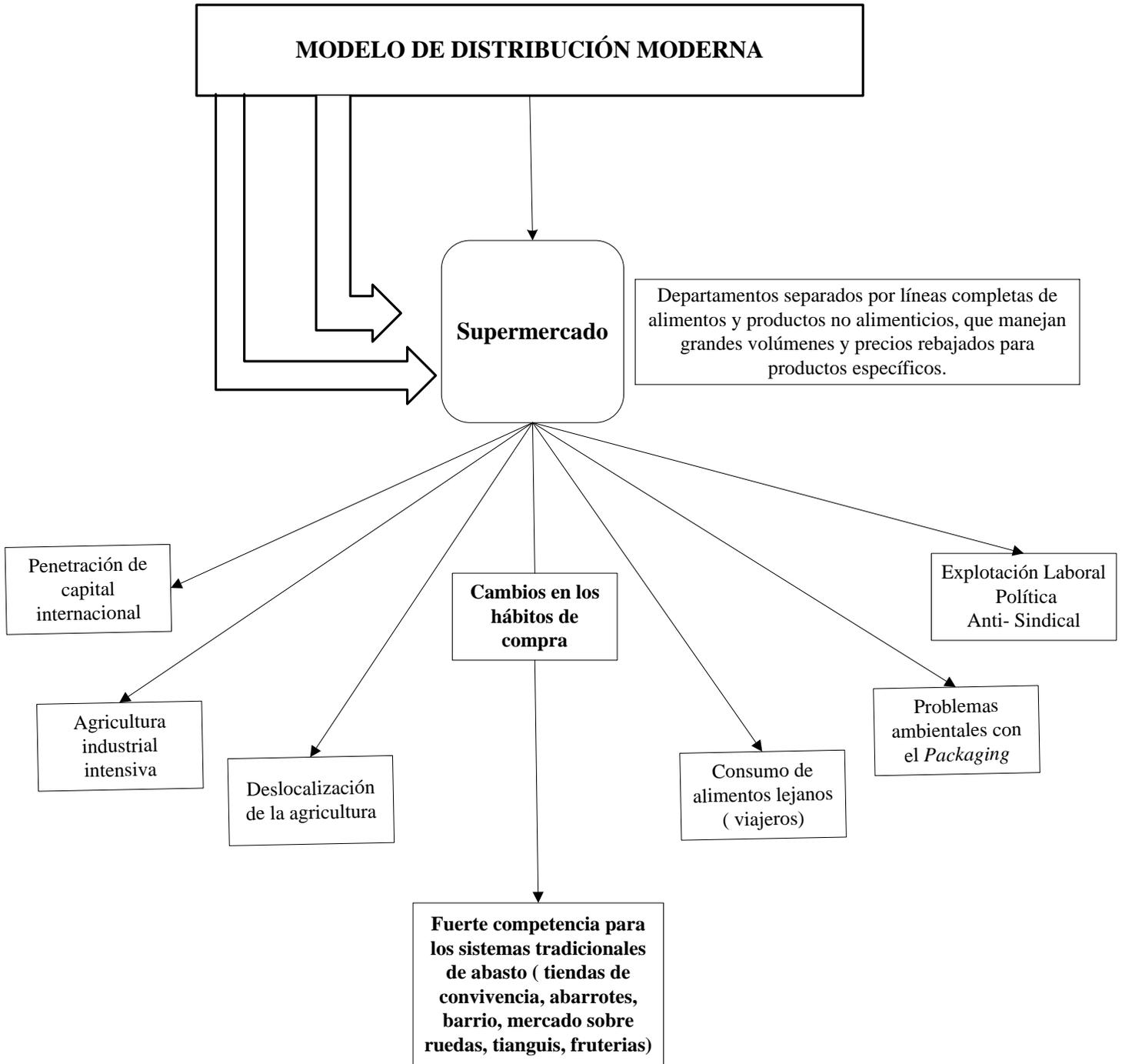


Figura 2.7 El sistema de distribución moderna de los alimentos trastoca todos los eslabones de la cadena alimentaria, pero sobre todo cambio la forma de ofrecer los alimentos a los consumidores bajo el esquema de los grandes centros de autoservicio, basado en precios promocionales.

5. Los Supermercados en México

El arribo de los supermercados a México ha crecido de una manera impresionante como parte del proceso de expansión de la globalización de los sistemas alimentarios, este modelo introdujo la apertura de enormes conglomerados comerciales transnacionales, bajo el concepto de compra de los supermercados. Si bien, en el país ya existían los supermercados desde los años setenta del siglo pasado, con el arribo de las GET se proliferaron y poco a poco éstas se apoderaron de la distribución y consumo de los supermercados nacionales mediante las llamadas adquisiciones. Los supermercados tienen su primer antecedente en la década de los sesenta pero su mayor auge se da en los años noventa. Se puede advertir que en un periodo relativamente corto con aproximadamente treinta años, estos se han posicionado de una manera avasalladora e incluso han adquirido importantes conceptos de tiendas departamentales de capital nacional, específicamente en México las condiciones son muy favorables para que éstas empresas se puedan instalar, ya que el sistema legislativo les es muy permisible, incluso llega a ser omitido o transformado para dicho fin. Este país parece ser el paraíso de las transnacionales.

El primer supermercado abre en 1958 bajo la denominación de *Aurrerá*, seguido en 1962 por *Comercial Mexicana* (originalmente tienda de telas) ese mismo año se inaugura *Gigante*, 1968 inicia operaciones Soriana, 1970 se introduce el concepto de Bodega *Aurrerá*, 1977 abre la cadena comercial *Oxxo* (*Femsa*).

Los principales clientes de estos autoservicios se encuentran conformados por sectores de medios y de altos ingresos, en cambio los sectores de estratos más bajos emplean principalmente el mercado o las tiendas especializadas para abastecerse de alimentos, situación que hoy en día puede verse modificada ante las estrategias agresivas de precios bajos ó los días de plaza, ya que el supermercado al tener un gran poder de compra, tiene la posibilidad de ofertar diversos productos, incurriendo a la competencia desleal.

Dentro de sus principales estrategias para expandirse a todo los niveles podemos destacar las siguientes:

1. “Reorientación regional a través de la compra-venta de tiendas (En 1999 Carrefour vendió 3 hipermercados, situados en el norte de México a Soriana, para concentrarse en el centro del país).
2. Creación de alianzas estratégicas (Cinco cadenas de supermercados regionales crearon en 1995 la Integradora de Autoservicios con el objetivo de crear economías de escala en sus compras).
3. Especialización hacia estratos específicos de consumidores:
 - a) Bodegas que ofrecen productos básicos a poblaciones de bajo ingreso ó a mercados pequeños y medianos.
 - b) Tiendas especiales (calidad) en zonas residenciales (Superama, Sumesa).
 - c) Clubs selectos que operan a través de membrecías.
4. Abaratamiento de costos mediante la introducción de marcas propias e importaciones
5. Introducción de esquemas del comercio tradicional (Días de plaza, por ejemplo)
6. Ampliación de negocios a través de la incorporación de restaurantes: (Vips de Aurrerá, California de Comercial Mexicana, Toks de Gigante, etc.);
7. Diversificación hacia otros giros (ropa: Suburbia de Walmex; Office Depot de Gigante; etc.).
8. Incorporación de otros servicios dentro del supermercado o en sus alrededores (cajeros automáticos, laboratorios fotográficos, tienda óptica, peluquería, lavandería, etc.)”.⁹⁴

Los supermercados mediante estas estrategias han acrecentado considerablemente el número de personas que prefiere este tipo de compra, pero no se contempla el daño más profundo que se genera al aceptar dichos modelos transnacionales, sin embargo, la distribución de los alimentos en México no sólo se concentra en ellos, existen algunas otras

⁹⁴ Schwentesius Rinderman, Gómez Cruz Manuel A. Supermercados en México Evolución y tendencias [n.d] Disponible en: <http://www.rimisp.cl/getdoc.php?docid=834>. [Acceso 15-11-2009]

formas que representan incluso tradiciones culturales muy arraigadas, como los mercados públicos, los mercados sobre ruedas (tianguis), las tiendas de convivencia (abarrotes), y las tiendas especializadas (fruterías) y por último los supermercados que representan un modelo muy recurrido y en crecimiento, en la manera de realizar las compras, aunado al prestigio que se les llega a asociar a estos.

“El proceso de *supermercadización* está influenciado por el capital transnacional, sobre todo estadounidense y francés, que a través de joint-ventures e implementaciones directas ha aumentado su presencia en México durante la segunda mitad de los años 90. El proceso de *supermercadización* en México sigue la filosofía “*Only those companies who are involved in the globalisation of the worldwide economy and include a high degree of internationalisation in their business will be able to exist with the future competition.*”⁹⁵

Sólo los grandes compradores pueden ofrecer grandes rebajas, las enormes y agresivas estrategias que los supermercados han implementado han desplazado a las pequeñas tiendas vecinales, ya que estas tiendas de autoservicio concentran el 52 por ciento de las ventas de los alimentos y productos perecederos del país, aunque en la capital esa proporción puede incrementarse hasta un 70 por ciento,⁹⁶ pues en los grandes centros urbanos se concentra más población de altos ingresos, sin embargo, la presencia de los supermercados ha crecido tanto que es equiparable a la industria refresquera, los podemos encontrar en cualquier lado, aún en sitios arqueológicos. Según la Procuraduría Federal del Consumidor, los viejos mercados y las tiendas de barrio podrían desaparecer en 10 años, según la Evaluación Internacional del Conocimiento, la Ciencia y la Tecnología en el Desarrollo Agrícola (IAASTD, por sus siglas en inglés), las cadenas de supermercados concentran entre 50 y 60 por ciento de todas las ventas de alimentos en la región de

⁹⁵ M+M EORODATA, The wave of internationalization in the food retail sector goes on. 20.11.1997, <http://www.mmeurodata.de/english/presse/prT20-97.htm>. En Schwentesius Rinderman, Gomez Cruz M. *Loc. Cit.*

⁹⁶ Cevallos Diego. Supermercados sin lugar para pequeños agricultores. (2008) Tierraamerica [internet] sábado 26 de abril. Disponible en: <http://www.tierraamerica.info/nota.php?lang=esp&idnews=2849>. [Acceso 04-11-2009]

América Latina y el Caribe, es "un aumento extraordinario, teniendo en cuenta que hace apenas 10 años controlaban de 10 a 20 por ciento," apunta el estudio, realizado por unos 400 científicos de todo el mundo.⁹⁷ Sin duda lo que ha incrementado las disparidades existentes entre los extremos de la cadena alimentaria.

En el país el supermercado que más presencia tiene es *Walmart*, la cual es una compañía de origen netamente estadounidense, considerada la más grande minorista del mundo por el número de sus ventas. La empresa se constituyó como Wal-Mart Stores, Inc. el 31 de octubre de 1969. Es realmente joven, en 1970, abrió sus oficinas centrales y su primer centro de distribución en Bentonville, Arkansas. Fuera de Estados Unidos, opera en 13 países, México, Chile, Argentina, Reino Unido, Canadá, Costa Rica, Brasil, Puerto Rico, Honduras, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Japón y China. Y sus ventas en el 2007 fueron de 351.100 millones de dólares.⁹⁸ Posiblemente muchos de estos datos hoy en día se hayan incrementado.

En México, ésta transnacional comenzó por asociarse a las empresas ya establecidas en el país y poco a poco (en diez años) se fue apoderando de ellas, basta señalar que después de Estados Unidos en México es donde más *Walmart* existen en el mundo. Este supermercado se estableció en el país en el año de 1991 como parte de una asociación con el grupo *Cifra* que manejaba las tiendas de *Aurrerá*, introduciendo por primera vez la sucursal de *Sam's Club*, en 1993 inicia operaciones como grupo *Walmart Supercenter*, que poco a poco fue absorbiendo a todos los almacenes de *Aurreá*, para 1994 se integra a este grupo las tiendas departamentales *Suburbia*, la cadena de restaurantes *Vips* y más tarde la cadena de *minisuper Superama*, tan sólo seis años después en el 2000, *Walmart* desaparece la denominación de *Cifra* y todos los anteriores *supers* en sus diferentes modalidades quedaron bajo el dominio de su ahora nueva razón social. A continuación presentó sus diferentes formatos:

⁹⁷ *Ibidem* ver si es válido citar así para una fuente web

⁹⁸ Wikipedia (2009) Wal-Mart [internet] Disponible en: <http://es.wiki/Wal-Mart>. [Acceso04-11-2009]

- 1) *Walmart Supercenter*: hipermercados que ofrecen el más amplio surtido de mercancía; desde abarrotes y perecederos hasta ropa y productos en general, manejan un precio surtido.
- 2) *Bodega Aurrerá*: Tiendas de descuento austeras que ofrecen mercancía básica, alimentos y artículos para el hogar, propuesta de valor: precio.
- 3) *Superama*: Supermercados ubicados en zonas residenciales.
- 4) *Sam's Club*: Clubes de precios al mayoreo con membresía enfocados a negocios y a consumidores que compran por volumen.
- 5) *Suburbia*: Tienda de ropa dirigidas a familias de ingreso medio.
- 6) Restaurantes (*Vips, El Portón, Ragazzi, El Malecón y la Finca*).
- 7) Tiendas *Vips*.
- 8) Banco *Walmart*: unidades bancarias que ofrecen productos financieros y hasta siete transacciones bancarias en el mismo súper.

Walmart al llegar a México absorbió la mayoría de los supermercados existentes, hasta el 28 de febrero del 2010, contaba en toda la republica mexicana con 1,478 unidades entre, supermercados, tiendas de ropa y restaurantes, tan sólo en el Distrito Federal cuenta con los siguientes establecimientos:

Establecimientos de *Walmart* en el Distrito Federal *

<i>Superama</i>	44
<i>Bodega Aurrerá</i>	270
<i>Suburbia</i>	40
<i>Sams Club</i>	20
<i>Walmart Supercenter</i>	43
<i>Vips</i>	179

Cuadro 2.8 *Walmart* representa sin duda la tienda transnacional que más presencia tiene en el país, ya que sigue de manera constante y muy dinámica inaugurando más establecimientos.

* Información disponible en: <http://www.walmartmexico.com.mx/walmart.html>.

En 2005 *Walmart* de México fue el mayor empleador privado del país y según datos de su página *web* emplea a más de 166 mil asociados (trabajadores) como le llaman.⁹⁹ Esta compañía ha sido criticada fuertemente por las diversas estrategias sucias que lleva a cabo para colocarse en el lugar número uno de las empresas transnacionales en el ámbito de los supermercados, se dice que *Walmart* se está convirtiendo en una marca de fábrica global como *McDonald's* o como *Coca-Cola*, entre las prácticas a las que incurre de manera ventajosa para lograrlo se encuentran las siguientes: 1) una agresiva política de los precios bajos, 2) precarias condiciones de trabajo, 3) quiebra de pequeños y medianos comerciantes y productores locales, 4) evasión fiscal, 5) imposición de precios, 6) pago a proveedores hasta 90 días después, 7) cobranza de productos rotos. Aunado a esto también se beneficia de los tratados internacionales que le permiten importar grandes cantidades de mercancías sobretodo chinas al país sin pagar arancel¹⁰⁰

Por si fuera poco *Walmart* tiene es su contra desde 1995 más de 70 procesos legales por actividades anti-sindicales, así como también se le acusa de contratar a mexicanos indocumentados en las tiendas de Estados Unidos bajo unas condiciones casi de esclavos en turnos nocturnos por la mitad del salario, además de violar el uso de suelo en México.

“Las violaciones de Wal-Mart rebasan el ámbito laboral. En México intentó violar el uso del suelo en el Club de Golf “La Hacienda”, donde es residencial; violó el uso de suelo en Teotihuacán, que es agrícola; violó el uso de suelo en el Fraccionamiento Vistahermosa en Cuernavaca, Morelos, donde es residencial; violó el uso de suelo en Tepeapulco, en el Estado de Hidalgo donde es agrícola; violó el uso de suelo en Tecamachalco, Puebla donde es agrícola; intenta violar el uso de suelo en Amecameca, Estado de México donde es industrial; intentó violar el uso de suelo en Mérida, Yucatán, donde es residencial; violó en Acapulco, Guerrero, y en Ixtapaluca,

⁹⁹ Información obtenida de la página web, disponible en: <http://www.walmartmexico.com.mx/walmart.html>. [Acceso 11-11-2009]

¹⁰⁰ Castro Gustavo, Ryan Zinn. Wal-Mart en Chiapas: La transnacional de la pobreza (2005). Nuestra América [internet] 27 de mayo. Disponible en: <http://www.nuestraamerica.info/leer/hlvs/4255>. [Acceso 10-11-2009]

Estado de México, las leyes Ecológicas por la tala excesiva de árboles centenarios. Además es acusado de deteriorar y destruir los centros históricos como Teotihuacán, Amecameca, Pátzcuaro y Puebla. Este concepto de centro comercial americanizado pretende arrasar con toda cultura que se ponga enfrente¹⁰¹.

Sin duda, *Walmart* representa a la cadena de supermercados más grande y menos honrosa que hay, en noviembre de 2005, es lanzado en DVD el documental "*Wal-Mart: El Alto Costo de los Precios Bajos* (*Wal-Mart: The High Cost of Low Price*, por su título en inglés), dirigida por el documentalista Robert Greenwald, en el filme se realiza toda una recopilación de los sucios manejos que caracterizan a esta empresa, mostrando testimonios de todo tipo, desde ex trabajadores que denuncian discriminación y violación de sus derechos humanos, el subempleo de inmigrantes, hasta pequeños locatarios que tuvieron que cerrar su negocio por su arribo.

Sin embargo, *Walmart* no fue la única empresa transnacional que se instaló en el país, también lo intentó Carrefour, una cadena de hipermercados de procedencia francesa, que en el año 2009 contaba con 15.500 almacenes en 35 países, en México llegó en 1995, tan sólo en diez años después se retiró del país, contaba con tan sólo 29 almacenes, se hacen pocos comparados con los de la estadounidense *Walmart*, dichos establecimientos fueron vendidos básicamente al grupo *Chedarui*, una cadena de supermercados de propietarios mexicanos, de descendencia libanesa, la cual actualmente cuenta con 109 tiendas *Chedraui*, 16 tiendas *El Súper*, 33 tiendas *Súper Che*.¹⁰²

Aunado a estas tiendas cuya procedencia es extranjera, existen dos de propiedad nacional muy importantes, *Soriana* es una empresa 100% mexicana. Fundada en 1968, opera varios formatos de tiendas de autoservicio, *Soriana* y *Soriana Plus*, las tiendas *Soriana Mercado*, clubes de membresía *City Club* y tiendas de conveniencia *Súper City*, cuenta con 462 tiendas y da empleo a 83,000 personas.¹⁰³ *Comercial Mexicana* nace 1962,

¹⁰¹ *Ibidem* checar es de internet si se usa así.

¹⁰² Información obtenida de la página web, siguiente: <http://www.chedarui.com.mx/chui/>. [Acceso 01-04-2010]

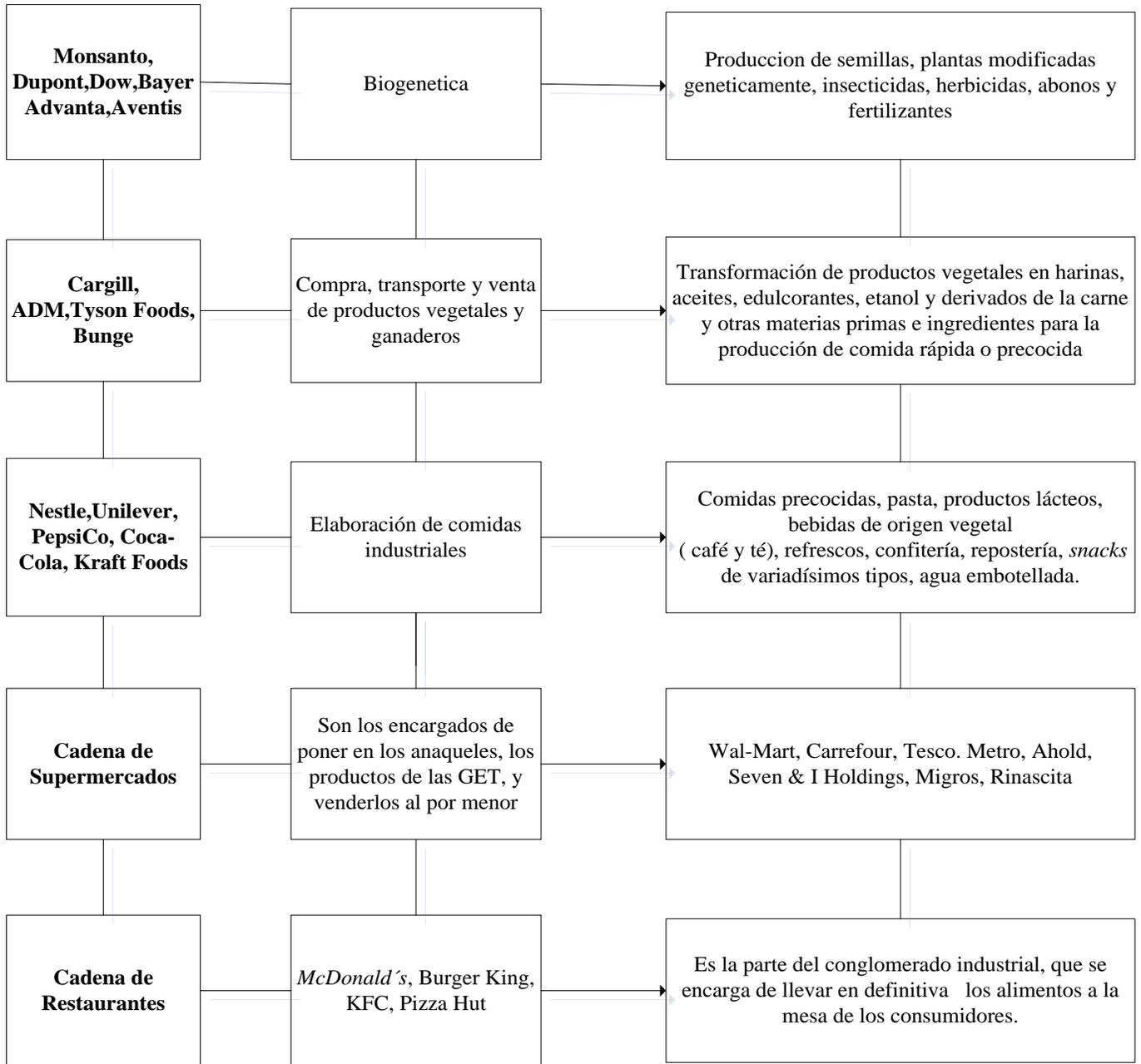
¹⁰³ Información obtenida de la siguiente página web: <http://www1.soriana.com/default.asp?p=4>.

[Acceso 01-04-210]

según su página de internet cuenta con 170 tiendas en sus diferentes formatos de autoservicio los cuales incluyen: *Sumesa* que surge en 1981 junto con los Restaurantes California, 1989 surge la *Bodega Comercial Mexicana*, 1991 por medio de una joint venture se asocia a *Cotsco Wholesale Corporation*, 2003 surge la *Mega Comercial Mexicana* y en 2006 crea un nuevo concepto Gourmet orientado a sectores de estratos económicos altos, *City Market*.¹⁰⁴ Las cuales se han visto mermadas considerablemente por la presencia de la que es sin duda la más importante cadena de distribución en el rubro de los supermercados, *Walmart*, prueba de ello son las constantes promociones que han tenido que realizar como los días de plaza por parte de *Soriana*, o como el monedero naranja de *Comercial Mexicana*, ante la agresiva política de los siempre precios bajos de *Walmart*.

¹⁰⁴ Información obtenida de la siguiente pagina web: <http://www.comercialmexicana.com/main.aspx?>
[Acceso 01-04-2010]

Relación de procesos de las principales cadenas de producción del sector Agro-industrial



Cuadro 2.9 La relación del proceso productivo del sistema alimentario se encuentra concentrada en sectores muy reducidos que expresan su dominio, en todos los eslabones del sistema alimentario.

C. La industria de la comida rápida

La industria de la comida rápida representa la última parte del eslabón del sistema alimentario promovido por las GET, estas pocas empresas ejercen sus actividades desde los campos donde crece la materia prima de los alimentos hasta la boca de los comensales, en este eslabón se desenvuelven otro tipo de empresas que al igual que las anteriores, algunas sobretodo las más representativas son muy conocidas en cualquier parte del mundo, estos restaurantes operan bajo franquicias principalmente y emplean muchos de los alimentos procesados que la gran industria crea, como las grasas *trans*, los conservadores, edulcorantes y las más famosas bebidas carbonatadas, como también las carnes de los animales que utiliza como materia prima. La industria denominada “*fast food*” representa cadenas de comidas estandarizadas donde se sirve comida rápida, cuyos menús son muy populares y básicamente los mismos, este mismo concepto es preservado en sus inmuebles, así que en cualquier sitio o ciudad prevalece cierta familiaridad con el lugar o se presentan mínimas modificaciones.

“La comida rápida se puede definir como comida preparada y servida rápidamente en un restaurante o tienda que se especializa en preparar y vender a bajo precio comida para ser consumida al instante, sentado o de pie. La industria de la comida rápida es una industria multimillonaria, la cual a comienzos del siglo XXI, continúa creciendo a un ritmo muy fuerte en la mayoría de los países desarrollados, emergentes o en vías de desarrollo, en la medida en que no se cocina o no se come en el hogar. Hay quien a esta comida la califica de “comida basura,” por la dudosa calidad de sus ingredientes, la manera en cómo está preparada y su presentación que hace gala de su bajo precio.”¹⁰⁵

La comida rápida se ha vuelto una opción poco saludable del estilo de vida moderno, pues actualmente la ingesta de alimentos en casa y en familia cada vez más se limitan a ocasiones especiales, lo que ha impulsado a comer de manera inadecuada y en poco tiempo en la calle, hecho que las principales cadenas de restaurantes de esta industria han sabido

¹⁰⁵ De Sebastián Luis *Op Cit* p. 184

capitalizar muy bien, ofreciendo comidas preparadas y listas para injerirse en cualquier momento, circunstancia y lugar.

Los restaurantes que constituyen la industria de comida rápida son muy globales y reconocidos, pero no en todos los países tienen el mismo efecto de consumo generalizado, sin embargo, si prevalece una tendencia unificadora global. Es decir el consumo promovido por este tipo de empresas denominadas *fast food*, *yunk food* o *comida chatarra* como se llama en el país, se va a encontrar supeditado a los ingresos económicos que disponga cada nación, el acceso a ésta no es igual de viable en todos lados, hace gala de serlo pero no como para poder injerirla todos los días, como pasa en Estados Unidos a la cual han criticado fuertemente por incidir de manera directa en el sobrepeso de los ciudadanos estadounidenses, por su alto contenido en grasas y azúcares, así como la poca información nutricional, aunado a los grandes tamaños de sus porciones y a su consumo masivo y popular, porque sus precios son realmente baratos para su moneda, en cambio en países como el nuestro la industria que conforman las empresas de la comida rápida promueven comida relativamente barata para los sectores de ingresos medios, principalmente asentados en centros urbanos, los cuales en muchas situaciones se limitan a consumirlos en ocasiones especiales como festejos, tal es el caso de *McDonald's* en donde se lleva a los niños el día del cumpleaños. Sin embargo, estos grandes conglomerados tienen presencia y reconocimiento en el país aunque su acceso no encaje totalmente con el concepto que dio vida a este estilo de alimentación, pues no es realmente tan masificado su consumo aunque si popular.

El sistema alimentario global, se encuentra integrado a un <<complejo industrial-alimentario>> el cual esta interrelacionado en diferentes círculos que representan la movilidad que sigue el sistema de producción de los alimentos, desde la realización de las semillas biogénicas, la transformación de insumos primarios ya agrícolas, seguido de la elaboración de productos industrializados, para arribar a la cadena de supermercados, donde se ofrecen de manera directa al consumidor dichos alimentos. Posteriormente a este proceso se sitúa el círculo de la cadena de restaurantes bajo la forma de la famosa comida *fast food*, esta parte del conglomerado industrial se encarga de llevar los alimentos a la mesa de los consumidores.

Como se puede ver el dominio que ejerce cada una de las empresas en sus diferentes ramas de especialización está vinculada e interrelacionada con las demás, lo que les permite en su conjunto ser un conglomerado de empresas que poseen el monopolio del sistema alimentario mundial.

1. Principales cadenas de comida rápida

Sin duda, *McDonald's* es la empresa más representativa de este género, según su página *web* da 52 millones de servicios diarios, en más de 30,000 establecimientos por todo el mundo, con cerca de medio millón de empleados, opera en 118 países. Con la globalización ha llegado la *McDonalización*, la cual intenta crear una cultura uniforme de la hamburguesa. En 2007 facturó 22.787 millones de dólares, lo que la hace ser la empresa más grande en este sector.¹⁰⁶ En México existe desde 1985 y fue el país número 77 al que arribo, actualmente cuenta con más de 500 puntos de venta entre restaurantes, centros de postres, y *McCafé* en 57 ciudades de los 31 Estados de la República, la empresa emplea cerca de 12 mil personas, cuenta con 385 restaurantes en el país, 20 franquiciatarios en la capital.

Como parte de las estrategias de estas empresas se encuentra el incluir menús locales para conseguir cierto grado de afincamiento local, prueba de ellos es que en 1997 se introdujeron los desayunos con sabor mexicano en el menú de *McDonald's* como el *McBurrito* a la mexicana y los *McMolletes*.

Los principales proveedores de *McDonald's* en México son un reflejo más de cómo se articulan las empresas, pues éstas mismas se van abasteciendo en sus diferentes círculos de especialización, como se puede observar en la siguiente lista:

- El pan lo surte *Bimbo*.
- Hortalizas y vegetales: *Mr. Lucky*
- Carne es 100% *American Beef*, empresa mexicana establecida en Chihuahua.

¹⁰⁶ Información obtenida de su página web, disponible en:
<http://www.mcdonald's.com/corp/about>. [Acceso 23-01-2010]

-Pollo: *Tyson Foods*.

-Leche: *LALA*.

- Bebidas: *Coca-Cola*

-Huevos: *Bachoco*.

-Café: *Blasón* empresa mexicana de Oaxaca

A *McDonadls* se le ha criticado considerablemente por muchos motivos, entre ellos porque sus productos alimenticios no son saludables, por contener muchas grasas y azúcares, así como promover las porciones jumbo, o estar asociados al maltrato de los animales que caracteriza la producción masiva e industrial de los alimentos, incluso entre los mismos norteamericanos se ha despertado este sentido de crítica, en el año 2004 se exhibe un documental llamado *Super Size Me* (en español Súper engórdame) producido, dirigido y protagonizado por un cineasta estadounidense independiente llamado Morgan Spurlock, el cual se somete a una dieta por treinta días a base únicamente de la alimentación promovida y disponible en *McDonald's*, bajo la supervisión de un equipo de médicos especialistas cuya intención es medir las condiciones de salud que su cuerpo presentan antes y después de someterse al experimento. *McDonald's* no salió bien librado pues se demostró que sus alimentos no son tan saludables y completos nutricionalmente como solían decir, pues al finalizar los treinta días Spurlock paso de ser delgado a tener sobrepeso y contrajo diversos daños a la salud como cambios de humor, disfunción eréctil y principalmente se le generó un daño en el hígado, el motor del documental fue demandar de manera similar como se hizo en contra de las campañas de tabaco y la responsabilidad que las empresas ejercen en patrones de consumo no saludables. Sin duda otra de las críticas que se le hace a *McDonald's* pero que también comparte junto con otros gigantes transnacionales es la de representar un símbolo de la cultura occidental y de la globalización.

Existen otras cadenas de restaurantes, no tan grandes como la anterior, pero no por ello menos importantes y conocidas, que se encuentran conformadas por:

-La subsidiaria de *PepsiCo* llamada Yum! Brands Inc. que está a cargo de los restaurantes de *Pizza Hut*, *KFC* y *Taco Bell*, además se encarga de otras marcas menos conocidas en

México como *Wingstreet*, (tres variedades de alas) *Long John Silver's*, (mariscos) *A&W Restaurant* (sólo en Canadá) de hamburguesas, es la compañía más grande del mundo en términos de restaurantes sistematizados, con más de 36.000 restaurantes en 110 países.¹⁰⁷

-*Taco Bell*: con sede en Irvine California vende comida norteamericana inspirada a la mexicana o cocina *Tex-Mex*, principalmente tacos, burritos, quesadillas y nachos, de acuerdo a la página web de *Taco Bell*, actualmente existen alrededor de 6.500 franquicias funcionando en los 48 estados principales de Estados Unidos, unas 280 franquicias en Hawái y Alaska y otros países como Canadá, Aruba, República Dominicana, Santo Domingo, Chile, Costa Rica, entre muchos otros.¹⁰⁸

-*Burger King*: Al final de su año fiscal 2009, *Burger King*, informó de que hay más de 12.000 establecimientos en 73 países, 66% están en los Estados Unidos y el 90% son propiedad y gestión privada. La empresa tiene más de 37.000 empleados que atienden a aproximadamente 11.4 millones de clientes diariamente.¹⁰⁹

La industria de la comida rápida es fuertemente criticada, por diversos grupos de la sociedad civil, como ecologistas, pero también de autoridades, pues la manera en la que operan para abastecer una industria de dimensiones masivas a nivel internacional, deja mucho que desear en sus procesos de calidad y salubridad, pues los insumos que ésta produce como la carne de pollo y vaca empleada en restaurantes de comida rápida o la distribuida en los supermercados, se halla asociada a diversos padecimientos contra la salud, vinculados al malestar y deterioro de las condiciones en las que las grandes trasnacionales alimentarias “crían” a los animales que le sirven, además de emplear una dieta a base de antibióticos y hormonas, no en pocas ocasiones estos animales han llegado a ser portadores de salmonelosis.¹¹⁰ Sin duda ha resultado todo un peligro ingerir este tipo

¹⁰⁷ Información obtenida de la siguiente página web: <http://www.yum.com/company/oursbrands.asp>.

[Acceso 23-01-2010]

¹⁰⁸ Información obtenida de la siguiente pagina web: <http://es.wikipedia.org/wiki/Taco.Bell>

[Acceso 23-01-2010]

¹⁰⁹ Información disponible en: <http://en.wikipedia.org/wiki/Burerking>. [Acceso 23-01-2010]

¹¹⁰ Vandana Shiva. Cosecha robada. *El secuestro del suministro mundial de alimentos*. Ed. Paidós. 2003 p. 91

de alimentos industriales, además de que los productores de esta gran industria emplean tratos crueles hacia los animales.

Capítulo III

Modernidad Alimentaria

Dime qué comes y te diré quién eres
Brillat-Savarin

A. El papel de la cultura alimentaria

El cambio tan intenso que ha experimentado la sociedad en el transcurso de los últimos años ha generado grandes transformaciones en la estructura de ésta, no sólo afectando el sistema político y económico como resultado de los intensos ajustes estructurales, también de manera considerable su impacto ha llegado a todos los ámbitos de la sociedad, repercutiendo fuertemente en las formas de interacción de los individuos.

Por otro lado, el proceso de globalización de las sociedades actuales tiene alcances mucho más prologados y extensos que sólo los económicos, la movilidad social se expande a todos los niveles representando también un medio de intercambio cultural, que se manifiesta en diversos espacios, un ejemplo de ello es la alimentación en la cual se han presentado modificaciones en los patrones, hábitos y costumbres que permean el gusto, consumo y selección de los alimentos.

El sistema alimentario se encuentra conformado de una gran diversidad de procesos y fenómenos, los cuales pueden ser tratados desde muy diferentes enfoques y visiones multidisciplinarias, consecuentemente el acto de comer no sólo se encuentra ligado a los sistemas económicos de su producción y los procesos biológicos y fisiológicos que intervienen en la nutrición. En torno a ésta última, existen las concepciones culturales que permean una práctica muy compleja que engloban los elementos que conforman el sistema alimentario, integrado por una gran diversidad de fenómenos como los biológicos, históricos, culturales, sociales, tecnológicos, económicos y políticos.

En torno al uso, empleo y simbología que envuelve el complejo fenómeno de la alimentación podemos mencionar una gran diversidad de los usos que se emplean en torno a ella, según un estudio realizado en 1979 por los autores (Bass, Wakefield y Kolasa), se pueden distinguir los siguientes:

- “Satisfacer el hambre y nutrir el cuerpo
- Iniciar y mantener relaciones personales y de negocios
- Demostrar la naturaleza y extensión de las relaciones sociales
- Proporcionar un foco para las actividades comunitarias
- Expresar amor y cariño
- Expresar individualidad
- Proclamar la distintividad de un grupo
- Demostrar la pertenencia a un grupo
- Hacer frente a stress psicológicos o emocionales
- Significar estatus social
- Recompensas y castigos
- Reforzar la autoestima y ganar reconocimiento
- Ejercer poder político y económico
- Prevenir, diagnosticar y tratar enfermedades físicas
- Prevenir, diagnosticar y tratar enfermedades mentales
- Simbolizar experiencias emocionales
- Manifestar piedad o devoción
- Representar seguridad
- Expresar sentimientos morales
- Significar riqueza”¹¹¹

Los diferentes usos que se emplean en la alimentación, como se puede ver son muy variados y van más allá de la única función de nutrir al cuerpo, la gran mayoría de éstos se encuentra determinado por fuertes condicionamientos socioculturales, que se hallan supeditados a un tipo de sociedad y desarrollo determinado, pues para poder entender cualquier práctica alimentaria debemos ubicarnos en el contexto global en el cual se desarrolla, tal es el caso en la aceptación o rechazo de diversas dietas alimenticias que circundan por todo el mundo, sólo bajo una concepción cultural de éstas las podemos entender, no es que exista una manera y forma de comer, mejor que otra, sólo existen concepciones culturales diferentes en torno al alimento y las pautas culturales que las aceptan o no.

¹¹¹ Contreras Jesús. *Alimentación y Cultura. Necesidades, gustos y costumbres*. Ed. Alfaomega. 2002. P. 15

“Los humanos compartimos con el resto de los seres vivos la necesidad de alimentarnos, esto se encuentra firmemente inscrito en nuestro código instintivo, pero lo que no tenemos predeterminado genéticamente y aquí radica la fundamental diferencia respecto a los demás animales – es como responder a dicha necesidad de alimentarnos: cada cultura resuelve de una forma específica, aunque no arbitraria, el problema de definir que alimentos son humanos y cuáles no, que parte de la naturaleza es considerada en relación a la alimentación y cual no, y que tipo de procesos pueden y deben sufrir unas y otras materias para ser ingeridas. Según todo ello, a cada hombre y cada mujer del planeta nos atraerán o repelaran unos u otros alimentos, por su sabor, textura, olor, presentación o contexto y también por las imágenes y connotaciones que sin poderlo evitar, puedan provocarnos.”¹¹²

La cultura alimentaria representa un aspecto muy importante y medular en el complejo fenómeno de la alimentación humana, la cual no en contadas ocasiones también determina y establece los mismos sistemas de producción económica y política que la reproducen, así como también desempeñan un papel trascendental en la elección y preferencias en la forma de abordar el alimento, mediante las diferentes concepciones que se tenga de éste culturalmente.

Por medio de la expresión de la cultura alimentaria, manifestamos nuestra aceptación o rechazo a ciertos alimentos, así como también asociamos a estos vínculos con nuestro pasado y nuestra historia, según Luisa Molina* por cultura alimentaria podemos entender lo siguiente:

“La cultura alimentaria podría entenderse como el resultado del comportamiento de los grupos sociales. Tales comportamientos se constituyen a través de la acción sincrética de numerosos factores biológicos, sociales, culturales, históricos y económicos. Comemos para satisfacer una necesidad biológica (manifestada a través del hambre) y un apetito (impulso que nos hace desear una cosa, en este caso el alimento); comemos de acuerdo a formas y códigos que cambian con el tiempo, las costumbres, las innovaciones en la transformación de alimentos; tomamos, entre lo ofrecido, aquello que nos place y que podemos adquirir entre los productos disponibles. Hoy elegimos también aquellos alimentos que, por su facilidad de

¹¹² González Turno Isabel. *Comida de rico, comida de pobre*. Ed. Universidad de Sevilla. Secretariado de publicaciones. 1995. Prologo de Moreno Isidoro.

* Colaboradora del Centro de investigaciones Agroalimentarias de la Universidad de los Andes, Venezuela.

preparación o por su grado de elaboración, liberan una parte de lo que fue el tiempo culinario, para la realización de otras actividades. Contamos finalmente con alimentos, de acuerdo a nuestro ingreso y capacidad de compra. [...] la cultura alimentaria no es un atributo estático de las sociedades, por el contrario, se modifica dinámicamente bajo el influjo de las fluctuaciones económicas, la oferta de los sectores productivos, la publicidad, los estilos de vida, las necesidades del medio urbano y rural, el ingreso y la capacidad de compra a nivel individual y del colectivo social; en fin, de acuerdo a las particularidades socioeconómicas, históricas y políticas de un mundo en movimiento. La cultura alimentaria es también el resultado de los gustos y preferencias, del placer, de la herencia social proveniente de los hábitos”.¹¹³

Los seres humanos constituyen una unidad compleja donde intervienen varios factores que les condicionan y forman dependiendo del medio en el cual se hayan desarrollado, en el caso de la alimentación y las diversas implicaciones que se encuentran en ésta, el hombre posee a su alcance diversas opciones que le facilitan elegir en un mundo lleno de posibilidades, que le han permitido con el paso del tiempo y el desarrollo de las civilizaciones y culturas, optar un modo determinado de alimentación que lo represente e identifique, como miembro de una sociedad.

“El ser humano es un ser especial hasta en la forma de alimentarse ya que es omnívoro-autótrofo. Es un ser omnívoro dependiente de muchos alimentos y regímenes distintos, ajustando sus disponibilidades alimenticias a los cambios en su entorno mediato e inmediato y a las creaciones de su ingenio para modificarlo... En el proceso de incorporación del alimento (éste) traspasa la frontera existente entre el mundo y nuestro cuerpo, pasando del exterior a lo interior de nosotros mismos, no sólo como acto material -comiendo- sino también como pensamiento, idea, símbolo.”¹¹⁴

¹¹³ Molina Luisa Elena. (1995) Revisión de algunas tendencias del pensamiento agroalimentario. *Agroalimentaria* No. 1. Septiembre 1995. Pág. 16 de 27. Disponible en: http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17697/1/articulo1_4.pdf. [Acceso 12-02-2010]

¹¹⁴ Cartay, R. Chuecos A. 1994. *Tecnología culinaria domestica en Venezuela*. pp. 14-15 en Molina Luisa Elena. *Loc.Cit*

El ser humano tiene la capacidad de elección y éste ejerce dicha facultad de una manera muy extensa, al ser omnívoro tiene la libertad de elección como condicionamiento de variedad, en donde las pautas que determinan su acción y preferencia se van a encontrar cargadas de dichos simbolismos, pensamientos e ideas, la cultura alimentaria representa un elemento decisivo en la configuración del modelo alimentario dominante, que va a establecer que las diversas sociedades y grupos, se inclinen hacia ciertas preferencias y selecciones.

1. Elección de los alimentos y preferencias

La selección y preferencias de los alimentos representan una práctica compleja, pues en ella recaen las concepciones culturales mencionadas anteriormente, más los factores de disponibilidad y los recursos de producción con los que disponga una sociedad, aunado a las preferencias netamente sensoriales relacionadas al placer que emanan del cuerpo, las cuales determinan ciertos gustos e inclinaciones por algunos alimentos; tanto los factores culturales como los comportamientos sociales, van ser condicionantes importantes en la decisiones de los individuos como consumidores a la hora de elegir, sin embargo, debemos tomar en cuenta ciertas consideraciones, para su disposición.

La elección y las preferencias en materia de alimentos dependen de numerosos factores, por ejemplo:

- “Los productos agrícolas que conforman estructuralmente el abastecimiento, los cuales dependen de la producción nacional y de la capacidad de participación de los países en el mercado exterior.
- Los tipos de técnicas disponibles para la producción primaria, la transformación agroindustrial, la conservación y preparación de alimentos y la distribución y venta.
- El desarrollo de los métodos culinarios y los tipos de técnicas disponibles y generalizables para la preparación de alimentos.
- La importancia relativa de la elaboración de la comida dentro del hogar o al nivel de restauración comercial de alimentos (consumo de masas fuera del hogar).
- Los "alimentos y platos" característicos que influyen en el perfil de los modelos alimentarios dominantes.

- La valoración de los alimentos por la sociedad en función de características intrínsecas a los grupos (nivel socioeconómico, horarios y tipos de trabajos y de formas de recreación, participación del hombre y la mujer en las actividades laborales, horarios escolares, la religión, los hábitos festivos, etc.) o de características atribuibles a los alimentos (poder nutricional, facilidades de preparación, *status* social del alimento).
- Las características propias de la sociedad (grado de urbanización de los países, niveles de industrialización, niveles de desarrollo, distribución del ingreso).¹¹⁵

El grado de industrialización y desarrollo de un país también se va a encontrar como condicionante de los alimentos disponibles en determinadas regiones, pues no es lo mismo referirnos a una comunidad asilada y lejana, que a una ciudad cosmopolita, donde el flujo de los intercambios es constante; consecuencia atribuida a la apertura económica del sector agroindustrial que ha propiciado la deslocalización del sector agrícola, por lo cual también podemos comprender la selección de los alimentos bajos los siguientes criterios:

“La selección de los alimentos que una determinada sociedad realiza entre los diferentes recursos accesibles y “comestibles” se explica también por razones técnicas y económicas, en otras se considera una razón de “gusto” o “sabor” y muy amenudeo, se explica por las “creencias” relativas a la bondad o maldad fisiológicamente atribuidas a tal o cual alimento. También puede explicarse por el “estatus” de los alimentos en el seno de los sistemas de organización y de funcionamiento de la naturaleza que las sociedades humanas han elaborado a lo largo de la historia [...] en el acto de la alimentación, el hombre biológico y el hombre social o cultural están estrechamente ligados y recíprocamente implicados. En lo esencial, la evolución del comportamiento humano se ha realizado mediante interacciones entre los comportamientos alimentarios y las instituciones culturales [...] las preferencias y aversiones individuales o colectivas, los sistemas de representaciones, sistemas de normas, códigos, etc. Todo ello influye en la elección, la preparación y el consumo de los alimentos y todo ello es el resultado de un proceso social y cultural cuyo significado y razón deben buscarse en la historia de cada sociedad y cultura”¹¹⁶.

¹¹⁵ Molina María Luisa. *Op Cit*. pp. 18-19 de 27

¹¹⁶ Contreras Jesús, *Op Cit* p. 13

Todos y cada uno de ellos conforman elementos que de manera implícita y hasta casi inconsciente tomamos en cuenta a la hora de seleccionar un determinado alimento, primeramente para su compra y posteriormente para su consumo, a éste le damos una utilidad particular dependiendo de la ocasión en la cual lo vayamos a emplear, pues la comida representa un medio universal de sociabilización, se podría decir que ésta posee una connotación especial para cada circunstancia dependiendo la ocasión; compartimos la comida con ciertas personas que se encuentran estrechamente vinculadas, es decir, que compartimos los alimentos con los individuos que nos son cercanos y con quienes mantenemos una relación estrecha mediante el afianzamiento de los lazos de proximidad, pero también refleja sentimientos de hostilidad y rechazo, al no ingerir los alimentos con determinadas personas.

Aunado a estos complejos procesos tanto económicos, pero principalmente sociales y culturales, debemos añadir los condicionantes físicos que influyen en la percepción de los sentidos sensoriales, que hacen que nos atraigan o no ciertos alimentos, dichas características se encuentran conformadas por las propiedades de los mismos, como la textura (suave, dura, blanda, viscosa) color, sabor (dulce, salado, o condimentado) así como las características físicas determinadas por el tamaño.

“El tamaño y la forma son características sensoriales adicionales de los alimentos que influyen en la selección. Estas propiedades aspectuales codifican a menudo la información previa y asociados a la textura, permiten un juicio sobre el carácter “apetitoso” que inscribe otro punto importante sobre la valoración de un alimento y que pone en juego la dimensión placentera de la comida en oposición a un gobierno estricto de la ingesta. Las dimensiones sensoriales de los alimentos pueden explicar diferencias entre las preferencias de poblaciones rurales y urbanas, diferencias de género o por inadecuación a ciertos miembros de la población que surgen de variadas fuentes informativas, donde operan los discursos míticos o los discursos científicos”¹¹⁷.

¹¹⁷ Viola T. María. (2008). Estudios sobre modelos de consumo: una visión desde las teorías y metodologías. Revista Chilena de Nutrición. Vol. 35. No. 2. Junio. página 5 de 9

Recursos que la industria alimentaria ha sabido explotar muy bien, pues ha destinado grandes inversiones económicas en la creación de nuevos alimentos, los cuales muchas veces prácticamente representan esta innovación en sus características físicas únicamente, pero que aunados a una gran campaña publicitaria logran colocarse en los gustos y preferencias de los consumidores, consiguiendo su objetivo satisfactoriamente logrando incidir en los modelos de selección de los alimentos.

2. La comida como elemento de identidad cultural

La comida proporciona importantes aspectos de identidad sociocultural, pues no hay sociedades idénticas, se pueden emplear tal vez los mismos ingredientes o una dieta alimenticia a base de determinados cereales, pero las connotaciones culturales que identifican a cada sociedad en ciertos aspectos son únicas, por ejemplo, el empleo del arroz en México no mantiene un vínculo especial en nuestra cultura, a diferencia de lo que sucede en la India o en China, sin embargo, el maíz sí forma parte de nuestra herencia y tradición cultural, hecho que se traslada de las concepciones ideológicas mentales a la mesa, que se refleja en las múltiples y diversas variedades en las que se cocina y se puede comer éste.

Los alimentos que caracterizan a una determinada sociedad expresan en sus platillos y la forma de servir éstos, junto a sus sabores y colores, las historias de los pueblos, civilizaciones y naciones, pues existen menús que fueron creados a través de los procesos de colonización y mestizaje, ante el choque de dos culturas que fusionan sus comidas para crear otra que expresa una metamorfosis en la estructura social; también debemos a nuestra herencia cultural a la aceptación o negación de distintas prácticas alimentarias, como las comidas vinculadas a los animales o las llamadas comidas *tabú*. Todo ello expresa los modos mediante los cuales los individuos de diferentes sociedades proyectan sus identidades, ante las diferencias de sus cocinas y las concepciones acerca del rechazo y la aceptación de distintas comidas, todo en su conjunto representa los marcadores distintivos fundamentales de cada cultura, que le dan identidad.

3. El origen del gusto alimentario y sus implicaciones

Es precisamente en el seno más íntimo de la cultura donde se desarrolla el gusto más primario y más auténtico de la alimentación, el cual va a demarcar los hábitos alimentarios para toda la vida, pues en el transcurso de ésta, podemos ampliar nuestras perspectivas y gamas, pero jamás podremos abandonar nuestros hábitos alimentarios más profundos, los cuales tienen su origen en la infancia, pues estos se encuentran fuertemente arraigados en nuestras selecciones, preferencias y sobre todo gustos primarios, por encima de las modas y novedades culinarias que a lo largo de la vida se van acumulando en nuestro acervo cultural, mediante los intercambios y las diversas y múltiples opciones que cada día proliferan más. Al respecto Bordieu lo indica de la siguiente manera:

“...Es sin duda en los hábitos alimenticios donde se encontrara la marca más fuerte e inalterable de los aprendizajes primitivos, los que más tiempo sobreviven al alejamiento o derrumbamiento de un mundo natal y cuya nostalgia se mantiene en forma más duradera: el mundo natal es, ante todo, el mundo maternal, el mundo de los gustos primordiales y los alimentos originarios.”¹¹⁸

Una vez establecidos los factores sociales y culturales, que intervienen en la formación del gusto y los hábitos alimenticios, se debe de dar primordial importancia en la convergencia de estos, a los vínculos que se establecen desde la infancia, con la madre, cuyo acercamiento a través de ella hacia los alimentos, van a representar la concepción fundamental con la cual se va a interpretar la realidad, mediante los determinados tipos de alimentos, o una reidentificación, como ocurre las más de las veces con el mundo propio asociado desde la madre, el hogar, el grupo social, el pueblo y la región.¹¹⁹

La preferencia de ciertos gustos, se va a encontrar determinada a una sociedad en particular, en donde los estatus de los alimentos no son iguales ni son los mismos; así que una vez identificado de donde emanan los arraigos más profundos del gusto, éstos se van a

¹¹⁸ Bordieu P. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Ed. Taurus. Madrid. 1988. P. 77

¹¹⁹ González Turno Isabel. *Op Cit.* P. 65

hallar diferenciados por la posición socioeconómica que genera la distinción de las clases sociales, al respecto nuevamente Bordieu señala lo siguiente:

“Los gustos son la afirmación práctica de una diferencia inevitable, su afirmación y afianzamiento se producen por medio del rechazo de los otros gustos [...] El gusto une a los que lo comparten y distancia a los que no lo hacen, estableciendo entre los polos de esta serie de oposiciones aquella fundamental que separa al “gusto de lujo” del gusto de necesidad”¹²⁰

Dentro del marco de las cuestiones de la alimentación, de acuerdo a las diferencias sociales que permean el sentido del gusto, encontramos a las necesidades absolutas que son las que se encargan de satisfacer de manera biológica el acto de comer, mediante la disposición de recursos limitados y únicamente básicos, contra las que se encuentran representadas por las necesidades relativas, basadas en las insatisfacciones, lo que las obliga a la búsqueda de un gusto más placentero y sofisticado, basado en el lujo que se encuentra reservado a una minoría.¹²¹ Sin embargo, ambas dimensiones y condicionamientos económicos se desarrollan y se encuentran conformados dentro de procesos históricos y sociedades culturales particulares y desde ambos ángulos bajo sus respectivas diferencias y particularidades, dichas concepciones son convertidas en símbolos que representan la identidad de las diversas culturas alimentarias.

4. La postura del individuo frente al alimento

Como ya vimos el ser humano se encuentra sumamente influenciado por su entorno, que a su vez es establecido por su cultura, lo cual va a ser reflejado en su postura, preferencias y gustos alimentarios a la hora de elegir un alimento. Acción que está supeditada a la accesibilidad de los recursos económicos que se disponga, frente al alimento el individuo posee una doble característica.

¹²⁰ Bordieu P. *Op Cit.* p. 53

¹²¹ *Ibidem* p. 67

“Frente al alimento, el individuo es portador de una doble característica: por una parte, al realizar la compra de alimentos, el consumidor constituye una unidad económica de decisión (Malassis y Gherzi, 1992); por otra parte, su comportamiento en términos de elección, preferencia y orientación del gasto está influenciado por su capacidad de compra pero, igualmente, por sus hábitos y por su cultura alimentaria”.¹²²

Posturas e influencias del individuo frente al alimento

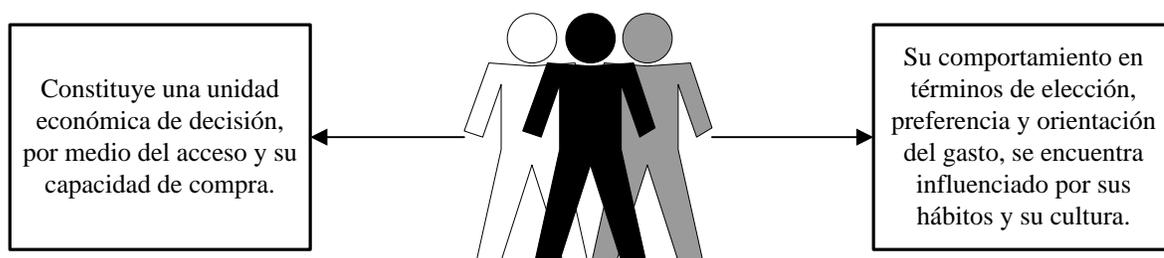


Figura 3.1 A la hora de realizar una compra el individuo social, va a ejercer todas sus características culturales en la selección del alimento de su preferencia, lo cual se va encontrar delimitado a su capacidad económica, representando el alimento una mercancía, cuyo acceso se encuentra determinado por la capacidad de compra, colocando al individuo dentro de las necesidades ya sean relativas ó absolutas, que determinan su gusto y selección.

Al momento de tener que ejercer el individuo la elección y compra de un alimento tiene que condicionar y supeditar dichas preferencias al acceso que su capacidad de compra permite, supeditando éste a una mercancía y su acceso por el dinero.

Los alimentos a pesar de que son necesarios, como condicionantes vitales para la vida, no dejan de poseer la característica de mercancía, lo cual hace que estos sólo sean únicamente accesibles por medio de la vía del ingreso, a pesar de representar el

¹²² Molina María Luisa. *Op Cit.* p. 16 de 27

principal sustento de la vida, su acceso se logra, como cualquier otra mercancía a través del acto de compra. Siendo éste un recurso más que indispensable es menester que su disponibilidad sea continua y permanente en cualquier sociedad, por lo cual los gobiernos deben de legislar a favor ello y no en detrimento de los sistemas agroalimentarios que garantizan su suministro.

Factores incidentes sobre las decisiones del consumidor

DE LA CULTURA AL GESTO ALIMENTARIO: LA FORMA DE COMER	
CULTURA ALIMENTARIA	<ul style="list-style-type: none"> *VALORES individuales y sociales *INGRESOS -Nivel económico -Formas de distribución *STATUS SOCIAL DEL ALIMENTO
HÁBITOS ALIMENTARIOS	<ul style="list-style-type: none"> *TIPO DE SOCIEDAD -Urbana -Rural *ORGANIZACION Y DIVISION DEL TRABAJO *NIVEL DE DESARROLLO Y DE CRECIMIENTO ECONOMICO *SISTEMA AGROALIMENTARIO *MODELO ALIMENTARIO: ALIMENTOS: - Alimentos de base - Alimentos complementarios * PARTICIPACIÓN EN EL PLATO -Alimentos centrales -Alimentos acompañantes
PRÁCTICAS ALIMENTARIAS	<ul style="list-style-type: none"> *FRECUENCIA DE COMIDAS POR DIA/ ALIMENTOS DOMINANTES EN CADA COMIDA *HORARIOS DE COMIDA *RELACION ENTRE HORARIOS Y TIPO DE COMIDA Y OTRAS ACTIVIDADES (laborales, de estudio, recreativas) *ESTRUCTURA Y NUMERO DE TOMAS DE ALIMENTOS
GESTO ALIMENTARIO	<ul style="list-style-type: none"> *ACCION-PRODUCTO *(ESPACIO-TIEMPO) ¿Qué comer? ¿Qué desea comer? ¿Qué puede comer? *¿DONDE COMER? LO QUE DETERMINA LA TOMA DE ALIMENTOS

Cuadro 3.2 El autor (Rouffignat, 1990: 6, ligeramente modificado por Medina). Propone una cadena jerárquica para abstraer el conjunto de interacciones entre la cultura alimentaria y el acto definitivo de comer; comemos (**manera de comer**) por necesidad biológica y por gusto, pero elegimos el plato (**gesto alimentario**) de acuerdo a lo que deseamos y podemos tener en el hogar o adquirir fuera del hogar, de modo que hay una relación acción-producto que actúa en el espacio (dónde comer), en el tiempo (cuándo comer) y en el presupuesto económico (de cuánto disponemos para comer). El gesto alimentario parece no ser arbitrario y normalmente se ajusta a los ritmos de las **prácticas alimentarias** (frecuencia de comidas por día, horario y estructura de la toma de alimentos).

B. Principales características de los alimentos procesados

A lo largo de la historia y en todas las civilizaciones se ha buscado la optimización y perdurabilidad de los alimentos, empero los diferentes procesos históricos por los cuales ha transitado la humanidad han obligado al desarrollo de la tecnología la implementación de los avances científicos en éstos, ya sea para facilitar su acceso, su tiempo de vida u perfeccionar su preparación. Primeramente en esa búsqueda de la durabilidad los alimentos eran expuestos al Sol para ser secados, después fueron tratados con sal, embutidos en tripa, marinados en aceite y vinagre o ser curtidos. Estas técnicas han imperado en todas las sociedades desde las civilizaciones más primitivas, cuya finalidad ha sido la búsqueda de la durabilidad de los alimentos hasta su límite disponible con en el afán de poder aprovechar al máximo tan preciado recurso.

En una segunda etapa llegó la innovación del envasado como medio conservador, inicialmente en frascos de vidrio, cerámica, hierro y estaño entre otros, pero sin duda, un antecedente muy importante que delineó la pauta en los medios de la conservación de los alimentos y que marco una gran revolución en la manera de preservar, distribuir y consumirlos, fue el envasado en lata del cual depende hasta nuestros días aún la industria moderna y que con el tiempo se ha ido perfeccionando.

Este innovador invento tuvo su primer antecedente en el contexto de las guerras napoleónicas en 1795 a finales del siglo XVIII por el francés Nicolás Appert, el cual se dedicó a investigar la manera de poder conservar por más tiempo y en optimas condiciones los alimentos, esto lo logró mediante el sellado hermético con cera de botellas de vidrio, sometidas al calentamiento de agua hirviendo; inquietud que nació por la necesidad de preservar de manera masiva y barata grandes cantidades de comida en tiempos de guerra, porque la escasez de ésta y los pocos espacios disponibles para su preparación generaban enormes inconvenientes que afectaban el rendimiento de las tropas.

El descubrimiento de Appert sentó las bases para que con el tiempo se desarrollaran los envases enlatados, mediante el mismo principio del sellado hermético y la esterilización de los microorganismos que generan la descomposición de los alimentos, este singular invento desencadeno una gran revolución en la manera de conservar la comida, pues el envasado en lata de los alimentos ha proporcionado a lo largo de la historia

grandes beneficios en su aplicación como: el sellado hermético, la conserva de los alimentos en forma higiénica, sin requerir de refrigeración permitiéndole ser consumido en un tiempo razonablemente más largo y estar disponible de manera muy práctica.

A partir de este momento histórico la forma de la conservación de los alimentos no ha parado en la búsqueda e innovación de nuevas técnicas científicas para su preservación hasta el extremo de llegar a ser actualmente completamente antinatural, pues los alimentos generados por dicha industria ya no dependen directamente del ciclo estacional de las cosechas de producción de alimentos, sino que hoy en día las Grandes Empresas Transnacionales, elaboran sus comestibles extrayendo únicamente la materia prima de los alimentos, para posteriormente ser sometida a diversos procedimientos químicos que les desprenden a éstos sus propiedades nutritivas mediante la eliminación de los procesos de oxidación, los cuales forman parte de la misma naturaleza y los ciclos de vida y muerte de ésta, dichas propiedades son las que les confieren las características que les permiten echarse a perder, quedando muy lejanas las formas de operar de las granjas y comarcas para dar inicio e insertar el sistema de producción masivo y a gran escala que promueven las GET, tal sistema alimentario requiere que los productos alimenticios dispongan de una vida prolongada, lo bastante durable para aguantar por largos periodos de tiempo en recorrer grandes distancias y perdurar en la estantería de los supermercados por tiempo indefinido.

La industria alimentaria no sólo ha modificado, si no que ha retado a la naturaleza al romper los ciclos naturales que ésta impone, como lo es el proceso de pudrición de los alimentos. Otro aspecto que ha roto con lo natural es el remplazo de los sabores naturales por otros con sabor a frutas, mediante el empleo de saborizantes artificiales que añaden dicha propiedad, además de contener tales productos la cualidad de poseer una durabilidad extensa de vida útil. Es menester resaltar que la industria alimentaria se ha dedicado a la fabricación de productos alimentarios alternos a partir de los alimentos básicos e indispensables que la misma naturaleza ofrece, aunque con un porcentaje considerable de sustancias químicas, que si bien las hacen duraderas y comestibles en periodos largos, no dejan de someter al organismo humano a una ingesta agresiva de químicos que laceran y ponen en peligro la vida humana misma.

La industria alimentaria reinventa constantemente nuevos productos, ya sea mediante su consistencia, textura, sabor, color, o durabilidad, a través de agentes químicos que les confieren supuestamente nuevas propiedades que les permiten <<añadir valor>> a los nuevos alimentos. Ante esta industrialización de la alimentación, las empresas buscan fehaciente y constantemente el crear una gran diversidad de productos, aunque prácticamente sean los mismos alimentos con una mínima modificación, para ello recurre al empleo intensivo de la publicidad la cual busca enfatizar el mensaje en las nuevas propiedades de dichos alimentos. Sin duda, la imagen del envasado y la presentación desempeñan un papel fundamental, para lograrlo dicha industria se basa prácticamente de manera general en el uso de conservantes que les confieren ese nuevo valor añadido, proporcionándoles a los alimentos dichas cualidades óptimas de conservación para poder comercializar éstos en cualquier lugar. Los ejemplos sobran hoy en día en la sociedad moderna y se pueden encontrar en una gran variedad de papas, galletas, refrescos, dulces, *snacks*, etc., más allá los establecimientos de comida, así como gasolineras, puestos de periódico y farmacias, lo que facilita enormemente su distribución en cualquier parte porque éstos ya no se echan a perder.

Algo fundamental que la industria alimentaria debe de considerar a la hora de añadir valor, es que estos “nuevos” productos sean apetitosos y mantengan un gusto generalizado en grandes sectores de la población, provocando la aceptación de su sabor, como lo señala Eric Oliver:

“El sabor es el criterio principal que nos ayuda a escoger entre unos alimentos y otros. [...] Hay tres tipos de alimentos que desencadenan respuestas de aceptación en nuestro cerebro: los dulces, los saldos, y los grasientos. Una razón de que lo dulce y lo grasiento nos guste es porque las sensaciones que provoca su consumo señalan al cerebro que estos alimentos contienen muchas calorías. Estamos programados por así decir, para que nos guste lo que más nos alimenta. [...] Resumiendo, la lógica de la producción de alimentos en Estados Unidos que lleva a hacer alimentos que dan gusto, son fáciles de comer, son sabrosos y muy durables. Es lo que llamé <<alimentos de gasolinera, >> y el tipo de productos alimentarios que pueden venderse virtualmente en cualquier lugar. Este tipo de alimentos se ha convertido en

el sector más dinámico de la industria alimentaria. **No solo están cambiando lo que comemos, sino que están cambiando el mismo concepto de comida**¹²³

El modelo de alimentación promovido por la industria alimentaria y concentrado en un reducido número de empresas, busca cada vez más expandir sus horizontes esparciendo sus productos por todo el mundo, en la medida en que éstos sean colocados en más sitios, representan más ganancias. Sistemáticamente la alimentación como negocio ha luchado por superar dos grandes obstáculos para conseguir el crecimiento que ha logrado: el primero, es la lucha con la naturaleza por frenar el proceso natural de oxidación y descomposición de los alimentos, el segundo, es la gran innovación y diversificación de otros productos. Sin esas circunstancias y características la industria perdería su incidencia en una alimentación antinatural de los consumidores cautivos y presas de estos productos, tal como lo señala Michael Pollan:

“El crecimiento de la industria alimentaria siempre chocara contra este preocupante hecho biológico. Hagas lo que hagas, cada uno de nosotros sólo puede comer unos 365 kilogramos de alimentos al año. A diferencia de muchos otros productos Cd-camisetas o zapatos, hay un límite natural a la cantidad que una persona humana pueda ingerir sin explotar. Esto significa para la industria de alimentos que su tasa natural de crecimiento es el 1% al año, la tasa de crecimiento de la población norteamericana. El problema es que no van a tolerar una tasa tan anémica de crecimiento”¹²⁴

La cita de este texto se refiere al crecimiento de la población norteamericana, pero no obstante cabe recordar que son precisamente en su gran mayoría empresas estadounidenses quienes han promovido este modelo de alimentación como una industria masiva. Para poder expandir el creciente consumo de esos productos, se ha valido de todo tipo de

¹²³ Oliver Eric. *Fat Politics*. 2005, P 138 en De Sebastián Luis. *Un planeta de gordos y hambrientos. La industria alimentaria al desnudo*. Ed. Ariel 2009. P. 193

¹²⁴ Pollan Michael. *The Omnivore's Dilema*, Nueva York, The Penguin Press, P. 90 en De Sebastián Luis. *Op Cit* pp.205-206

recursos, una vez ya despojados de las limitaciones naturales del proceso de oxidación, han buscado cambiar el orden preestablecido de las comidas, comer a toda hora, en todos los lugares y cambiar los sistemas de vida que giran en torno a las comidas como actividad social. El estilo de vida moderna ha favorecido considerablemente dichos cambios y en ocasiones hasta se come más de lo que se necesita, prueba de ello son los envases jumbo que promueve la industria alimenticia.

Así que podemos distinguir tres elementos primordiales que han sentado las bases de la alimentación procesada, industrial o moderna tal cual como la conocemos hoy en día, el empleo de la fructuosa de maíz, las grasas trans y el uso del cereal como alimento procesado.

Los alimentos procesados se encuentran básicamente constituidos de maíz, del cual se desprende un tipo de jarabe con alto contenido en fructuosa (*high fructose corn sirup*, mejor conocido HFCS), dicha sustancia ha sustituido el empleo del azúcar por ser más barata, lo cual ha contribuido a la crisis del sector azucarero del país; este jarabe ha generado una gran revolución en la manera de añadir valor y durabilidad a los nuevos productos alimenticios, ya que la gran mayoría de los alimentos industrializados y las bebidas carbonatadas la emplean, sería difícil no encontrar un alimento procesado que no contenga maíz o en menor medida soya, pues mediante el uso de estas dos plantas se puede construir casi cualquier alimento. El descubrimiento de la fructuosa como tal, se debe a unos químicos japoneses quienes a partir de la década de 1960 logran por medio del procesamiento del maíz obtener el empalagoso jarabe .que hoy en día es el máspreciado recurso que se extrae de este cultivo para la industria alimentaria. En 1969 la fructuosa de maíz era imposible de comprar, en 2007 está en todas partes¹²⁵ y se encuentra presente en casi todos los productos procesados, pero principalmente se consume en demasía sobre todo en las bebidas de la industria refresquera como *Coca -Cola* o *Pepsico*, a las cuales se les ha adjudicado el incremento de la obesidad en el mundo, principalmente en su

¹²⁵ De Sebastián Luis. *Op Cit.* P. 209

incidencia entre los niños y los jóvenes, pues estas bebidas proporcionan grandes cantidades de azúcar y de fructuosa, pero pocos nutrientes.

Otra manera de agregar valor a los alimentos se encuentra en el agresivo sometimiento de éstos a los llamados procesos de hidrogenación, se les conoce de manera más popular como las grasas trans, donde se sustituyen las grasas vegetales por aceites grasos parcialmente hidrogenados, cuya única finalidad es proporcionar más consistencia y durabilidad a diversos productos que la industria crea, como: margarinas, mayonesas, salsas, pastas, productos de confitería y bollería, lo cual resulta de gran utilidad para alargar la vida de dichos productos en los anaqueles, en detrimento de la salud humana, pues al consumo de éstas se les ha asociado el incremento del colesterol.

“La evidencia científica muestra que el consumo de grasas saturadas grasas <<trans>> y el colesterol en la dieta elevan los niveles de <<colesterol malo>> (LDL), que aumenta el riesgo de una enfermedad del corazón... Aunque las grasas saturadas son el principal culpable de la elevación del (LDL), la grasa <<trans>> también contribuye en una medida significativa.”¹²⁶

La grasa << trans>> no aporta nada positivo al sabor de los alimentos ni a su salubridad, lo único que atribuye es que los alimentos preparados con ella sean económicos y duren más.

Otro de los alimentos que es sumamente empleado y que ha contribuido sustancialmente al cambio de los hábitos alimenticios en muchas partes del mundo, es el cereal procesado para el empleo del desayuno moderno, sus antecedentes son muy antiguos y datan desde 1850, estos surgieron como parte de la satisfacción de las necesidades de los grupos vegetarianos de aquel entonces; así encontramos que la “Granola” tiene su origen en 1860 y representa el primer alimento a base de cereal precocido, elaborado con una mezcla de avena, trigo y maíz, pero no es hasta 1890 donde se inventaron la mayor parte de los tipos básicos de cereales precocidos y sus procesos de manufactura: elaboración de

¹²⁶ FDA, Consumer Magazine, sep-oct, 2003 en www.fda.gov. en De Sebastián Luis *Op Cit* P. 210

copos, tostado, inflado y extrusión¹²⁷ (proceso en el cual se mezclan y se da forma, textura, color y sabor a los cereales). A partir de esta fecha el empleo de los cereales como alternativa nutritiva y rápida en la alimentación ha ido en creciente aumento, hecho que debe su éxito al uso masivo de sus campañas de publicidad y a la facilidad de su preparación y más recientemente a la inmensa variedad que existen de estos, siendo los niños un sector fácilmente cautivable.

Podemos concluir, que los alimentos procesados se encuentran conformados básicamente de cuatro características principales:

- “Son alimentos diseñados para durar más tiempo en los anaqueles, por esta razón son elaborados a partir de azúcares y harinas refinadas, retirando los componentes que pueden provocar la oxidación y descomposición de los alimentos.
- Son diseñados y empacados para ser transportados largas distancias sin alterarse. A diferencia de los alimentos frescos, estos productos resisten el traslado sin riesgo de alteración, maduración temprana o descomposición.
- Son diseñados para satisfacer y engañar al paladar a partir de una elaborada y compleja ingeniería de alimentos, que ha producido e introducido miles de aditivos para engañar al consumidor, ya que se trata en su mayoría de colorantes, saborizantes, espesantes y todo tipo de sustancias que le añaden al producto características artificiales que no posee. A esto se suma el uso masivo de los conservadores.
- Incorporan altísimas concentraciones de azúcares, harinas refinadas, grasas y sal. Esta práctica aprovecha la inclinación que tiene la humanidad de preferir los alimentos con alto contenido de azúcares y grasas, inclinación que tiene un origen histórico y genético en la propensión natural a consumir y almacenar energía para enfrentar eventuales periodos de escasez de alimentos”¹²⁸.

Además la producción masiva de alimentos y la subordinación de la alimentación a la economía ha hecho que ésta se base en el desperdicio, al producir más y más productos,

¹²⁷ Goody Jack. *Cocina, cuisine y clase. Estudio de Sociología comparada*. Editorial. Gedisa S.A. 1995 pp. 212-213

¹²⁸ Calvillo Alejandro. (2009) *El poder del consumidor*, en Foro, México en la crisis alimentaria global. Ed. Fundación Heberto Castillo Martínez. A.C. P. 195

para ser consumidos en casi cualquier circunstancia; la mayoría de los países que han implementado el modelo de supermercado como principal medio de distribución de los alimentos en sus poblaciones lo saben, pues los excedentes de alimentos que no logran ser vendidos son desperdiciados y literalmente echados a la basura, principalmente en lo que es denominado como el mundo rico, aunque no es un fenómeno que les sea exclusivo, hecho que ha despertado el interés social cada vez más por conocer, ¿cómo es que funciona la producción industrial de alimentos?, ¿cuál es su origen?, ¿y cómo se produce lo que comemos?, el resultado de ello es la aparición de información en general y visual cada vez más especializada al respecto.

Prueba de ello es la creación del documental dirigido por Edwin Wagenhofer en el 2005, *We feed the world*, el cual precisamente comienza con una imagen que expone como grandes cantidades de comida, básicamente pan son depositados en un gran contenedor de basura, éste es un film austriaco que muestra precisamente el aumento de la industrialización y de la masificación de la producción de los alimentos y como la calidad de éstos se ha visto considerablemente mermada por dejar ésta supeditada a la producción masiva, el hilo conductor del documental se desarrolla bajo la óptica de una entrevista realizada con Jean Ziegler (ponente especial de las Naciones Unidas para el derecho a la alimentación).

Otra aportación reciente, que busca evidenciar y desenmascarar al nuevo orden mundial que impera en la industria alimentaria lo encontramos en la producción del documental *Food, Inc.* Del director Robert Kenner en el año 2009 con la colaboración del escritor del libro *The Omnivore's Dilemma* de Michael Pollan (también guionista) en el film, un documental muy especializado y con muy buenas referencias acerca del tema, el cual indaga en el modelo de alimentación de los Estados Unidos expandido por el mundo, revelando ¿qué es realmente lo que los consumidores compran para alimentarse?, ¿y qué hay más allá de los productos a bajo precio colocados en las estanterías del supermercado?, ¿cuál es precisamente su costo?; dicho documental señala las prácticas deplorables hacia los animales, así como el empleo de trabajadores inmigrantes básicamente mexicanos los cuales son sometidos a grandes abusos, los problemas asociados a la salud por la ingesta de alimentos contaminados e insalubres y la lucha legal que han emprendido diversos grupos

civiles por tratar de frenar de alguna manera una industria que ha rebasado los límites permitidos y que parece que no hay quien la detenga, hasta llegar a ser considerada como inmoral por no representar un sistema de producción socialmente sostenible ni responsable, para el hombre, ni los animales, ni el ecosistema.

Generalmente nos encontramos fuertemente desasociados del interés de conocer de ¿dónde vienen? y ¿cómo se producen nuestros alimentos?, lo que nos refleja lo lejos y desarraigados que nos encontramos de ellos, la manera en la cual adquirimos nuestra comida y la forma en la que nos la presentan, se encuentra fundamentada en una irrealidad, y detrás de lo bonita, limpia y saludable que se ve en el mostrador, existe todo un sistema de producción alimentario mundial que esconde, prácticas de explotación económica y laboral, así como de monopolios, de enfermedades tanto humanas como de los animales, de mentiras y de un sinnúmero de prácticas ilegales y de corrupción asociados a su desempeño, si bien en éste film se habla específicamente de la industria alimentaria norteamericana, no debemos olvidar que es precisamente ésta la que más se ha visto beneficiada de la lamentable condición en la cual se encuentra el campo en México y de su dependencia alimentaria.

1. Alimentos Funcionales

Como respuesta a dichas demandas la industria alimentaria ha sectorizado parte de su producción, en la elaboración de los denominados <<alimentos funcionales>> los cuales contienen no solamente la facultad de alimentar, además de ello, éstos proporcionan bienestar y salud, por medio de ciertas propiedades que los enriquecen, como los famosos productos enriquecidos con Omega 3, leches vitaminadas, yogurts, productos lights y bebidas fermentadas; verdad o mentira, estos han logrado afianzarse dentro de las preferencias de la sociedad ante la demanda de productos cada vez más sanos, otro forma de llamarlos es precisamente bajo la denominación de <<wellness>> traducido como bienestar; principalmente *Nestlé* y *Danone* son las dos empresas que más promueven y fabrican dichos productos, todas estas categorías se encuentran bajo la línea de los denominados <<alimentos funcionales,>> a los cuales en no pocas ocasiones se les atribuyen beneficios medicinales y hasta milagrosos, dentro de ellos encontramos cinco

clases definidas por el ya citado autor español Luis de Sebastián quien los cataloga de la siguiente manera:

- Bebidas funcionales y té
- Cereales y panes fortificados
- Alimentos a base de Soja
- Snacks* y golosinas funcionales
- Alimentos varios, que incluyen productos como pastas para untar, que reducen el colesterol.
- Lácteos y yogures funcionales.

Sin embargo, estos productos no han desplazado a los normales, sólo han representado una oferta más dentro de la gran gama disponible en la diversificación de los alimentos, en muchas ocasiones el producto prácticamente es el mismo que el normal, sólo que el funcional se va a diferenciar en gran medida por su precio más alto, en diversas ocasiones en otros países donde los controles de calidad y las leyes son más rigurosas, estos productos han sido retirados del mercado por comprobarse que su exagerada publicidad en sus atributos medicinales son falsos, lo cual no puede ser permitido pues se incurre en un delito al estar engañando a los consumidores.

2. Alimentos Orgánicos

Los alimentos orgánicos son productos naturales que se han cultivado y procesado bajo un extenso control de calidad, sin la utilización de productos químicos como los fertilizantes, insecticidas, herbicidas, colorantes, conservadores o edulcorantes, es decir son productos realmente naturales, en cuyo proceso no está de por medio una producción antinatural inducida, éstos han surgido como una opción sana y responsable del entorno y medio donde se reproduce, como una vía alternativa ante el modelo de alimentación que promueve la industria alimentaria. La producción de los alimentos funcionales busca precisamente el regreso a lo natural, a lo sostenible y a lo sano, dichos productos hoy en día cada vez son más demandados por personas que están dispuestos a adquirirlos a pesar

de que sus costos no sean tan accesibles para la gran mayoría de la población, pues la manera en la que se producen, resulta prácticamente artesanal elevando considerablemente su costo; ésta forma de producir alimentos representa un fenómeno muy dinámico y demandado que las grandes empresas no pueden ignorar.

3. Demandas de la sociedad civil

Las múltiples críticas a las que se ha expuesto la industria alimentaria se encuentran conformadas de enormes demandas en muy diversos ámbitos como: las asociadas a la epidemia de la obesidad y sus consecuencias en el sector salud, el maltrato de los animales y la explotación de los trabajadores inmigrantes, la imposición de modelos externos en economías locales en detrimento del patrimonio cultural y el desarrollo de los pequeños agricultores, así como el daño irreparable que han causado en el ecosistema al ejecutar la tala irracional de grandes reservas ecológicas o el vertido de sus desechos tóxicos en mares y lagunas. Tales acciones en su conjunto han traído como consecuencia la presencia y manifestación de diversas movilizaciones realizadas en su contra mediante el activismo de grupos civiles y ecológicos, como también ha llamado la atención de cineastas y de la gente en general que se ha unido demandado la exigencia de normas de salubridad en los alimentos y políticas transparentes de información en los procesos de producción de ésta, mediante su etiquetado. Estos reclamos han permitido evidenciar todo lo que hay detrás de ésta gran industria a nivel público, lo cual resulta ser muy pernicioso para dichas empresas que tanto esmero han dedicado en ocultar sus verdaderas dimensiones, viéndose obligadas a implementar una serie de medidas para lavar su imagen mediante la promoción del uso del reciclaje, la promoción del ejercicio, o la creación o adhesión de éstas a fundaciones de carácter social, donde realizan buenas obras a favor de la ecología o de ciertos grupos vulnerables.

C. La publicidad de los alimentos

En la sociedad moderna, el papel de la publicidad desempeña una función fundamental para la promoción de cualquier artículo, en el caso específico de la difusión alimentaria, ésta orienta sus principales objetivos en incidir en la compra hacia los productos que las Get alimentarias ofrecen, para lograrlo por lo general apelan a algún sentimiento u emoción. En la publicidad alimentaria un recurso muy utilizado es el ideal de un cuerpo sano y esbelto el cual es asociado a una determinada alimentación que genera un estereotipo de belleza, de esta manera por medio del consumo de ciertos alimentos la publicidad busca satisfacer ciertas necesidades sociales, como la aceptación, la felicidad u otros relacionados a la realización de metas y logros, consiguiendo así hacer un puente que conecte y asocie al producto con algún deseo del consumidor, estrategia también conocida con el término *inside*; enfatizando los beneficios que tal o cual producto “nuevo” les va a traer a sus vidas, de esta manera la publicidad logra persuadir la inclinación del consumidor hacia un nuevo producto o marca, más no crea nuevas necesidades.

La publicidad actual no vende mercancías, sino deseos: cuerpos perfectos por dietas, convivencia familiar vinculada a ciertos restaurantes, prestigio social asociado al consumo de bebidas exclusivas, salud por alimentos...

“La publicidad capitaliza el deseo de las masas de vivir una “buena vida,” una vida de ocio en la que puedan tomar el sol y mantener una saludable vitalidad, una vida en la que consuman comidas de sibarita, es decir, comidas de alto prestigio, [...] El objetivo es mantenerse joven y esbelto y disfrutar siempre del puro “placer” de la comida, el ocio y la vida.[...] hoy en día la publicidad proyecta los variados aspectos de cada cultura industrial tanto interiormente como exteriormente y consigue de esta manera reforzar y también propagar pautas culturales”.¹²⁹

¹²⁹ Shack Dorothy N. (2002). *El gusto del catador: determinantes sociales y culturales de las preferencias alimentarias*. En Contreras Jesús. *Op Cit*. p. 118

Todas las estrategias publicitarias que se realizan principalmente bajo perfiles psicológicos tienen la imperante necesidad de generar ganancias, de poder acaparar a de lugar el mayor número de ventas posibles, valiéndose de los recursos más allegados a los deseos de las personas, en una sociedad capitalista, la publicidad funge de una manera indispensable y es empleada principalmente bajo los siguientes orientaciones:

- “Cuando el mercado está saturado, la publicidad es fundamental para aumentar la compra de algún producto. Una cuarta parte de la publicidad televisiva es sobre alimentación.
- La publicidad orienta las decisiones de los consumidores hacia los alimentos con mayor valor añadido, asociándolos a ciertas necesidades o sentimientos (comodidad, reconocimiento social, conservar la salud, etc).
- En realidad, la publicidad magnifica ciertas necesidades o sentimientos y orienta al consumidor en la manera de solucionarlos. Esta publicidad tiene como consecuencias:
 - el fortalecimiento de las empresas transnacionales por ser las únicas que pueden hacer frente a las grandes inversiones de publicidad.
 - el deterioro de la calidad alimenticia de la población.
- En el caso de los alimentos preparados, el consumidor, además empeora su salud y pierde autonomía al depender de la industria alimentaria para alimentarse.”¹³⁰

A pesar de que los alimentos son indispensables para mantenernos con vida, los productos que fabrica la industria alimentaria no lo son, de ahí radica la gran importancia de la publicidad y la necesidad de las empresas de cambiar e innovar constantemente los productos que fabrica, que en su gran mayoría están constituidos de los mismos ingredientes, en algunas ocasiones la innovación se encuentra en alguna vitamina, dentro de los llamados “alimentos funcionales” o en el cambio de su presentación y envoltura, permeado de una campaña publicitaria, que busca enaltecer los atributos de los nuevos productos.

¹³⁰ Mauleón Ramón José. (2009). El sistema alimentario: funcionamiento y consecuencias, abril. Universidad Autónoma de Barcelona. [internet] en:[http://www.fmr.cat/documentacio/ACTIVITA/global%20MAULEON-%20EL%20sistema%20alimentario%20y%20consecuencias%20\(Barcelona\).pdf](http://www.fmr.cat/documentacio/ACTIVITA/global%20MAULEON-%20EL%20sistema%20alimentario%20y%20consecuencias%20(Barcelona).pdf). [Acceso 15-02-2010]

“La publicidad alimenta el consumo de mercancías y servicios superfluos, innecesarios, el productor para aumentar sus ventas y ganancias produce mercancías en base a una práctica común llamada “diversificación de productos” que consiste en cambiar ciertos elementos, generalmente inocuos, que forman el compuesto principal, básico de la mercancía. Junto a esto la presentación para su venta es comúnmente cambiada también, dándose así la impresión al público consumidor de que está en frente de diversas mercancías, con diversas utilidades y propiedades. Todas estas supuestas características van a estar apoyadas por toda la campaña publicitaria del productor, a través de los diferentes medios masivos de comunicación (radio, cine, televisión, prensa). De esta manera, como el capitalista necesita llevar a cabo su proceso de acumulación que le permita seguir aumentando sus ganancias, con objeto de incrementar su capital, tendrá a producir cada vez más; pero como las necesidades básicas de los consumidores que se cubren rápidamente, con pocas mercancías, entonces el productor, utilizando la publicidad, inventa nuevas necesidades a los consumidores. Produce entonces mercancías que no necesita realmente, pero que le van a ser cada vez más “necesarias socialmente” en la medida en la que la publicidad, con toda una campaña psicológica de ideologización, los convenza de ello [...] En este sentido, los capitalistas a través de la publicidad, son responsables- en gran medida- de los cambios en los patrones de consumo habituales de los individuos. [...] A demás, y debido a toda la propaganda ideologizante del sistema capitalista, el modo de vida de la “democracia” norteamericana se levanta como un ejemplo a seguir por nuestros consumidores. De esta manera no sólo se logra que los individuos consuman cada vez más productos innecesarios, sino que también cambian los hábitos mismos, las tradiciones propias de nuestro pueblo. Esto es realizado mediante un mecanismo conocido como efecto demostración en términos económicos-cuyo efecto precisamente es el de prácticamente “obligar” a las personas a adoptar patrones de consumo ajenos, como resultado de un proceso de imitación.”¹³¹

Sin embargo, la amplia gama de productos alimenticios, se encuentra en manos de unas cuantas empresas, que buscan acaparar el mercado a través del monopolio, así que aunque se vendan miles de productos de la más diversa gama, las ganancias caen en las mismas manos, pues esa gran diversidad que manejan estas empresas, es precisamente la que ha desarrollado su proceso de expansión y crecimiento, por medio de las fusiones y adquisiciones de muchas compañías ante la absorción de sus productos y la diversificación

¹³¹ Olmedo Carranza Bernardo. *Capital trasnacional y consumo. El caso del sistema agroalimentario en México*. IIE, UNAM-México. 1986. pp. 30-32 (Checar bien las paginas)

e innovación de otros, eliminando de esta modo la competencia; en detrimento los alimentos realmente nutritivos no disponen jamás de ese alcance publicitario, las dietas tradicionales han perdido presencia ante la invasión de los productos alimentarios que ofrece la gran industria, cuyas propiedades nutricionales no son las más óptimas, pues como se revisó anteriormente, los alimentos prácticamente son desprovistos de sus cualidades nutritivas, en cambio se hace mucho énfasis en las propiedades de los productos industrializados como, los fortificados con calcio, fibra y vitaminas, que jamás van a compararse e igualarse con los productos frescos que la naturaleza ofrece.

1. El discurso del cuerpo y la publicidad

El ideal de un cuerpo sano, bello, joven y esbelto, se ha vuelto una herramienta importantísima de la publicidad, pues en todos los tiempos el cuerpo ha sido considerado un atributo venerado, dependiendo los ideales y prototipos de cada cultura, vinculado a ello se encuentra la manera de comer, pues a los alimentos se les atribuye ciertas cualidades ya sean positivas para optimizar o generar belleza o contribuir a todo lo contrario. La publicidad que realiza la industria alimentaria, lo sabe muy bien por lo cual emplea en los anuncios estereotipos de éxito, salud y prosperidad fuertemente asociados a la belleza.

“En la organización de la sociedad existen pautas externas al individuo que están relacionadas con la imagen o apariencia de la corporalidad que circulan a través de medios de comunicación. En todos los grupos sociales el cuerpo es objeto de definición y estas se instalan básicamente a partir de las ideas de belleza y salud. Sin ingresar en el terreno de las patologías, puede decirse que todos los discursos sobre la corporalidad se encuentran indisolublemente ligados a los modos de comer y por lo tanto, a las posiciones de los individuos con las responsabilidades y valores asumidos respecto a la comida y el ayuno, por un lado, y a la variedad de actitudes que asumen frente a los alimentos, por el otro”¹³².

La publicidad de los alimentos, dirigida a la obtención de dichos ideales, promueve alimentos variados, bajo muchas denominaciones como los tan famosos productos

¹³² Viola T. María. *Op Cit* pagina 6 de 9

“light,” “diet,” “bajo en grasas,” “cero calorías,” y “sano,” que buscan persuadir a los consumidores básicamente mujeres a su ingesta, pues por medio de ésta podrán alcanzar los estereotipos de belleza relacionados al cuerpo que la moda del mundo moderno impone, bajo una imagen fuertemente idealizada, dejando de lado las propiedades nutricionales de los alimentos, pues lo más importante es poder materializar dicho deseo, haciendo uso precisamente de su facultad de elección entre la gran diversidad de productos existentes.

2. La publicidad alimentaria dirigida a los niños y jóvenes

Sin duda, un sector muy dinámico y prometedor al cual va dirigida la publicidad se encuentra enfocado en las poblaciones infantiles y en los jóvenes, es precisamente en estos, donde las empresas alimentarias buscan afianzarse para perpetuar el gusto de sus productos en las nuevas generaciones, pues los hábitos alimentarios más profundos, se consolidan en preferencias o rechazos en edad temprana, por lo cual la industria publicitaria de la alimentación se ha orientado enormemente en ellos. Sin embargo, últimamente se le ha asociado a ésta daños a la salud, como el incremento alarmante de la obesidad de los niños y jóvenes, pues estos sectores son fácilmente persuasibles en sus deseos apelando a sus emociones y los jóvenes generalmente representan una población desinteresada y poco especializada, hecho que la industria publicitaria de la alimentación utiliza para incidir en sus preferencias y gustos, así como el de su poder de compra, que en el caso de los pequeños es muy fuerte mediante la influencia que éstos pueden ejercer en los padres. Para ello la industria emplea el uso de estampas, cd’s, colores brillantes, “experiencias extremas” y aventuras, recurriendo al recurso de la imaginación y de la idea del juego ó los juguetes de moda.

“La publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores de edad debe analizarse, por la implicación que tiene en la violación de sus derechos humanos, en dos aspectos: el engaño publicitario en que incurre sobre un sector altamente vulnerable protegido por la legislación nacional e internacional y el impacto sobre la salud al ser esta publicidad uno de los factores identificados como causantes del deterioro de los hábitos alimentarios, el mayor problema de salud, por lo anterior, cualquier análisis de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a menores de edad debe considerar estos dos aspectos: engaño y salud. No basta con que la publicidad deje de ser

engañoso si su objetivo es inducir a los menores de edad a consumir de manera regular productos que representan un riesgo para la salud.”¹³³

Por tal razón en el Reino Unido a partir del 1 de enero del 2008, se prohibió la transmisión de la publicidad de la <<*fast food*>> en las horas más vistas por la población menor de 16 años; en Francia se tomó una acción similar, ante el incremento en la obesidad de los jóvenes en ese país, pero enfocada a todo tipo de comida en general.

Medidas similares aún se están debatiendo en el país, a pesar de que el índice de obesidad y enfermedades relacionadas a ella, son abismales, pues en México esta realidad representa un problema considerable en los sectores de salud pública. Los menores están expuestos a múltiples y diversos anuncios de productos alimenticios muy variados, entre ellos se encuentran las golosinas, refrescos y cereales principalmente, para los adultos proliferan los anuncios de los <<alimentos funcionales>> lo que condiciona en definitiva su elección, hecho que repercute directamente en la salud de las personas. Los consumidores actuales están ya habituados al impacto publicitario de las imágenes en los medios, quienes se encargan de difundir información, a través del uso de afirmaciones, imágenes u otras representaciones, que no siempre del todo son verdaderas, transmitiendo generalmente mensajes engañosos, valiéndose de las emociones. Aquí algunos ejemplos.

¹³³ El poder del consumidor. “Impactos de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a la infancia. Una visión multidisciplinaria” (2009) El poder del consumidor [internet] junio, Disponible en: http://www.elpoderdelconsumidor.org/publicidad_trastorna_alimentacin_y_conducta_de_ni.html.

[Acceso 16-02-2010] * Documento entregado a la Secretaria de Salud como apoyo a la evaluación que esta dependencia realiza del Programade Autorregulación en Publicidad de Alimentos y Bebidas Infantiles (PABI)

“McDonald’s me Encanta”*



- *McDonald’s* es uno de los restaurantes más representativos en el rubro de la denominada “comida rápida” en todo el mundo, aquí en México ha empleado varias estrategias para afianzar consumidores, prueba de ello ha sido la inclusión de sus menús al estilo mexicano, con platillos como los *mcburritos* y más recientemente sacó la promoción “los precios chiquitos de *McDonald’s*” la idea es que un consumidor elabore su propio menú a un precio muy accesible para apoyar a la economía familiar en tiempos de crisis, y así también simplificar las actividades de la cocina, (ya que ofrece un menú, aun súper precio, y una opción variada de lunes a viernes).
- Sin duda su estrategia publicitaria más importante y exitosa se encuentra dirigida al sector infantil, ya que es precisamente en esta edad donde se afianzan las, preferencias y rechazos, de los gustos alimentarios, apelando a los sentimientos y emociones de los niños, con la intromisión de la *cajita feliz*, cuya característica principal es la inclusión en el menú de un pequeño juguete de regalo, el tema de la promoción casi siempre se encuentra vinculado a la película de moda, entre los principales personajes que han estado en la *cajita feliz*, se encuentran los personajes: Billy, Mandy y Puro-Hueso, las Chicas Superpoderosas; Bob Esponja, Shrek, Toy Story, Monsters Inc, recientemente Pucca.

* Imagen tomada de internet disponible en: <http://www.buscador.com/cajita-feliz>

Coca – Cola 2009
“Destapa felicidad”



*“Qué le dirías a alguien que ha venido al mundo en un momento como éste”.**

- Esta campaña “Encuentro” reúne a un hombre de 102 años con un bebé recién nacido, al cual le da un mensaje, en donde hace alusión a lo que muchos pensarían “A quien se le ocurre llegar en los tiempos que corren, que hay crisis, que no se puede...” enfatizando que siempre hay tiempos difíciles, que él ha vivido momentos peores que éste, pero que al final sólo te acordaras de las cosas buenas, que eso te hará fuerte... que lo único malo de la vida es que te parecerá demasiado corta, “No te entretengas en tonterías que las hay, vete a buscar lo que te hace feliz, que el tiempo corre muy de prisa. Estas aquí para ser feliz.”
- El éxito de esta bebida se debe en gran parte a las enormes campañas publicitarias que realiza en todos los medios de comunicación, manejando en ellas largas historias; así como a la inserción de diversos grupos sociales en su consumo, tal es el caso de la creciente expansión de la diversificación de sus productos, los slogans publicitarios apelan a sentimientos y emociones, (destapa felicidad, refresca tu salud emocional) siendo recurrente las ocasiones de convivencia familiar y con amistades para disfrutar esta bebida. La marca refuerza un mensaje de optimismo, revalorizando los afectos, y disfrutando de los pequeños placeres y momentos de la vida. Hoy en día Coca-Cola es el producto más ampliamente distribuido y, adquirible en más de 205 países del mundo. Así como también Coca-Cola es la palabra más universal que existe, siendo ésta uno de los símbolos más representativos del estilo de vida occidental.

* Imagen tomada de internet disponible en: <http://colegioalberdi.blogspot.com/>

“Activa tus defensas”

Danone



“Actimel ayuda a mantener las defensas de tus hijos, hecho científicamente probado”*

- Es un yogurt elaborado con una bacteria llamada L.CASEI, según su publicidad, *Actimel* contiene bacterias similares a las ya existentes en los intestinos que provocan efectos beneficiosos en el organismo, como el fortalecer las defensas y el sistema inmunológico. Catalogado dentro de los alimentos funcionales.
- **En el Reino Unido se ha obligado a retirar a Danone la publicidad de su yogurt ACTIMEL porque “sus efectos no están científicamente probados” y rechaza que se afirme en los anuncios televisivos que aumentan las defensas de los niños contra las enfermedades.** Ya que los científicos discrepan y creen que no hay mejorías reseñables. Jeremy Nicholson, jefe de cirugía del Imperial College de Londres, ha señalado a la BBC que *“Estas bacterias han evolucionado con nosotros y de hecho existe un número gigantesco de ellas dentro del cuerpo humano. Para igualar el número de bacterias que hay en el intestino, se necesitaría tomar unos 50.000 botes de Actimel cada día”*. Además los estudios científicos que fueron presentados por Danone en el año 2006, donde se examinaba el efecto de *Actimel*, se aplicaron a un grupo pequeño de niños de la India que estaban hospitalizados y sufrían diarrea aguda, dichos estudios no podían tomarse como referencia, tanto por sus resultados como por los niños del estudio, ya que se habla de la alimentación de niños saludables como los que aparecen en el anuncio y no de niños enfermos, por lo tanto la publicidad de *Actimel* es considerada como engañosa.

* Imagen tomada de internet disponible en: <http://linde5-otroenfoquenoticias.blogspot.com/2009/05/actimel-y-red-bull-dos-peligros-al.html>

PepsiCo
“Doritos enviara un aviso publicitario a los extraterrestres”



“Proyecto denominado “Radio Doritos””*

- La idea es enviar un mensaje, que contenga un anuncio publicitario de *Doritos* para otras vidas fuera del planeta, el proyecto denominado Radio *Doritos* pasará a la historia como el primer anuncio publicitario de *snacks* para extraterrestres. *Doritos* ha llegado a un acuerdo con la Universidad de Leicester (Reino Unido) para lanzar **un anuncio de la marca al espacio**, concretamente a la **estrella Osa Mayor 47** (47 UMa). El anuncio será emitido a través de un radar de Ultra Frecuencia de 500 Megahertzios que se encuentra situado en la Asociación Científica Europea de Radares de Dispersión Inconexa, en el Centro Espacial EISCAT (Noruega), transmitirán 30 segundos de emisión publicitaria. De hecho el lanzamiento tuvo lugar el 12 de junio del 2008 como estaba planeado.
- *Doritos*, es una de las marcas de *snacks* más famosas de *PepsiCo* se ha caracterizado, por romper esquemas e innovar en su publicidad, que principalmente se encuentra dirigida a sectores juveniles de (mente abierta), ya que ésta, va relacionada con la fiesta, el sexo, la música, y las situaciones de riesgo, en sus *spots* publicitarios encontramos frases como, Las cosas chidas Rolalas!! “Dime Vaquero” ¿Dónde está la fiesta?... entre otras, además de que lleva a cabo diversas promociones interactivas, siempre dirigidas a los jóvenes y a sus intereses.

*Imagen tomada de internet disponible en:

<http://www.unicauca.edu.co/aida/articulos/2008/6/12/Comunidad/Divulgacion/Actualidad/les-gustaran-los-Doritos-a-los-extraterrestres.>

Danone
“Activia ataca problemas intestinales con los Acti-Regularis”



*“Regula el tránsito intestinal en tan sólo 14 días”**

- *Activia* de Danone es un alimento probiótico; es decir, es un producto lácteo fermentado que contiene las tradicionales bacterias del yogur, pero además incluye un cultivo específico, el Acti-Regularis (*Bifidobacterium animalis* DN-173 O10), bajo el nombre de ACTIVIA. Es una bacteria que ha demostrado ayudar a regular el tiempo de tránsito intestinal en personas sanas; además *Activia* ofrece nutrientes propios de los productos lácteos como calcio y proteínas, se encuentra científicamente comprobado que resiste el proceso de digestión, llegando vivo al intestino y en una cantidad adecuada para ayudar a regular el tiempo de tránsito intestinal. Este tipo de alimentos buscan vender “salud” y bienestar.
- En sus anuncios siempre utilizan a mujeres jóvenes y guapas, que lucen cuerpos esbeltos que se encuentran asociados al consumo de este producto, ya que se transmite el mensaje de que al ser consumido éste, te ayuda a no estar estreñida y de esta manera que funcione tu sistema digestivo de manera correcta, ayudándote por lo tanto a tener un abdomen plano, como el de las chicas que salen en sus anuncios.

*Imagen tomada de internet disponible en:
http://www.alfa-editores.com/web/index.php?option=com_content&task=view&id=283.

**“El agua ligera”
Bonafont**



*“La salud está en Bonafont”**

- A través de las actividades de esta marca, el agua se convierte en un aliado importante para tener un estilo de vida más saludable, dándole no sólo un valor indispensable en su cualidad de líquido vital, sino que busca incorporar un símbolo de salud y de estatus, promoviendo el hábito de consumo del “agua ligera” para lograrlo se comunica los beneficios que se obtienen de tomar agua, cuyo objetivo básicamente es la obtención de “salud y bienestar”, además que se fomenta la belleza y la esbeltez, ya que de forma natural y sin calorías, esta agua te ayuda a eliminar lo que tu cuerpo no necesita, (de igual manera cualquier agua lo hace), también ofrece una línea baja en calorías para los consumidores que no desean perder sabor, como la línea *levite*.
- *Bonafont* ha tratado de mantener la imagen de una marca sana, que promueve el cuidado del cuerpo y de la salud a través de su producto, pero también con el fomento de diversas campañas que ha patrocinado como “únete al reto *Bonafont*” el cual incitaba a la gente a tomar dos litros de agua diario, como una manera de mejorar el estado físico, para después convertirse en una actividad aspiracional, también ha promovido la carrera *Bonafont*.

* Imagen tomada de internet disponible en:
<http://joseph840417.blogspot.com/2007/11/acerca-del-marketing-parte-1.html>.

3. La publicidad infantil de los alimentos en México

El enorme poder económico que soporta a los grandes productores de los alimentos industrializados incluidos entre ellos los que producen comida chatarra, les confiere la facultad de emplear su poder al máximo para potencializar por todos los medios el patrón alimentario de la cultura dominante, inclusive el pasar por encima de las leyes y las constituciones, que son modificadas para actuar bajo sus intereses; como ha sucedido en el país.

El caso de la publicidad infantil requiere un apartado especial pues al ser dirigida a un sector prácticamente inexperto, su capacidad de convertirse en consumidores se duplica considerablemente, ya que su inocencia y fácil credulidad hacen que sean persuadidos en sus preferencias y elecciones alimenticias, cuyas voluntades se van a ver reflejadas y transmitidas a través de sus padres, ejerciendo presión hacia ellos para poder acceder a sus deseos. La publicidad dirigida al público infantil mantiene una doble estrategia, por una parte los niños pequeños representan un potencial enorme de compra materializado en sus padres, pero al pasar el tiempo la industria alimentaria sabe que estos niños seguirán reproduciendo esos mismos modelos de consumo que a su vez serán transmitidos a las nuevas generaciones, de ahí la gran importancia de la industria que realiza publicidad en estos sectores.

La publicidad dirigida al sector infantil tiene su despunte en la década los noventa, pero al momento en que se acepta y se empieza a realizar, ésta debe de cumplir con ciertas normas que regulen su uso y que establezcan sus límites, por lo cual el Artículo 67 de la Ley General de Radio y Televisión, establece que la programación dirigida a los niños debe de estar exenta de publicidad que incite a la violencia o de alimentos que distorsionen los buenos hábitos. Sin embargo, la gran mayoría de los anuncios televisivos son realizados por las transnacionales alimentarias que son las que difunden y que promueven básicamente hábitos insanos, violentando las disposiciones legislativas, en detrimento de los buenos hábitos alimenticios que no reciben la misma difusión, no solamente en los medios masivos de comunicación, sino que se ha dejado de lado por mucho tiempo inclusive en la misma educación impartida en las escuelas.



*Incidencia de la publicidad en los niños**

Lamentablemente en México la trasmisión de la publicidad no tiene frenos y esto ha tenido a gran escala serias repercusiones, pues la falta de regulación y control de los medios masivos tal como se transmiten en el país han hecho que la infancia mexicana sea una de las más expuestas en el mundo a los anuncios televisivos de comida chatarra. Según un estudio realizado por el Poder del Consumidor en el 2007, donde se analizan los registros y cantidad de anuncios televisivos dirigidos a los niños, comparado con datos de la Organización Consumers International, realizada en trece países, México encabeza la lista en la trasmisión de estos anuncios. El Canal 5 de Televisa transmitió 39 anuncios por cada 60 minutos, de los cuales 17 eran de comida chatarra. Esta relación (39/17) fue muy superior a lo que transmiten para su público infantil Australia (29/12), Estados Unidos (24/11), Reino Unido (17/10), Francia (16/8), Alemania (14/6), Grecia (12/7), Finlandia (12/6), Dinamarca (12/5), Noruega (7/2), así como Holanda, Bélgica, Austria y Suecia.¹³⁴

Por otra parte el gobierno por medio de la Secretaria de Salud, realizó recientemente un monitoreo de la transmisión televisiva de alimentos y cuyos principales resultados se expresan de acuerdo a lo publicado por esta secretaria de la siguiente manera.

* Imagen obtenida en internet, disponible en: http://imagenes.diario.com.mx/2009/02/A_F442372VG_1.jpg.

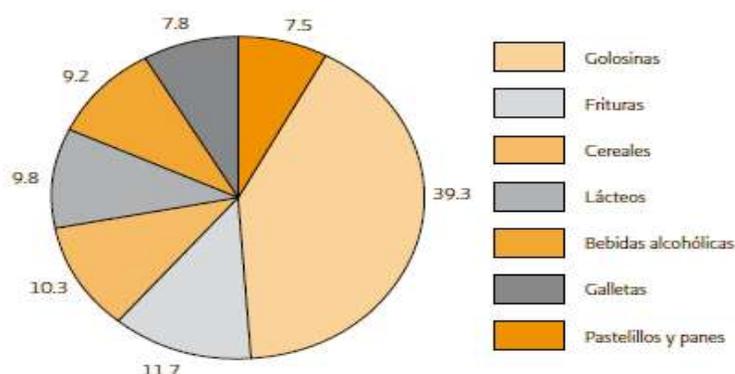
¹³⁴ Anuncios de comida chatarra acribillan a niños. (2007). El poder del consumidor [internet] 24 de junio. Disponible en: http://www.elpoderdelconsumidor.org/anuncios_de_comida_chatarra_acribillan_a_nios.html. [Acceso -02-2010]

Publicidad dirigida a niños en México

La Dirección General de Promoción de la Salud de la Secretaría de Salud, realizó en agosto de 2008 un análisis del contenido de los alimentos y bebidas no alcohólicas dirigidas a los niños, con la finalidad de determinar los productos más publicitados e identificar sus principales características constitutivas, y evaluar a la vez si éstos se encuentran dirigidos a los niños específicamente menores de 12 años, sin importar el horario en que sean transmitidos para poder establecer si éstos promueven estilos de vida saludables. El estudio llevo a cabo un monitoreo de la programación del canal 5 por 25 horas, del día lunes 5 de julio al 1 de agosto del 2008 y los resultados obtenidos son los siguientes: Se identificaron 861 comerciales, 505 de ellos se clasificaron en diversos rubros ajenos a los buscados (58.65%) y 356 pertenecieron a alimentos y bebidas no alcohólicas (41.34%) lo que significa un promedio de 14 comerciales de alimentos y bebidas no alcohólicas por hora de programación.

Si se considera que un niño ve en promedio tres horas y media de televisión por día, estaría expuesto a 49 comerciales de alimentos y bebidas al día; lo que equivale a 343 exposiciones semanales.

De los comerciales de alimentos y bebidas no alcohólicas se encontró la siguiente distribución, por tipo de producto:



Sólo menos de la mitad de los comerciales (48.3%) están dirigidos a niños, un poco más de la mitad de ellos se dirigen a otros públicos: adolescentes (28.3%), público en general (18.5), adultos jóvenes (2.8%) y a niños y papas (1.9%); los mensajes publicitarios de alimentos que se transmiten en la barra infantil en su mayoría están dirigidos a los niños y adolescentes, en total el (76.6%). Respecto a la promoción de hábitos saludables en comerciales, el 96% no promovió ningún hábito, 13.4% lo hizo a través de la leyenda “Lléname de energía con 30 minutos de ejercicio al día” y sólo un comercial (0.5%) promovió hábitos saludables de manera explícita, el (54.7%) emplean un lenguaje ambiguo e impreciso como el empleo de leyendas que inducen al error, por ejemplo: el refresco Manzana Lift “la manzana es sana”, Domino’s Pizza “la pizza te nutre”, Cheetos “El queso te da energía”, Alpura “Crece con leche”, Jugos del Valle “Toma lo nutritivo” además de no fomentar hábitos de buena alimentación e higiene.

Fuente: Secretaría de Salud. Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria: Estrategia contra el sobrepeso y la obesidad (bases técnicas) Enero 2010

Cuadro 3.3 Sin duda, para las empresas transnacionales el sector infantil de la población es muy importante ya que en la nuevas generaciones se encuentra garantizada la continuidad y aceptación de su modelo alimenticio, pues es precisamente en la infancia donde se origina el patrón alimentario que se reproducirá en la vida adulta, hecho por lo cual las transnacionales destinan tantos recursos para producir y publicitar una gran diversidad de alimentos procesados para la población infantil.

D. Tendencia homogeneizadora del patrón alimentario

El patrón alimentario global que promueven las transnacionales desde la producción hasta el consumo de los alimentos se va a caracterizar por la búsqueda esencialmente de la estandarización y homogenización de todos los eslabones de la cadena alimentaria, desde el inicio de la producción en el campo, que implica la reducción de los cultivos tradicionales y el abandono de la producción de subsistencia, hasta llegar contiguamente a los sistemas de distribución de alimentos, lo cual conlleva a graves consecuencias, en la medida en que éstos se tienen que subordinar completamente al capital transnacional del sector que impone precios, condiciones de producción e incluso modos de vida, cuyo modelo busca el ascenso de la productividad y la mayor obtención de ganancias, apoyados en las estrategias de la publicidad, imponiendo a los consumidores un modelo de alimentación cada vez más homogenizada y estandarizada, en donde impera la producción a gran escala en menosprecio de la calidad, ante la producción cada vez más generalizada, “eficiente” e industrial.

“... veamos lo que ha ocurrido [...] con las frutas y legumbres: se han vuelto insípidas y sin gran interés gustativo. En efecto, se han realizado las selecciones sobre una cantidad de criterios favorables al productor, al transportista y al vendedor: rendimiento, solidez del futuro, posibilidad de cosecha precoz o mecanizada, actitud para la maduración artificial, color y aspecto ventajosa, etc. [...] ¿Los buenos tomates son los hinchados? ¿Los mejores guisantes son extrafinos? ¿Los melocotones blancos son los exquisitos? Entonces, se seleccionan los tomates bajo el criterio de la hinchazón, los guisantes bajo el de la finura, los melocotones bajo el de la blancura, sin ocuparse jamás del sabor. Resultado: melocotones blancos pero sin gusto, tomates hinchados pero insípidos, guisantes extrafinos y harinosos. y todo en consonancia: malas judías verdes pero sin hilos, fresas sin perfume a pesar de su crujiente rojo carmín, manzanas rojas pero no maduras (Gruhier, 1989:77) ”¹³⁵

¹³⁵ Contreras Jesús. Paisajes y mercados: globalización y particularismos en los sistemas alimentarios. *Actas del Congreso Internacional, Museo Nacional de Antropología*. España. 1998. La Val de Onsera. Vol. II. p. 701

La fabricación industrial de alimentos, ha traído, por así decirlo tiempos de bonanza en la producción agrícola, superando en mucho los antiguos periodos de escasez de los alimentos, pero la elaboración masiva opera bajo mecanismos de estandarización, donde las variedades de los alimentos se limitan a unas cuantas, imperando la ilusión de la apariencia, las frutas más grandes y mejor formadas, representan los cultivos de mayor calidad, dejando de lado el sabor, olor y procedencia de los mismos, los cultivos producidos naturalmente no poseen formas tan perfectas pero su calidad, calidad, nutrición y sabor son mucho mejores. La producción industrial de los alimentos delimita las variantes de los cultivos a unos cuantos, condenando a la desaparición a numerosas variantes de éstos, así como castiga al consumidor al consumo a unos cuantos productos insipientes y monótonos.

Los alcances gigantescos que ha traído consigo la transformación de la economía y su apertura global, se ha reflejado indiscutiblemente en todas las cocinas del mundo, pues ésta tiene una dimensión <<multinacional>> que ha trastocado a todos los regímenes de sociedades en el mundo por igual, como una más de sus consecuencias aparte de las ya mencionadas, encontramos que el alimento industrial tiende a reducir las diferencias socioculturales entre las naciones, pues los alimentos procesados son exactamente los mismos en todas partes, lo que ha constituido una forma de lenguaje universal, el cual ha logrado imponerse por encima de las diferencias de clase y los límites regionales, reduciendo de alguna manera las brechas existentes tanto económicamente como culturalmente de las naciones, consiguiendo la industria alimentaria estrechar los elementos distintivos en algunos aspectos entre las nacionales, pues las diferencias regionales no desaparecen.



*Diversidad alimentaria**

Otra de las consecuencias evidentes es la afluencia de la diversidad de las comidas del mundo, hoy en día si la capacidad de compra lo permite, tenemos a nuestro alcance la disponibilidad de seleccionar cualquier menú del orbe, comida china, japonesa, tailandesa, hindú, argentina, etc. así como la mexicana, pues las manifestaciones de la globalización trastocan todos los aspectos en una sociedad y no sólo el económico, también el cultural, mediante el intercambio y la difusión de las diferentes cosmovisiones del mundo, en este caso a través de las expresiones de sus cocinas.

1. El patrón alimentario en México

El patrón alimentario en México tiene una de las mayores diversidades culinarias en el mundo, la alimentación de los mexicanos ha recibido muchas influencias, comenzando por el legado cultural indígena, seguido del español que a su vez se encontró influenciado por la cultura árabe, posteriormente y en menor medida recibió influencia europea, principalmente francesa y austro-húngara con el establecimiento del imperio de

* Imagen obtenida de internet, disponible en: <http://sociologiadelalimentacion.es/site/>

Maximiliano,¹³⁶ y de forma más reciente ha recibido la influencia de la comida norteamericana, como la <<*fast food*,>> así que como se puede apreciar los choques y encuentros entre mundos diferentes han generado una variedad alimentaria que se refleja en la forma de comer y los insumos que se utilizan en la cocina.

En el país el patrón alimentario es amplio y heterogéneo, reflejo de sus múltiples regiones y de la variedad de los recursos comestibles con los que cuenta, pero a la vez éste presenta ciertos rasgos de homogeneidad de algunos productos básicos en la estructura del consumo generalizado, a pesar de poseer una gastronomía muy rica, el menú de los mexicanos suele ser monótono y muy repetitivo, pues en él se manifiesta fuertemente la inequidad en la distribución del ingreso, que refleja los enormes contrastes sociales que caracterizan a la sociedad mexicana, empero de poseer culturalmente un enorme abanico de posibilidades, aunado a esta situación se encuentra la creciente oferta de los productos industrializados y el arribo más generalizado de la comida regional de diversas partes del mundo, supeditando su acceso al poder adquisitivo.

La variabilidad, las opciones de elección y calidad según las posibilidades de acceso marcan los umbrales en el tipo de ingesta y los perfiles alimentarios de un país, manifestando grandes oscilaciones entre los más pobres, la alimentación de los mexicanos actualmente está llena de contrastes y se debate entre las condiciones económicas internas del país, donde imperan las asimetrías sociales y el acceso restringido de la mayoría de la población a ésta variabilidad alimentaria tanto local como extranjera, como un resultado más de la globalización. Sin embargo, es innegable que hoy en día la elección de los alimentos también depende de una oferta cada vez más homogénea, entre el medio rural y el urbano, sobre todo de los productos más generalizados promovidos por la industria alimentaria como: refrescos, sopas, arroz, maíz, salsas, etc. Es decir una alimentación basada en las necesidades absolutas, como se menciono anteriormente son las que se

¹³⁶ Alarcón Donato, Bourges Héctor. *La alimentación de los mexicanos*. Ed. Colegio Nacional. 2002 p 8

encargan de satisfacer de manera biológica el acto de comer, mediante la disposición de recursos limitados y únicamente básicos.

La influencia que el patrón alimentario principalmente estadounidense tiene en México se debe en gran medida a su condición de importador neto de alimentos, su cercanía geográfica y la enorme injerencia que este país tiene en el territorio, lo cual también se refleja en la alimentación. Podríamos decir que en México no se ha adoptado plenamente el modelo occidental industrializado del todo, únicamente en lo que confiere a las comidas totalmente preparadas que si son muy demandadas especialmente en los países industrializados, a diferencia de lo que ocurre en el nuestro por ser el ingreso una limitante, así que éste tipo de modelo promovido por la industria alimentaria principalmente ha quedado establecido entre los estratos medios y altos de la población.¹³⁷ Empero la industria alimentaria occidental, posee oferta para todo tipo de consumidores y en todos los países, mediante el carácter universal que le confiere el alimento.

La industria alimentaria atiende no obstante a todos los estratos, pues su vocación es universal, creciendo la oferta para el consumo masivo de bajo costo, con productos como pastas para sopa, galletas, tortillas de maíz y trigo, aceites y grasas, café soluble y golosinas entre otros.

Sin embargo, como ya hemos visto la industria occidental de alimentos, abarca todos los aspectos de la producción de la cadena alimentaria, si bien las comidas preparadas no han logrado insertarse de manera general, ésta si lo ha logrado en una gran gama de productos de consumo muy generalizado que prácticamente representa el principal vendedor de ellos; así como también ha desplazado los medios tradicionales de distribución, hoy en día el consumo de los productos industrializados va en aumento a

¹³⁷ Trapaga Delfín Yolanda. Influencia de la apertura comercial en el patrón alimentario del México actual. En Alarcón D. Bourges Héctor. *Loc. Cit* pp. 139-140

pesar de las grandes asimetrías económicas existentes, para ello, se implementan grandes promociones que facilitan y fomentan su consumo, cada vez más la industria alimentaria ha penetrado en los sectores más importantes de la producción de alimentos en el país, incluso hasta ha llegado a dismantelarla, abarcando los sectores que anteriormente se encontraban dentro de la producción nacional.

2. El modelo de la dieta de Occidente

Ante el incremento en la presencia y en consumo de los productos industrializados, nos encontramos frente a un nuevo tipo de alimentación que se va a caracterizar fuertemente por la ingesta de alimentos cuyo valor nutricional es muy pobre, donde en gran medida se va a fomentar la predilección de los alimentos altamente energéticos, que poseen grandes cantidades de azúcares, grasas y sal, sobre todo aquellos que se fabrican para el público infantil. La introducción de estos alimentos y su gran aceptación han contribuido enormemente a la modificación de los hábitos alimenticios actuales, estos nuevos hábitos son conocidos como “la dieta de occidente” la cual se caracteriza por el empleo intensivo de atributos químicos que son añadidos a los alimentos para alargar su tiempo de vida, cuyo consumo se le atribuye fuertemente la incidencia de la obesidad como una epidemia mundial y una gran cantidad de enfermedades relacionadas a ella como la diabetes, sobrepeso e hipertensión entre otras; también se le adjudica el suceso del abandono de las dietas tradicionales que representan la herencia cultural de la sociedad y que en su totalidad conforman patrones alimenticios más saludables, pues las diversas poblaciones que los han conservado no presentan los síntomas de las poblaciones que han adquirido la dieta de occidente.

En México, la situación es crítica, esa excesiva permisibilidad que se le ha dado a la industria alimentaria transnacional ha afectado considerablemente al país, desde el abando del campo, el fomento a la migración, la intensificación de la pérdida de la soberanía alimentaria y la adquisición de patrones alimenticios dañinos La intromisión de las Get alimentarias han trastocado todos los aspectos que se encuentran vinculados al complejo

fenómeno que encubre el acto de comer, desde el social, económico, político, cultural y también el biológico repercutiendo en la salud.

Capítulo IV

La industria alimentaria como generadora del ambiente obesogénico

A. La obesidad. La enfermedad del siglo XXI

Actualmente el enorme incremento de la obesidad en el mundo, se encuentra relacionado con las implicaciones que conlleva la sociedad de consumo moderna, la creciente oferta y demanda de los productos de la industria alimentaria, cargados de sal, azúcar y harinas, así como cambios en los hábitos del estilo de vida, como el sedentarismo, hacen que el tema de la obesidad hoy en día tenga una gran relevancia en nuestra sociedad, pues anteriormente ésta no representaba un problema global, lo cual hace necesario preguntarnos ¿qué es lo que ha pasado en las últimas décadas, que ha impactado de manera tan directa en la alimentación del mundo?, ¿cuáles han sido los principales efectos que la globalización del sistema alimentario ha generado?, ¿cuál es la relación de las empresas transnacionales alimentarias en dicha transformación? y ¿cómo éstas han incidido en la emergencia de la epidemia de la obesidad mundial? Hoy en día el tema de la obesidad ha tomado creciente importancia y difusión en nuestro entorno social a nivel mundial, pues el exceso de peso y la obesidad constituyen un problema masivo, al cual se le asocian varios padecimientos de salud, hablar hoy en día de obesidad significa referirse a la más importante epidemia de la humanidad de éste siglo. Recientemente en el año de 1997, la Organización Mundial de la Salud (OMS) incluyó a la obesidad como una de las principales enfermedades epidémicas del mundo, debido al incremento de ésta en casi todos los países; la incidencia de la población obesa crece desmesuradamente abarcando a todos los sectores y grupos de edad, lo que acarrea un aumento importante de esta enfermedad y las patologías vinculadas a ella.

La industria alimentaria probó al mundo de una gran cantidad de productos que contienen un valor energético nulo, pero que si proporcionan grandes calorías al organismo, aunado a su enorme promoción para ser consumidos a toda hora, se suma el hecho de que estos productos están fuertemente cargados de azúcar refinada y jarabe de

maíz, esta última representa uno de sus ingredientes principales junto con los conservadores y los edulcorantes que se emplean para prolongar su duración, dar color y consistencia a los alimentos procesados.

El problema de la obesidad hasta hace poco no era considerado como un suceso importante de salud pública, este auge comenzó de manera relevante a partir de los primeros años de 1970 y está fuertemente vinculado a la producción y distribución masiva de alimentos. En este mismo periodo la industria alimentaria arriba de manera general a una gran cantidad de países, desarticulando los sistemas tradicionales de producción de alimentos e imponiendo nuevos patrones de consumo en los mismos a base de productos poco nutritivos que se han ido afianzando como parte de la alimentación nacional, contribuyendo a la degradación de la dieta tradicional.

La sociedad moderna se encuentra caracterizada por la generación de un ambiente en donde cada vez más vivimos y nos desarrollamos en un medio <<obesogénico>> (generador de obesidad) las causas tienen su origen en una gran multiplicidad de factores, como los genéticos, biológicos, (metabólicos, hormonales), económicos, políticos, sociales, culturales, e incluso psicológicos.

Si bien la obesidad se concretiza específicamente en el deterioro de vida e incluso la muerte de los individuos, es decir en las aéreas que se encargan del sector salud, ésta se desarrolla en un entorno social y cultural que la fomenta y es precisamente en los factores sociales que corresponden a las ciencias sociales en los que ahondaremos dentro de sus causas generadoras, un elemento indispensable e indiscutible que se halla asociado al incremento de la obesidad del mundo es el conformado por la ingesta de los alimentos que consumimos, el acto de comer es de hecho un acto instintivo de sobrevivencia, pero las actuales condiciones de la sociedad moderna han puesto a nuestro alcance un tipo de alimentos muy distintos a los que existían en el pasado, hoy muy habitualmente podemos encontrar en las dietas productos cargados de sodio, azúcar refinada, harinas y conservadores, que mezclados con estilos de vida poco saludables, han ocasionado el despunte de la obesidad como una enfermedad epidémica mundial.

Principales factores implicados en la aparición de la obesidad

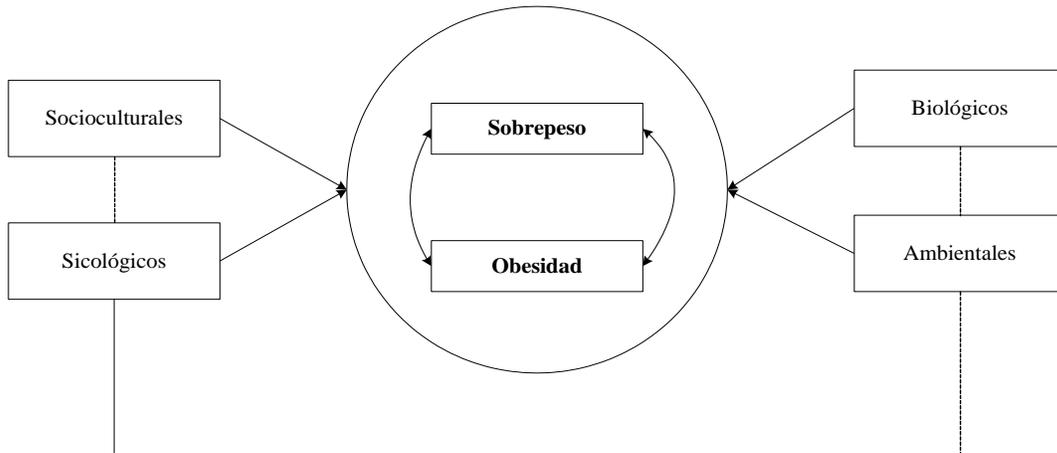


Figura 4.1 Los motivos que pueden generar la obesidad responden a varios orígenes dentro de los biológicos encontramos, los padecimientos genéticos y hormonales, en los ambientales se concentran los cambios en los estilos de vida como el sedentarismo y la reducción de actividad física, también de gran importancia están los factores de carácter económico que facilitan la ingesta de productos insanos por su bajo costo.

Desde finales del siglo pasado, el estilo de vida promovido por la occidentalización de la cultura, se ha caracterizado por el sedentarismo y las dietas hipocalóricas e hiperproteicas, lo cual ha influido considerablemente en la presencia de la obesidad, así como también ha modificado los estilos de vida que adoptan las sociedades, que se reflejan en las actividades que realizan, la vida urbana representa el medio ideal para que se desarrolle de manera más acentuada la obesidad que en la vida rural, pues en ellas se ha adoptado el estilo de vida que promueve la sociedad industrial, donde predominan los siguientes hábitos:

- Consumo de alimentos poco sanos y fuera de casa.
- Consumo de tabaco y alcohol.
- Reducida actividad física.
- El aumento del trabajo sedentario.
- Reducidos espacios en la vivienda y pocos lugares dedicados a la actividad física.
- Pocos espacios para realizar ejercicio o la incidencia de actos vandálicos en los espacios abiertos, como parques que lo impiden.
- Poca importancia al deporte como parte de una formación integral en los niños.
- El uso intensivo del coche, aún para distancias pequeñas o el desplazamiento social por medio del transporte público.

“La sociedad agrícola ha dado paso a una sociedad industrializada y ésta a una sociedad de servicios que se va seguir de modo imparable de una sociedad de la información, el coche, el avión, el ascensor y el teléfono se complementan, gracias a la informática, con grandes redes y pistas de la información que convierten en completamente innecesario que el individuo camine. La vida sedentaria que supone un menor gasto energético se convierte así, en nuestros días, en un estilo de vida que implica un riesgo para la obesidad.”¹³⁸

¹³⁸ Ma. J. Mardomingo. Psicopatía de la obesidad. *En Obesidad, Presente y Futuro*. Ed. Aula Médica. Madrid-Barcelona. 1997. P.105

El hombre moderno a diferencia del hombre primitivo, tiene todo a su alcance no requiere en cuestión de suministros de alimentos realizar algún esfuerzo, sólo basta con salir al súper y proveerse de lo necesario. Una característica del individuo de la sociedad actual es que se encuentra disociado de toda la producción de la cadena alimentaria, desconoce los procesos que intervienen en la provisión de los alimentos a su alrededor.

La costumbre de comer fuera de casa, dictada por la necesidad de no alejarse del lugar de trabajo ha creado la cultura del *snacking*, que se traduce como <<tomar un bocado>> esta forma de alimentación es muy popular en Estados Unidos y se caracteriza por la ingesta de la comida grasienta, de una manera rápida y poco confortable en un espacio reducido, lo que contribuye a aumentar la proporción de calorías consumidas fuera del hogar, actualmente este tipo de concepto se ha importado también al país y cada vez es más recurrente el empleo de éste término.

B. La obesidad en México

La obesidad en nuestro país representa un problema de salud pública de gran magnitud que actualmente ha llegado a niveles alarmantes, los antecedentes de la obesidad en México como problema social y de salud en realidad son recientes, éstos han llegado de la mano de la apertura comercial e inserción internacional del país a la economía global. Los estudios históricos demuestran que en México los principales problemas de carácter nutricional se encuentran asociados a la desnutrición que afecta a grandes cantidades poblacionales, principalmente del sector rural cuyos padecimientos hacen clara referencia al hambre como el problema médico epidemiológico más importante del país, sin embargo, recientemente en un lapso de tiempo corto se ha presentado un binomio nutricional complejo, por una parte la desnutrición no ha desaparecido principalmente en las comunidades rurales de

origen indígena, “siete de cada diez niños de comunidades indígenas están desnutridos”¹³⁹ y por la otra nos encontramos con la creciente aparición de la obesidad que se ha incrementado de manera masiva en el país, afectando considerablemente a la población infantil, lo cual resulta alarmante debido a las graves enfermedades que se asocian al sobrepeso y la obesidad.

Como anteriormente revisamos los factores que intervienen en el desarrollo masivo de la obesidad son varios y éstos representan condicionantes generales que se presentan en todas las sociedades, en unas más que en otras, más si tomamos en cuenta que la creciente incidencia de la obesidad mundial responde a la adquisición de estilos de vida impuestos por la globalización occidental, que se ha caracterizado en el sistema alimentario por el abandono del campo y la migración de los campesinos a la ciudad, así como el creciente desarrollo de la vida urbana, nos encontramos con que la obesidad halla sus condiciones de desarrollo y proliferación ideal precisamente en las ciudades.

La transición demográfica que experimentó el país desempeñó un papel fundamental que contribuyó ampliamente a que una vez desarrollado el medio urbano se presentaran las actuales condiciones de sedentarismo y cambios del estilo de vida que propician la obesidad. Anteriormente la población rural del país representaba entre el 75 y 80 % del total y la urbana era sólo del 20% al 25% situación que ya se había revertido a partir de la primera mitad del siglo XX. La transición demográfica que vivió el país permitió que se gestaran los grandes centros urbanos que cambiaron los estilos de vida, que dieron lugar junto con el arribo de las empresas alimentarias extranjeras a una transición nutricional, donde cada vez más empiezan a tener presencia los alimentos que contienen grandes cantidades calóricas, modificando la dieta tradicional del país, generando grandes

¹³⁹ Según Gustavo Maldonado Venegas, director de la ONG Fondo para la Paz. En Durán M. México, primer lugar mundial en obesidad. (2010). Radio Neverland [internet] 09 de febrero. Disponible en: <http://www.rnw.nl/es/espa%C3%B1ol/article/m%C3%A9xico-primer-lugar-mundial-en-obesidad>.

[Acceso 02-03-2010]

transformaciones que han contribuido de manera muy significativa al actual incremento de la obesidad nacional.

1. México el primer lugar de obesidad en el mundo.

Podríamos señalar de acuerdo a los datos disponibles que partir de la década de los ochenta comenzó a gestarse los inicios del problema de la obesidad en el país y que hasta la fecha no ha dejado de crecer, según datos disponibles de la Encuesta Nacional de Nutrición en 1988, el porcentaje de la población con sobrepeso y obesidad representaba el 10.02 % en hombres y 14.6% en las mujeres respectivamente. Diez años más tarde la encuesta Nacional de Nutrición de 1999, indicó datos del 30.06% y 21.2% respectivamente para el mismo grupo,¹⁴⁰ comparando estos datos con el contexto internacional se observó que la prevalencia de la obesidad en México, desde ese entonces ya representaba una de las más altas del mundo.

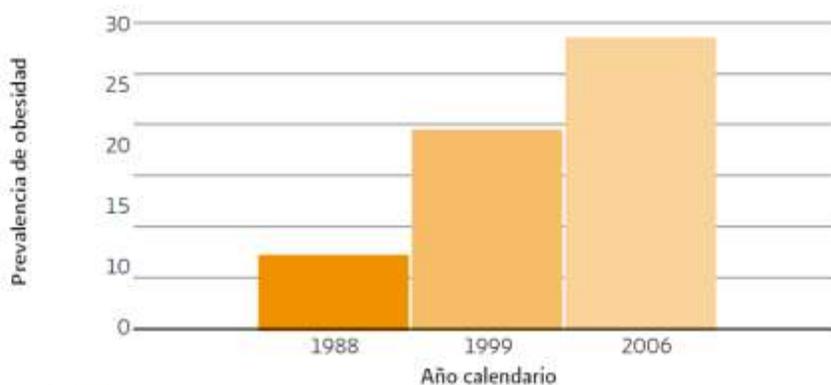
El aumento de la obesidad no ha dejado de incrementarse según varios estudios realizados al respecto, desde 1980 a la fecha el sobrepeso y la obesidad se ha triplicado en el país en la población adulta, pero ha alcanzado también a los sectores más desprotegidos como los niños, lo cual perjudica gravemente la calidad de vida de las personas que la padecen, así como su economía personal, si bien existe una predisposición genética a padecer dicha enfermedad el crecimiento masivo de ésta en la actualidad se encuentra fuertemente vinculado con el arribo de las transnacionales más poderosas de la industria alimentaria al país, a finales del siglo pasado estas empresas comienzan a instalarse y a apoderarse en un tiempo relativamente corto del sistema alimentario nacional de por sí ya deficiente, dicha combinación propicio el cambio de los hábitos alimenticios de la población mexicana en el consumo generalizado de los productos masivos, principalmente

¹⁴⁰ Fausto J. Valdez R. Aldrete M. *Antecedentes históricos y sociales de la obesidad*. (2006) Investigación en salud, agosto, Vol. VIII, Número 002. Universidad de Guadalajara. Pp. 91-94

de bajo costo, que la misma industria ofrece, a la par gesto el que es considerado actualmente el problema de salud nutricional más grave de México la obesidad aunado a la desnutrición.

Gráfica 1

Aumento en la prevalencia de obesidad en México



Obesidad: IMC ≥ 30 kg/m²

* Superior a 25 kg/m²

Fuente: Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria. Estrategia contra el peso y la obesidad Enero 2010
Disponible en: http://portal.salud.gob.mx/descargas/pdf/ANSA_acuerdo_original.pdf

Como se puede observar en el gráfico, el incremento de la obesidad ha llegado a su esplendor en los primeros años del siglo XXI donde la alarma nacional empezó a manifestarse principalmente en los centros de salud pública, pues éste considerable aumento ha tenido importantes repercusiones en la incidencia de enfermedades como la diabetes, que es la primera causa de muerte en el país y el 90% de los casos que provocan esta enfermedad están relacionados con el sobrepeso y la obesidad.

Según datos disponibles de la Secretaría de Salud Pública, los principales grupos poblacionales en donde se ha triplicado la incidencia de la obesidad básicamente se concentra en la población adulta, pero ésta ha alcanzado de manera rápida a las nuevas

generaciones conformadas por los adolescentes y los niños desde muy temprana edad, inclusive a los pequeños de preescolar y primaria, como lo plasma la siguiente tabla.

Tabla 1
Población con sobrepeso y obesidad en México, 2006-2008

GRUPO	AÑO		
	2006	2007	2008
Escolares (5 a 11 años)	4 158 800	4 203 765	4 249 217
Adolescentes (12 a 19 años)	5 757 400	5 930 799	6 109 420
Adultos (20 años o más)	41 142 327	41 678 669	42 222 003
TOTAL	51 058 527	51 813 233	52 580 639

Fuente: ENSANUT 2006 y Proyecciones de la Población de México 2005 - 2050 (CONAPO). Estimación elaborada por la Dirección General de Promoción de la Salud. Disponible en: http://portal.salud.gob.mx/descargas/pdf/ANSA_acuerdo_original.pdf

A principios del año 2010 se confirmó de manera oficial que México ocupa el poco honroso primer lugar de obesidad infantil y adulta en el mundo, en el 2009 el país se situaba en la segunda posición precedido por Estados Unidos, hoy en día el 70% de la población adulta tiene una masa corporal inadecuada. El 39.5% de la población conformada por hombres y mujeres tienen sobrepeso y el 31.7% obesidad. En el caso de los adolescentes la prevalencia de sobrepeso en las edades de (12 a 19 años), en el sexo femenino fue de 23.3%, mientras que en el sexo masculino fue de 21.2%, en las niñas de edad escolar de (5 a 11 años) el sobrepeso, aumentó 27% y la obesidad 47%.¹⁴¹ En México la epidemia de obesidad es un problema de gran magnitud en todos los grupos de edad y

¹⁴¹ Secretaria de Salud. Bases técnicas del Acuerdo Nacional de Salud Alimentaria: Estrategia contra el sobrepeso y la obesidad. Enero 2010. Disponible en: [www.http://portal.salud.gob.mx/descargas/pdf/ANSA_bases_tecnicas.pdf](http://portal.salud.gob.mx/descargas/pdf/ANSA_bases_tecnicas.pdf). [Acceso 22-04-2010]

experimenta una velocidad de aumento que no ha sido registrada en ningún otro país, pero a la vez también con esa misma intensidad ha modificado sus hábitos alimentarios.

La modificación de los hábitos alimenticios, ha contribuido en gran medida a este desenlace y es precisamente en las transformaciones alimenticias, hábitos y costumbres de la alimentación de los mexicanos, donde podemos encontrar uno de los principales factores que contribuyen a este padecimiento, identificando cuales han sido los cambios en la dieta nacional; de manera paralela asociamos dichas transformaciones con el arribo de las transnacionales alimentarias y la desarticulación del sistema de producción nacional, a partir de dichos acontecimientos se puede constatar un incremento inmensurable de este padecimiento.

Un ejemplo muy claro se encuentra conformado por el tipo de líquidos que se consumen en gran medida en el país, la ingesta de bebidas carbonatadas principalmente el refresco de cola, ha sustituido la antigua tradición mexicana de acompañar a los alimentos con aguas de frutas naturales a pesar, de la gran diversidad y disponibilidad que existe de ellas todo el año, la transición de las aguas frescas al refresco aumenta el consumo de azúcar de 5 a 25 cucharadas diarias con la desventaja que de que el refresco no proporciona los nutrientes y fibras que el agua de frutas sí. México es segundo consumidor de la bebida *Cola-Cola* en el mundo después de Estados Unidos.

“En 1999 los mexicanos le entregamos a la Compañía *Coca-Cola* el 10% de sus ganancias a nivel mundial, ya que en ese año en promedio cada mexicano consumió 431 vasos de ocho onzas, las cuales sumaron más de 16 mil millones de cajas unidad. Monterrey, la segunda ciudad más grande del país ubicada en el estado nortero de Nuevo León, consume más *Coca Cola* per cápita que ninguna otra ciudad en el mundo. Monterrey es la ciudad donde se encuentra la sede de FEMSA, la embotelladora de *Coca-Cola* más grande de América Latina y el Caribe. Pero en cualquier lugar se puede encontrar a una persona que consuma más de 10 botellas diarias de *Coca-Cola*, incluso en comunidades indígenas de Chiapas. Según la Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa del Consumidor (Amedec), la calidad del agua potable es tan mala que induce al consumo de refrescos que "constituye la más grave distorsión de nuestros hábitos de alimentación, pues además de que lleva a la ingestión de calorías vacías, es decir, con cero proteínas, vitaminas y minerales (...)". Pero además podríamos agregar que en las comunidades indígenas

y rurales no se cuenta con agua potable, por lo que la *Coca-Cola* sustituye esa carencia.¹⁴²

El aumento de consumo de bebidas que contienen una gran cantidad de azúcares ha contribuido enormemente en la incidencia del sobrepeso y la obesidad en el país, en detrimento de otros líquidos.

Gráfica 2



Fuente: Rivera Domarco. 2002 en Secretaría de Salud. Bases técnicas del Acuerdo Nacional de Salud Alimentaria: Estrategia contra el sobrepeso y la obesidad. Enero 2010. Disponible en: [www.http://portal.salud.gob.mx/descargas/pdf/ANSA_bases_tecnicas.pdf](http://portal.salud.gob.mx/descargas/pdf/ANSA_bases_tecnicas.pdf).

¹⁴²Castro Soto Gustavo. (2005) La Coca –Cola en México el Agua tiembla. Ecoportal [internet] 27 de Abril. Disponible en: http://www.ecoportal.net/Contenido/Temas_Especiales/Globalizacion/La_Coca-Cola_en_Mexico_elAgua_Tiembla. [Acceso 17-09-2009]

Como se puede ver en el gráfico la compra de refresco en el país representa un porcentaje importante, a esto debemos añadir que cada vez más la industria alimentaria fomenta el incremento de su consumo, mediante la oferta de envases tamaño familiar o jumbo.

Durante el último año en México disminuyó alrededor del 2% el consumo de refresco de Cola, sin embargo, las bebidas carbonatadas se mantienen en primer lugar de consumo, en comparación con otros líquidos, de 140 a 150 litros por año, le sigue el agua embotellada con 84 litros per cápita anual; 75 litros en bebidas alcohólicas de los cuales 60 litros son cerveza; en cuarto lugar se encuentra la leche con 55 litros por persona y finalmente en néctares y jugos con 10 litros anuales.¹⁴³

En los últimos años se ha manifestado un cambio en el patrón de compra de los alimentos en México, disminuyendo el consumo de frutas y verduras, de manera contraria se ha presentado un incremento en la ingesta de los productos industrializados repercutiendo fuertemente en la transformación de los hábitos alimentarios de las personas, pues cada vez, se invierten más recursos económicos para la adquisición de éstos, aunado a su fácil accesibilidad que ha permitido su inserción prácticamente en cualquier medio, en las zonas rurales éstos son fácilmente adquiribles en las pequeñas tiendas, aún en las más retiradas los productos que más demanda tienen después del refresco son: harinas refinadas (galletas, pastelillos, pastas refinadas, frituras), lácteos, productos con alto contenido de azúcar (dulces y chocolates). Sin embargo, el consumo de la comida chatarra en las zonas rurales ha contribuido en un 40% al incremento de la desnutrición infantil, según un estudio realizado por la Asociación Civil el Poder del Consumidor, los indígenas mexicanos gastan hasta el 60% de los subsidios de programas de apoyo a las comunidades rurales en la

¹⁴³ Cae consumo de refrescos de Cola en México (2009). El economista [internet] Junio 16. Disponible en: <http://eleconomista.com.mx/notas-online/negocios/2009/06/16/cae-consumo-refrescos-cola-mexico>.

[Acceso 21-sep-2009]

compra de comida chatarra, donde el 70% de los niños consume refrescos, en particular de cola, seguidos de productos como las frituras, los dulces, las galletas, el pan dulce, los alimentos instantáneos y los jugos de marca son los de mayor demanda¹⁴⁴.

La obesidad por si misma representa un padecimiento de salud importante, que somete a las personas que la tienen al chequeo constante de los médicos, así como el implemento de nuevas dietas alimenticias y hábitos de vida más sanos, pero la obesidad en la pobreza hace que sus dolencias y las enfermedades que la acompañan sean más agudas, pues el limitante económico niega la posibilidad de contar con los cuidados y medicamentos necesarios para su tratamiento, lo que genera mayor vulnerabilidad en estos grupos al no poder enfrentar los gastos que su enfermedad de por vida les requiere. Según la Secretaria de Salud, el sobrepeso y la obesidad son causa de empobrecimiento, porque disminuyen la productividad laboral y provoca gastos catastróficos en salud relacionados con enfermedades crónicas. Por ejemplo, actualmente el 12% de la población que vive en pobreza tiene diabetes y el 90% de esos casos se pueden atribuir al sobrepeso y obesidad. Además, diversos estudios han demostrado que el sobrepeso y la obesidad pueden presentarse como secuelas de la desnutrición en las etapas tempranas de la vida, tal como suele ocurrir en situaciones de pobreza, si antes de los dos primeros años de vida no se obtienen los nutrientes necesarios para un optimo desarrollo, estos pequeños tendrán mayores tendencias a adquirir la obesidad de adultos. Por ejemplo, los niños que crecen en desnutrición almacenan más grasas con respecto a los nutrientes, lo que tiende a aumentar el sobrepeso y la obesidad.

¹⁴⁴ Indígenas gastan el 60%de los subsidios en comida chatarra. Afirman expertos (2010) Corresponsales indígenas [internet] 23 de febrero. Disponible en: <http://corresponsalesindigenas.blogspot.com/2010/02/indigenas-gastan-el-60-de-los-subsidios.html>.

[Acceso02-03-2010]

2. Obesidad infantil

La obesidad infantil en México tiene varios orígenes, empezando por el hecho de que los padres tienen malos hábitos y estos van a ser transmitidos y adoptados por los hijos, aunado a que casi el 50% de los anuncios publicitarios van dirigidos a los niños, así como los factores ambientales que originan cambios en el estilo de vida. Sin embargo, existe un factor muy importante de correlación aislada a los anteriores factores y este tiene que ver con el tiempo de duración que las madres amamantan a sus hijos, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, los niños deben ser alimentados exclusivamente con seno materno durante los primeros seis meses de vida y continuar la lactancia durante dos años o más si la madre del niño así lo desea, pero los primeros seis meses son indispensables para un óptimo desarrollo, además de que recibir alimentación del pecho materno disminuye el riesgo de sobrepeso y obesidad en la edad adulta. La lactancia materna en México por el periodo de los seis meses es una práctica escasa y ésta representa un porcentaje sumamente bajo, en sustitución se comienzan a emplear las formulas en leche en polvo, cuyo importador número uno del mundo es el país.

Otro de los factores importantes es que generalmente los padres no tienen una orientación adecuada de cómo se deben balancear los alimentos o cuáles son las propiedades de cada uno de los grupos que los conforman, el resultado es una alimentación desequilibrada saturada de grasas y azúcares, más los que se obtienen al ingerir una gran cantidad de refrescos y golosinas. De acuerdo a la Secretaría de Salud los niños mexicanos entre 1 y 4 años de edad reciben casi la mitad de energía (48%), 39% de proteína, 56% de grasa y 44% de hidratos de alimentos procesados.¹⁴⁵

¹⁴⁵ Secretaría de Salud. Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria: Estrategia contra el sobrepeso y la obesidad. Enero 2010. Disponible en: http://portal.salud.gob.mx/descargas/pdf.ANSA_acuerdo_original.pdf. [Acceso 01-03-2010]

Además de los hábitos obtenidos en casa, los niños pasan gran parte de su tiempo en la escuela y éstas no se encuentran deslindadas de promover y reproducir <<patrones obesogénicos>> estudios realizados por el Instituto Nacional de Salud Pública señala que en los planteles de educación primaria prevalecen las siguientes condiciones:

- Los escolares tienen hasta 5 oportunidades de comer en 4 ½ horas de escuela. La ingesta durante el horario escolar llega a ser alrededor de la mitad del requerimiento de todo el día (840 a 1259 kcal).
- Hay una alta disponibilidad de alimentos densamente energéticos.
- La mayoría de los niños compra los alimentos en la escuela en lugar de llevar un refrigerio.
- Existe una dificultad para el acceso al agua potable.
- Hay poca disponibilidad de frutas y verduras.
- El recreo y la clase de educación física son las únicas oportunidades que tienen los niños para realizar actividad física.
- La clase de educación física es sólo una vez a la semana y dura 39 minutos, en promedio, y la calidad de la misma no es adecuada ya que los niños hacen sólo 9 minutos de actividad física, moderada o intensa. La materia tiene poco valor curricular y deja de ser obligatoria a nivel bachillerato, por lo que la mayoría de los jóvenes de entre 14 y 18 años dejan de practicar deporte durante la jornada escolar.
- Existen limitaciones de recursos humanos, espacios y materiales para la práctica de actividad física.

También podemos mencionar que la industria alimentaria se ha encargado de propagar máquinas dispensadoras de sus productos en casi todos los lugares incluyendo las escuelas, sobre todo éstas abundan principalmente en los centros educativos privados de todos los niveles.

3. Costos económicos del sector salud

La obesidad representa un grave problema de salud pública en el país, los mayores esfuerzos de revertir y controlar ésta se encuentran encaminados en el fomento de cambio de hábitos y patrones alimenticios de niños y jóvenes, pues el sobrepeso y la obesidad que padecen hoy en día no ha llegado a su límite en consecuencias por su temprana edad, sin embargo, los costos que la obesidad y las enfermedades que ésta acarrea ya han colapsado al sector salud público, de ahí las campañas preventivas, acuerdos y tratados realizados por el gobierno federal de controlar y en el mejor de los casos revertir su impacto para los siguientes años. La misma Secretaria de Salud ha indicado que los costos económicos para atender la obesidad y los padecimientos relacionados a ella, han presentado incrementos considerables como lo puntualiza de la siguiente manera:

El costo directo estimado que representa la atención médica de las enfermedades atribuibles al sobrepeso y la obesidad como (enfermedades cardiovasculares, cerebrovasculares, hipertensión, algunos cánceres, atención de *diabetes mellitus* tipo 2) se incrementó en un 61% en el periodo 2000-2008, al pasar de 26,283 millones de pesos a por lo menos 42,246 millones de pesos. Para el 2017 se estima que dicho gasto alcance los 77,919 millones (en pesos de 2008). El costo para 2008 representó el 33.2% del gasto público federal en servicios de salud a la persona, presupuestado en ese ejercicio fiscal.

El costo total del sobrepeso y la obesidad (suma del costo indirecto y directo) ha aumentado (en pesos de 2008) de 35,429 millones de pesos en 2000 al estimado de 67,345 millones de pesos en 2008. La proyección es que para el 2017 el costo total ascienda a 150,860 millones de pesos, la carga económica que estos costos representan para un sistema de salud pública y para el gasto de los hogares, es un riesgo tanto para la sustentabilidad de dicho sistema, como para los mismos hogares.¹⁴⁶

¹⁴⁶ Secretaria de Salud. Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria: Estrategia contra el sobrepeso y la obesidad. Enero 2010. *Loc. Cit*

Debido a los gigantescos costos económicos que representa para el sector público la atención del tratamiento de las enfermedades relacionadas con la obesidad y el sobrepeso, el gobierno mexicano busca combatir, revertir y prevenir esos padecimientos, pues la prospectiva de los siguientes años implicaría un gasto monetario desmesurado, ante tal situación el gobierno federal junto con la Secretaria de Salud han elaborado diversas medidas para tratar de erradicar dichas enfermedades, como la creación del Acuerdo Nacional para la salud Alimentaria, lanzado en enero del 2010, dicho plan contempla diversos objetivos entre los que destaca el proporcionar orientación e información adecuada acerca de los nutrientes de los alimentos, así como su forma correcta de preparación y porción, cabe destacar que de manera conjunta se busca crear el hábito del deporte como un estilo de vida entre otros; sin embargo, si bien estas medidas son importantes y necesarias, no son suficientes pues el enorme poder que sustentan las transnacionales fomenta e incita al consumo de sus productos de manera ventajosa y desleal, por lo cual para que dichos planes, estrategias y esfuerzos individuales sean productivos se debe de limitar la gigantesca permisibilidad que el mismo gobierno le otorga a estas transnacionales, de lo contrario todos los esfuerzos serán insuficientes y únicamente serán paliativos de un conflicto social, político, económico y de salud muy grande.

4. La corresponsabilidad del Estado mexicano con las Get alimentarias como agente generador del incremento de la obesidad.

Los factores que se encuentran implicados en la generación de la obesidad, están fuertemente vinculados a la producción masiva de la industria alimentaria y no sólo a los estilos de vida moderna, los cuales son reflejo de la misma, el tratamiento de la obesidad requiere una responsabilidad compartida, a los individuos les corresponde cuidar su alimentación y sus hábitos en general, pero para ello deben de ser bien informados por los fabricantes de los alimentos industriales de las propiedades, riesgos, ventajas y desventajas, de los productos que están comprando, para tomar las decisiones más convenientes para su salud, así como también es de vital importancia ejercer medidas legislativas y jurídicas que limiten los alcances de las GET ya que éstas contribuyen y fomentan malos hábitos alimenticios que impactan de manera negativa en la salud de los individuos que los consumen, los cuales representan un grupo muy extenso.

Ante estos hechos de vital envergadura es menester que exista una reglamentación y normatividad adecuada en las formas de operar y fabricar de las empresas transnacionales alimentarias, por lo cual los gobiernos tienen que poner un alto y ver por los intereses de la población y no sólo responder a los de las empresas, tanto la obesidad como la desnutrición son el reflejo del abandono del campo y el arribo de las transnacionales alimentarias, si en realidad se busca poder controlar la deteriorada condición nutricional que vive el país, es necesario rescatar el campo mexicano, lo que requiere de políticas estatales firmes donde se cumpla cabalmente la ley, una medida muy efectiva seria limitar o prohibir los anuncios televisivos de comida industrial dirigida a niños como lo ha hecho Francia y el Reino, pues por más alarmas que suenen, o campañas preventivas que realicen los sectores de salud jamás se van a igualar a las que las Get alimentarias difunde, por tal razón es necesario que éstas sean restringidas, aunado a la efectiva aplicación de programas educacionales y el recate del campo, únicamente fortaleciendo este sector se lograra consolidar una soberanía alimentaria que permite el no depender de un recurso tan estratégico e importante como es el poder producir los alimentos que el país consume.

Conclusiones:

A lo largo del desarrollo de ésta investigación se ha podido constatar el cómo a partir de la década de los ochentas de manera abrupta y desmedida, se sentaron las bases para el arribo de las multinacionales alimentarias al territorio nacional, hecho que trajo graves y muy significativas consecuencias, que han condenado al país a la subordinación y sometimiento de las mismas, como el aumento de la insuficiencia alimentaria y el incremento de la pérdida de la soberanía nacional, lo cual implica un costo social, económico y político muy alto, si bien la situación del sector agrícola en México en años posteriores no se encontraba en las mejores condiciones, si podemos notar que los cambios precedidos en las últimas décadas no favorecieron el desarrollo del sector agrícola sino todo lo contrario, en un tiempo relativamente corto las autoridades mexicanas facilitaron las condiciones necesarias para que las transnacionales alimentarias ejercieran mayoritariamente el control de la producción de los alimentos en el país, inclusive mediante la desarticulación de los principales organismos e instituciones estatales que operaban para dicho funcionamiento.

En su lugar se establecen unas cuantas enormes empresas mundiales que mediante el empleo máximo de sus recursos disponibles en todos los ámbitos, han expandido e impuesto un modelo de agricultura único, basado en el control y dominio de todos los elementos que integran el ya sistema alimentario mundial, los resultados han sido la creciente y atenuante pobreza de los campesinos e indígenas que debido a lo poco o nulo que les redituó el trabajo en el campo han optado por su abandono, al no poder ya vivir de éste. El sector nacional en su conjunto ha sido desmantelado, eliminándose de esta manera los apoyos económicos gubernamentales que regulaban su existencia, lo que ha dado como resultado el incremento de la marginación de millones de personas que han visto afectadas sus comunidades y su modo de vida quedado a merced de los intereses económicos de las empresas transnacionales alimentarias, que han encontrado en la producción de los alimentos un negocio muy redituable mediante el lucro de la más primordial necesidad del ser humano, para poder vivir, que es la alimentación.

Con la llegada de las empresas transnacionales de la alimentación a México se ha generado un desajuste estructural muy importante, pues se ha violentado gravemente el derecho del pueblo mexicano de alimentarse por sí mismo y así reeditar a la misma comunidad en más empleos, seguridad y sobretodo la adquisición y apoderamiento de los recursos necesarios para producir internamente los alimentos que el país necesita. Sin duda, el maíz representa el cultivo cultural más transgredido ante la intromisión de estas transnacionales, pues al ser el componente principal de casi todos los productos industrializados su siembra transgénica se ha expandido y fomentado considerablemente, situación que sólo ha sido posible mediante la utilización y aplicación de la tecnología industrial, es decir, la proliferación de este cultivo se ha desarrollado masivamente por el empleo de semillas transgénicas, que lamentablemente han penetrado en los maíces nativos del país, lo cual ha tenido como consecuencia su contaminación, el maíz expresa el conocimiento e historia de nuestros antepasados y es la base de la alimentación del pueblo mexicano, éste debe de estar protegido constitucionalmente y no ser expuesto a daños y transmutaciones en su legado histórico y cultural, lamentablemente ya ha sido expuesto, sin embargo, cabe destacar que este hecho sólo habría podido ser ejecutado con la complicidad de las autoridades nacionales, que han contribuido en el otorgamiento de permisos para la instalación inicialmente de campos experimentales clandestinos, lo que facilitó posteriormente la creación de mecanismos legales que actualmente funcionan como una herramienta que sustenta jurídicamente la instalación y operatividad de las transnacionales, sin el debido resguardo y protección necesario para los cultivos mexicanos y entre ellos uno de vital importancia, el maíz.

El poder económico y político que sustentan las enormes empresas transnacionales es tan grande que incluso llega a sobrepasar a los gobiernos más poderosos, sin embargo, este fenómeno globalizador es experimentado en distintas dimensiones, profundidades y matices entre naciones, hecho que nos ha obligado forzosamente a llegar a cuestionar las acciones que el gobierno mexicano ha tomado al respecto. La presencia de las transnacionales alimentarias en el país han mantenido una dinámica muy significativa,

pues el sector ha experimentado una apertura económica impresionante que ha favorecido de manera descomunal e unilateral solamente a estas grandes corporaciones, pues en el país prácticamente el desarrollo y fomento del campo se encuentra en el abandono, por lo cual para poder revertir dicha situación se tendría que otorgar en la misma intensidad el apoyo que es brindado a las transnacionales, en el territorio mexicano éstas últimas gozan de permisos especiales y enormes concesiones, que hacen de México el paraíso de las transnacionales, como en el caso del agua que ha sido llevada hasta la privatización para ser otorgada a las refresqueras, sin duda, las Get alimentarias han logrado instalarse y afianzarse en el territorio nacional y no solamente de manera presencial y económica, sino que éstas también han logrado consolidarse dentro de los gustos y preferencias de la población mexicana en un periodo de tiempo relativamente corto, reitero que este resultado sólo ha sido posible de obtener mediante el apoyo de las autoridades mexicanas, ante la legislación favorable para dichas empresas o ante la carencia y omisión de las mismas, para regular sus alcances, otro ejemplo, lo proporciona la publicidad emitida por las empresas productoras de los alimentos industriales que como se revisó con anterioridad mantienen una presencia muy elevada en los medios de comunicación, hecho que ha persuadido de manera significativa en los patrones de consumo de los mexicanos e incluso ha desempeñado un factor de elevada importancia en el incremento de la incidencia del sobrepeso y la obesidad infantil, un problema del sector salud a gran escala en nuestro país, que entre uno de sus múltiples factores se encuentra asociado a la intensa presencia de las empresas transnacionales, productoras de los alimentos industriales, generadores de este mal. Los devastadores resultados que se han obtenido con la llegada de las empresas transnacionales violentan el derecho de la alimentación adecuada y suficiente de los mexicanos y la soberanía nacional del país, pues prácticamente el sistema alimentario y todos sus eslabones se encuentran en manos extranjeras, lo cual conlleva riesgos muy altos para la sociedad.

Anteriormente la escasez de la alimentación se encontraba condicionada a las variaciones climáticas que determinaban las buenas o malas cosechas, hoy en día con los enormes avances científicos como la primera revolución verde esos obstáculos han quedado atrás, efectivamente con ésta se logra un despunte muy importante en el incremento de la producción de los mismos, que haría pensar a algunos soñadores que el problema del hambre en el mundo por fin llegaría a su fin, hecho que no sucedió así, el uso de los avances científicos y el desarrollo de la biotecnología también conocido como el auge de la segunda revolución verde han servido para hacer un monopolio conformado de sectores empresariales muy pequeños que manejan varios círculos de especialización coludidos entre sí, lo que les ha permitido ejercer el dominio y control de tan preciado recurso y hacer de la alimentación un gran negocio dependiente de las oscilaciones mercantiles, actualmente la escasez de alimentos en el mundo y los millones de personas que se encuentran en situación de pobreza alimentaria no padecen hambre por falta de alimentos, sino por falta de recursos económicos, esa es la realidad, en la sociedad actual nunca antes había sido tan fácil producirlos en grandes cantidades, así como nunca antes las opciones del ¿qué comer? en los productos alimenticios había sido tan variada, la alimentación mundial actualmente se confronta ante una gran paradoja del mundo moderno, la de la población que padece hambre y la que padece obesidad, la que no cuenta con los recursos económicos necesarios para adquirir alimento y los que comen de más y mal, ambos padecimientos se han esparcido e irrigado por el mundo sin respetar condiciones económicas y sociales, por la cualidad que le confiere al alimento de ser una necesidad universal, ambos malestares actualmente se encuentran fuertemente vinculados a la nueva estructura que ha conformado el sistema alimentario mundial y el modelo de producción industrial de alimentos.

Como se puede ver los alcances de la industria alimentaria son inmensos y se manifiestan en todos los niveles, empero su presencia es silenciosa y solamente exhibe una cara pública en los círculos de especialización de las grandes cadenas de supermercados y restaurantes de comida rápida de gran popularidad, los cuales únicamente representan la

parte ultima del eslabón de la cadena alimentaria, éste elaborado y complejo proceso, ha sido diseñado para que el consumidor actual no tenga más opción que la de adquirir sus productos y consumirle a la gran industria, de una u otra forma el comensal moderno se lleva a la mesa a diario numerosos productos que las transnacionales fabrican, desde los más básicos como los constituidos con materias primas hasta los más complicados en donde intervienen grandes y elaborados procesos industriales, inclusive el mismo lugar en que se realiza la compra desempeña una participación importante. El complejo modelo que origina la industria alimentaria ha ido eliminando las opciones, controlando desde el inicio hasta el final todo el proceso, promoviendo un sistema de agricultura sin agricultores, tal parece que para esta nueva convergencia mundial no hay lugar para ellos.

Es menester mencionar que la participación del consumidor desempeña un papel muy importante, si bien las alternativas de donde y cuales productos adquirir se han limitado enormemente desde el panorama de existir hoy en día miles de productos y de opciones de compra, los manos de los dueños son los mismas, en cuyo manejo se ejerce el control de un gran monopolio perteneciente a la industria alimentaria, hecho que reduce enormemente las alternativas del consumidor, aunado a que las grandes y agresivas estrategias de los precios bajos poseen un impacto directo en la economía de los compradores que les seduce a consumirles, además de la errónea percepción generalizada de la ciudadanía de que el arribo de las transnacionales a las comunidades como los supermercados se encuentra asociado a un mejor progreso, lo cual nos está indicando el enorme desconocimiento de la población de los mecanismos operativos del sistema alimentario y el desapego que se tiene de la procedencia del origen de los alimentos que comemos y de lo desasociado que estamos de ello, así como también de los devastadores resultados que se generan al desarticular el sistema de producción local de los alimentos. Empero éste desconocimiento masivo forma parte de las estrategias operativas medulares de las empresas transnacionales, que junto con su enorme poder político y económico así como la desmedida permisibilidad de los gobiernos y la ignorancia de la población hacen de todo ello su mayor aliado, la reproducción del sistema alimentario mundial trae consigo un malestar generalizado, con su

ejecución perdemos todos, se afecta el desarrollo económico de las localidades, comunidades y ciudades pues los ingresos económicos ya no circulan dentro del país, sino que son extraídos de manera voraz por las transnacionales, generando desempleo, cierre de pequeños negocios y abandono del campo, con la reproducción del sistema alimentario perdemos todos, pierde el campesino, el indígena, el ciudadano y pierde México como nación.

Sin embargo, ¿qué alternativas existen para la población en general o miles de campesinos e indígenas que han sido despojados de sus medios de subsistencia, o para los ciudadanos que tienen tan a la mano cualquier variedad de supermercados en donde pueden realizar sus compras a un precio más económico que en el mercado del barrio? Sin duda, la respuesta es compleja pues implica el adquirir una conciencia como consumidores muy alta, que requiere involucrarnos e interesarnos en el origen y procedencia de los alimentos que nos llevamos a la boca, lo que de manera inherente daría como resultado el exigir nuestros derechos de consumidores, el exigir la información adecuada, oportuna y certera, para ejercer plenamente nuestro derecho de elección y no consumir a ciegas productos que repercuten de manera dañina en la salud de nuestro cuerpo, tenemos derecho de saber si lo que comemos o no, está siendo elaborado con transgénicos, entenderíamos y le daríamos gran importancia al sistema agricultor nacional. Empero la conciencia del consumidor por sí sola no es suficiente es muy importante, pero no basta, en la realidad y en la práctica lo tangible es que el mismo sistema alimentario se ha devorado los subsistemas locales y que ha diseñado un sistema multinacional creado para no tener más opciones que él, pero si bien, este fenómeno social que gira en torno a la alimentación se genera dentro de un contexto global, éste se manifiesta de manera diferente en los diversos países del mundo, la diferencia radica que en México este modelo alimentario mundial se ha instalado de manera muy radical, profunda y permisiva, actualmente se están viviendo las enormes y graves consecuencias como: mayor dependencia alimentaria, mayor pobreza alimentaria, incremento de la migración, abandono del campo, desarticulación del sistema agricultor

nacional e incluso el poco honroso primer lugar mundial de obesidad en la población infantil de México.

Sin duda, hay alternativas y son viables, en el país existen numerosos campesinos y especialistas muy bien capacitados que proponen mecanismos alternativos de agricultura para contrarrestar los enormes impactos del sistema alimentario mundial y el modelo de agricultura sin agricultores que propone la industria alimentaria, sin embargo, de nada sirven sin el apoyo del gobierno, se necesita que éste regule los impactos y alcances de los intereses transnacionales, así como del fortalecimiento institucional del Estado para poder dar lugar y espacio a alternativas viables con aplicación real y tangible que facilite y promueva dichos proyectos, para no ser devorados por la gran industria, además es indispensable que se coarte la participación de las empresas transnacionales. En definitiva México requiere una corresponsabilidad compartida, la de los ciudadanos y su conciencia como consumidores y la del Estado, sin ambas y sin el debido fortalecimiento de la soberanía como país, México siempre estará condenado a la no opción.

ANEXO

A. El derecho a la alimentación adecuada

La alimentación se encuentra estrechamente vinculada y compenetrada con el derecho a la vida, en el complejo proceso donde intervienen numerosos factores para la producción de alimentos, se encuentra implícito e inherente la relación de ésta como condicionante indispensable para el desarrollo adecuado de cualquier ser humano como factor necesario para ampliar al máximo sus capacidades y vivir con dignidad. El derecho a la alimentación desde la perspectiva de los derechos humanos, es un derecho que pertenece a la llamada tercera generación, a dichos derechos se les conoce como los Desc (Derechos Económicos Sociales Culturales) en ellos se integran una gran cantidad de derechos principalmente de carácter social donde se establece y se busca una efectiva posibilidad real de disfrutar y garantizar justicia social y equidad de manera colectiva, es decir en estos derechos a diferencia de los llamados derechos civiles y políticos que hacen alusión a las garantías individuales, se asocian grupos de personas de diversa índole con un carácter social y colectivo, éstos derechos incluyen muchas categorías los cuales en todo momento se fundamentan en un principio de integridad, complementariedad, e interdependencia, no hay derechos más importantes que otros.

“Reconociendo que, con arreglo a la Declaración Universal de Derechos Humanos, no puede realizarse *el ideal del ser humano libre, liberado del temor y la miseria*, a menos que se crean condiciones que permitan a cada persona gozar de sus derechos económicos, sociales y culturales, tanto como de sus derechos civiles y políticos.”¹⁴⁷

¹⁴⁷ Pacto Internacional de Derechos Económicos Sociales y Culturales. (PIDESC), Adoptado por la Asamblea General de las Organización de las Naciones Unidas en 1966

Dentro de los Desc, se encuentra establecido el derecho a la alimentación que desde su perspectiva de los derechos humanos, significa que todas las personas deben de tener acceso físico y económico de manera individual o colectiva, de forma regular y permanente a una alimentación cuantitativa y cualitativamente adecuada y suficiente, y a los medios necesarios para producirla, de forma que se corresponda con las tradiciones culturales de cada población y que garantice una vida física y psíquica satisfactoria y digna, en todas las etapas de la vida.¹⁴⁸ Siendo la alimentación un componente esencial del derecho a la vida de todo ser humano, se ha buscado fehacientemente a través de varios marcos jurídicos, tanto nacionales como extranjeros defender este derecho dentro de un marco de protección en el Derecho Internacional, el padecimiento de la desnutrición, la obesidad y el hambre se encuentran fuertemente asociados a la carencia de este derecho en las mediadas adecuadas.

Actualmente tanto los problemas sociales como los implicados en las cuestiones de salud por la ausencia de una adecuada alimentación, tienen sus orígenes por diversos factores, que distan mucho de los anteriores periodos de escasez, hoy en día la ausencia de una inadecuada alimentación y los padecimientos asociados a ella, como la desnutrición, anemia, sobrepeso y obesidad, responden a intereses económicos globales de unas cuantas empresas, lo cual ha condicionado a millones de personas a padecer nefastas consecuencias, por el inadmisibles negocio y lucro que se ha hecho de los alimentos, éstos indebidamente se han utilizado como un instrumento de presión política y económica de los países y las empresas transnacionales más poderosas del mundo, que han dictando los actuales lineamientos bajo los cuales se encuentra operando el sistema alimentario mundial, donde se ha dado paso a la producción masiva e industrial de los alimentos en detrimento de los derechos de pequeños agricultores y los cultivos tradicionales.

¹⁴⁸ Relator Especial sobre el derecho a la alimentación, Jean Ziegler, Informe del Relator Especial E/CN.4/2004/10,9 de febrero del 2004

1. Marco legal internacional que protege el derecho a la alimentación

El derecho internacional a través de diversos acuerdos, tratados, pactos y protocolos, bajo el manto de la doctrina de los derechos humanos establece el derecho a la alimentación adecuada, así como el derecho de vivir sin pasar hambre, entre los principales instrumentos internacionales que reconocen y protegen este derecho se encuentran los siguientes:

- La Declaración Internacional de los Derechos Humanos de 1948, que proclamó éste derecho en su artículo 25, en el cual se establece que toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia la alimentación necesaria.
- Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (PIDESC) entrado en vigor en 1976 y ratificado por México en 1981, en su artículo 11 reconoce el <<derecho fundamental de toda persona a estar protegida contra el hambre>> para lograr tal efecto dicho pacto impone a los Estados miembros adoptar medidas para mejorar los métodos de producción, conservación y distribución de los alimentos, cuya finalidad en todo momento se encuentra orientada a garantizar el derecho de una alimentación adecuada de sus ciudadanos.
- Conferencia Mundial de la Alimentación de 1974, donde se aprobó la Declaración universal sobre la erradicación del hambre y la malnutrición, cuyo Art, 1 establece que todos los hombres, mujeres y niños tienen el derecho inalienable a no padecer de hambre y malnutrición a fin de poder desarrollarse plenamente y conservar sus capacidades físicas y mentales.
- Protocolo Adicional a la Convención Americana de Derechos Humanos, en materia de Derechos Económicos, Sociales y Culturales “Protocolo de San Salvador” que entro en vigor en México el 16 de noviembre de 1999, establece en su artículo 12 que toda persona tiene derecho a una nutrición adecuada que le asegure la posibilidad de gozar del más alto nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual.

- Convención de los Derechos del Niño, en el artículo 24, donde se hace alusión a la salud del niño donde se hace referencia al combate de la malnutrición y se puntualiza la importancia de la lactancia infantil; así como el artículo 27 reconoce el derecho a un nivel de vida adecuado.

Cabe indicar que el reconocimiento del derecho a la alimentación en el artículo primero párrafo 1 del PIDESC se establece bajo los parámetros que consagra el derecho a los pueblos de su libre determinación, en donde éstos disponen libremente de sus riquezas y recursos naturales por lo que <<en ningún caso podrá privarse a un pueblo de sus propios medios de subsistencia>> según lo señalado en el párrafo 2 del mismo artículo.

Como podemos constatar a través de los anteriores artículos referentes al derecho de la alimentación, éste posee una amplia cobertura dentro del Derecho Internacional, el reto se impone a la hora de hacer efectivo dicho derecho que establezca de manera real los alcances contenidos de tal derecho, una forma de aproximación son acuerdos realizados por los Tratados Internacionales los cuales a su vez se encuentran constituidos por la integración de diversos países, que al aceptarlos se comprometen tanto internacionalmente como nacionalmente a conseguir mediante la aplicación de sus recursos disponibles, los acuerdos establecidos en tales tratados.

“En estas circunstancias, el contenido y alcance real del derecho a una alimentación adecuada vendrá determinado por el tipo de obligaciones que los Estados deben asumir al ser partes en los tratados internacionales, especialmente en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales”¹⁴⁹

En la medida en la que los Estados Nacionales cumplan su deber de proteger el derecho a la alimentación éste podrá junto con la ayuda internacional ser una realidad.

¹⁴⁹ Terre des Hommes. *El derecho a la equidad, ética y mundialización social*. Ed. Icaria & Antrazyt. 1997. P. 212

2. Las obligaciones de los Estados

Las disposiciones políticas que un Estado determine, van a ser decisivas en el avance o retroceso en cuanto al alcance real del derecho a la alimentación, el reto actual se encuentra en ¿cómo se puede lograr cada vez más y de manera efectiva la concretización de los desc?, en este caso en particular del derecho a la alimentación, sin duda, una de los mecanismos más importantes es la adhesión a los tratados internacionales y en la medida en la que éstos vayan trabajando su marco jurídico internacional también ejercen influencia en los estados miembros que los conforman, tal es el caso específico del PIDESC, el cual cuenta con un Comité, que dentro de sus funciones se encarga de designar obligaciones y responsabilidades a los Estados miembros, en donde éstos deben de tomar todas las medidas necesarias para lograr gradual y progresivamente, la plena realización de los derechos comprendidos en el pacto incluido el derecho a la alimentación.

Los Estados miembros que firmen el (PIDESC) se comprometen en su máximo de recursos a procurar éstos derechos y les queda totalmente prohibido las acciones u omisiones que impliquen un retroceso o violación a los desc, por atentar a la dignidad inherente de la persona humana.

“Cada uno de los Estados Partes en el presente Pacto se compromete a adoptar medidas, tanto por separado como mediante la asistencia y la cooperación internacionales, especialmente económicas y técnicas, hasta *el máximo de los recursos de que disponga*, para lograr *progresivamente*, por todos los medios apropiados, en particular la adopción de medidas legislativas la plena efectividad de los derechos aquí mencionados”¹⁵⁰

¹⁵⁰ Pacto Internacional de Derechos Económicos y Culturales (PIDESC), Adoptado por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas en 1966.

En cuanto al derecho a la alimentación y la obligación de los Estados, el PIDESC establece lo siguiente:

“Los Estados partes en el Presente Pacto, reconociendo el derecho fundamental de toda persona a estar protegida contra el hambre, adoptaran, individualmente y mediante la cooperación internacional, las medidas, incluidos los programas concretos, que se necesiten para:

- a) Mejorar los métodos de producción, conservación y distribución de alimentos mediante la plena utilización de los conocimientos técnicos y científicos, la divulgación de principios sobre nutrición y el perfeccionamiento o la reforma de los regímenes agrarios de modo que se logren la explotación y la utilización más eficaces de las riquezas naturales.
- b) Asegurar una distribución equitativa de los alimentos mundiales en relación con las necesidades, teniendo en cuenta los problemas que se plantean tanto a los países que importan productos alimentarios como a los que los exportan¹⁵¹.”

Según la Observación General 12 del Comité de Derechos Humanos PIDESC los Estados tienen las siguientes obligaciones respecto del derecho a la alimentación:

RESPETAR.- Los estados deben de abstenerse de tomar medidas que tengan por resultado impedir u obstaculizar el goce del derecho a la alimentación o el acceso a una alimentación adecuada.

PROTEGER.- El Estado deberá adoptar medidas para que las empresas o los particulares no priven a las personas del acceso a una alimentación adecuada, así como proveer de mecanismos de defensa.

¹⁵¹ *Ibidem*, parte II del PIDESC, punto 2, incisos a y b

FACILITAR.-Significa que el Estado debe de procurar iniciar actividades con el fin de fortalecer el acceso y la utilización por parte de la población de los recursos y medios que se aseguren sus medios de vida, incluida la seguridad alimentaria.

ASISTENCIA EN CASOS DE EMERGENCIA.- Cuando el individuo o un grupo sea incapaz, por razones que escapen a su control, de disfrutar el derecho a una alimentación adecuada por los medios a su alcance, los estados tienen la obligación de hacer efectivo ese derecho directamente. Esta obligación también se aplica a las personas que son víctimas de catástrofes naturales o de otra índole.

PROGRESIVIDAD.- El derecho a la alimentación adecuada tendrá que alcanzarse progresivamente. No obstante, los estados tienen la obligación básica de adoptar las medidas necesarias para mitigar y aliviar el hambre, tal como se dispone en el párrafo 2 del artículo 11, incluso en caso de desastre natural o de otra índole.¹⁵²

A su vez el Comité pide a los gobiernos de los Estados miembros presentar informes periódicos cada cinco años, sobre el nivel de vida actual de la población del país, en torno a los diferentes derechos que son tratados en el pacto, así como de manera específica el Comité pone especial atención en conocer si los Estados han realizado cambios en las políticas, leyes y prácticas nacionales que pudieran haber afectado negativamente u obstaculizado el derecho a una alimentación adecuada, de ser de esta manera se produce una violación a los derechos humanos, en este caso se viola en derecho de alimentación por parte del Estado hacia sus ciudadanos, como también se violan los principios y obligaciones establecidas en el Pacto.

¹⁵² Observación General número 12 del Comité DESC en Informe anual sobre la Situación de los Derechos Económicos, Sociales, Culturales y Ambientales en México 2007-2008. Centro de Derechos Humanos Fr. Francisco de Vitoria O.P. A.C

Elementos que componen el derecho a la alimentación de acuerdo con la Observación General 12 del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de las Naciones Unidas¹⁵³

<p>Suficiente: La alimentación debe de aportar una combinación de productos nutritivos suficiente para satisfacer las necesidades fisiológicas humanas (crecimiento físico y mental, desarrollo, mantenimiento, actividad física) en todas las etapas del ciclo vital y según el sexo y la ocupación.</p>
<p>Adecuada: Los alimentos deben de ser adecuados para las condiciones sociales, económicas, culturales, climáticas, ecológicas y de otro tipo, imperantes en un espacio y en un tiempo determinado. El derecho a la alimentación adecuada no debe de interpretarse, en forma estrecha o restrictiva asimilándolo solamente a un conjunto de calorías, proteínas y otros elementos nutritivos concretos.</p>
<p>Sostenible: Implica la posibilidad de tener acceso a los alimentos por parte de las generaciones presentes y futuras.</p>
<p>Inocua: Los alimentos deben carecer de sustancias nocivas, para lo cual debe establecerse una gama de medidas de protección, tanto por medios públicos como privados para evitar la contaminación de los productos alimenticios debido a la adulteración y/o mala higiene ambiental o la manipulación incorrecta en distintas etapas de la cadena alimentaria.</p>
<p>Aceptable culturalmente: Los alimentos deben ser aceptables para una cultura o unos consumidores determinados, por lo que hay que tener también en cuenta, en la medida de lo posible, los valores no relacionados con la nutrición que se asocian a los alimentos y el consumo de alimentos, así como las preocupaciones respecto de la naturaleza de los alimentos disponibles.</p>
<p>Disponibile: Se entiende como las posibilidades que tiene el individuo de alimentarse ya sea directamente explotando la tierra productiva u otras fuentes naturales de alimentos, o mediante sistemas de distribución, elaboración y de comercialización que funcionen adecuadamente y que puedan trasladar los alimentos desde el lugar de producción a donde sea necesario según la demanda.</p>
<p>Accesible económicamente: Implica que los costos financieros personales o familiares asociados con la adquisición de los alimentos necesarios para un régimen de alimentación adecuado deben estar a un nivel tal que no se vean amenazados o en peligro la provisión y la satisfacción de otras necesidades básicas.</p>
<p>Accesible físicamente: Significa que los alimentos adecuados deben ser accesibles a todos en todo momento y circunstancia.</p>

Figura 5.1 El derecho a la alimentación está constituido por una serie de elementos que lo constituyen de manera integral, los cuales se desarrollan dentro de un ámbito complejo, el cual contempla una definición más extensa a la limitada únicamente al contenido energético de las calorías ingeridas.

¹⁵³ Observación General número 12 del Comité DESC. *Loc Cit*

3. Marco legal del derecho a la alimentación en México

En el país el derecho a la alimentación no se encuentra contemplado dentro de la constitución mexicana, lo cual imposibilita aún más el poder hacer que éste sea efectivo, aplicarlo y defenderlo de manera adecuada, en el artículo cuarto constitucional se hace una mención de manera indirecta al señalar que “Los niños y las niñas tienen derecho a la satisfacción de sus necesidades de alimentación, salud, y educación” en relación a sus padres, lo que le confiere ya la responsabilidad al marco jurídico de carácter civil, de manera no suficiente ni clara, también se hace mención en el mismo artículo a la garantía de la protección de la salud donde cabe resaltar la gran importancia de la alimentación en la adquisición de ésta, pero de ninguna manera se contempla los elementos que acompañan a tan esencial derecho y las implicaciones culturales que conlleva.

Sin embargo, podemos encontrar algunas leyes federales y de algunas secretarías, menciones a algunos puntos que guarda el derecho a la alimentación y los procesos en los que ésta se ve involucrada, principalmente de carácter económico como los siguientes:

-“La Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, (artículo 11); la Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores (artículo 5, numeral III), y la Ley de Desarrollo Rural Sustentable (artículos 154 y 178)

-La Ley Orgánica de Administración Pública Federal señala, en el artículo 32 referente a la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol), que corresponde a ésta “asegurar la adecuada distribución, comercialización y abastecimiento de los productos de consumo básico de la población de escasos recursos a la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación; bajo principios que eviten el uso o aprovechamiento indebidos y ajenos a los objetivos institucionales”

-En el artículo 34 de la misma ley, indica que a la Secretaría de Economía (SE) le corresponde “establecer la política de industrialización, distribución y consumo de los productos agrícolas, ganaderos, forestales, minerales y pesqueros, en coordinación con las dependencias competentes; participar con las Secretarías de Desarrollo Social, de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación y de Medio Ambiente y Recursos Naturales, en la distribución y comercialización de productos y el abastecimiento de los consumos básicos de la población.”

-La Ley de Desarrollo Rural Sustentable , en el artículo 154, señala que “los programas del gobierno federal impulsarán una adecuada integración de los factores del bienestar social, como son la salud, la seguridad social, la educación, la alimentación, la vivienda, la equidad de género, la atención a los jóvenes, personas de la tercera edad, grupos vulnerables, jornaleros agrícolas y migrantes, los derechos de los pueblos indígenas, la cultura y la recreación; mismos que deberán aplicarse con criterios de equidad”

-La misma ley, en el artículo 178, indica que “el Estado establecerá las medidas para procurar el abastecimiento de alimentos y productos básicos y estratégicos a la población, promoviendo su acceso a los grupos sociales menos favorecidos y dando prioridad a la producción nacional.”¹⁵⁴

Dentro del derecho a la alimentación, se conglomeran números factores tanto económicos, políticos, ambientales, sociales y culturales que deben de ser contemplados a la hora de legislar dicho derecho, para así poder abarcar en la mayor medida las múltiples dimensiones que se involucran en él, para lograr una efectiva justiciabilidad del mismo, de acuerdo a los tratados internacionales los Estados miembros establecen que debe de existir y de no ser así se debe de considerar la posibilidad de aprobar una ley como instrumento básico de aplicación de la estrategia nacional para el derecho a la alimentación.

Lo cual resulta indispensable para poder hacer efectivo los numerosos aspectos que deben de tomarse en cuenta para procurar éste derecho, de lo contrario los grandes vacíos jurídicos han dado lugar a la intromisión y el apoderamiento del sistema alimentario nacional a manos extranjeras, sin producción nacional de alimentos no hay derecho efectivo ni adecuado al derecho de la alimentación y las consecuencias de esto el país las ha padecido desde varias décadas atrás, a pesar de que México ha ratificado el PIDESC y el Protocolo de San Salvador, es menester que se eleve a un grado constitucional el derecho a la alimentación, a pesar de los numerosos instrumentos internacionales

¹⁵⁴ Informe anual sobre la Situación de los Derechos Económicos, Sociales, Culturales y Ambientales en México. 2007-2008. Centro de Derechos Humanos Fr. Francisco de Vitoria O.P.A.C

existentes en materia de su protección, su exigibilidad no es tan concreta ya que los Estados aceptan el compromiso a través de sus recursos disponibles, lo cual en muchas ocasiones los disculpa de no realizar al máximo las medidas necesarias para su efectiva realización e incluso como en el caso de México se ha legislado en detrimento a la realización de este derecho para favorecer a los intereses internacionales, sin importar que millones de personas sean afectadas y violentadas en varios de sus derechos humanos como el de la alimentación.

4. El Derecho a la información adecuada y certera

Los enormes cambios suscitados en los procesos que se encuentran involucrados en el sistema alimentario sobre todo de su producción a gran escala, requieren de numerosas disposiciones que los regulen y sobretodo de leyes y normas que permitan a los consumidores de veraz, oportuna y certera información, en el caso específico de los alimentos, el etiquetado, rotulo, inscripción o grabado entre otros, es el medio que se encarga de indicar las características tanto físicas como nutricionales de innumerables productos. En las normas oficiales mexicanas y sus distintos reglamentos existentes como el Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios,¹⁵⁵ se establece como requisito la siguiente información en el etiquetado de los productos:

- I. La denominación genérica o específica del producto.
- II. La declaración de ingredientes.
- III. La identificación y domicilio del fabricante, importador, envasador, maquilador o distribuidor nacional o extranjero, según el caso.
- IV. Las instrucciones para su conservación, uso preparación y consumo

¹⁵⁵ El poder de las Etiquetas. Diagnóstico sobre el Etiquetado en México. Colectivo Ecologista de Jalisco, A.C [internet] Guadalajara 2007. Disponible en: cej.org.mx/descargas/manualaetiquetado.pdf [Acceso 14-junio-2010]

- V. El o los componentes que pudieran representar un riesgo mediano o inmediato para la salud de los consumidores, ya sea por ingestión, aplicación o manipulación del producto.
- VI. El aporte nutrimental.
- VII. La fecha de caducidad.
- VIII. La identificación del lote.
- IX. La condición de procesamiento a que ha sido sometido el producto, cuando éste se asocie a riesgos potenciales.
- X. Las leyendas precautorias.
- XI. Las leyendas de advertencia.

Aunado a estas disposiciones donde se puede leer claramente que en los productos se debe de indicar la constitución, características y riesgos de los mismos, encontramos ligados a éstos los siete derechos básicos del consumidor, que juntos procuran proporcionar y garantizar los medios necesarios para que la última cadena del eslabón alimentario “los consumidores” puedan con conocimiento de causa e información elegir los productos que se encuentran adquiriendo en plena libertad, mediante el discernimiento de sus características tanto positivas como negativas entre la gran gama de productos disponibles; lo cual sólo es posible de lograr con la acceso a una información veraz; los siete derechos básicos del consumidor se integran de la siguiente manera:

1. “Derecho a la información. La publicidad, las etiquetas, los precios, los instructivos, las garantías y, en general, toda la información de los bienes y servicios que nos ofrezcan, debe ser oportuna, completa, clara y veraz, de manera que podamos elegir sabiendo qué compramos.

2. Derecho a la educación. Podemos recibir educación en materia de consumo, conocer nuestros derechos y saber de qué forma nos protege la ley, así como organizarnos con familiares o vecinos para aprender a consumir mejor y de manera más inteligente.

3. Derecho a elegir. Al decidimos por un producto o servicio, nadie puede presionarnos, condicionarnos la venta a cambio de comprar algo que no queremos, o exigirnos pagos o anticipos sin que se haya firmado un contrato. El mercado se encuentra dominado por ciertos patrones de consumo y también de oferta, lo que termina limitando el acceso a alternativas como productos orgánicos y biodegradables o de comercio justo. La mayoría de los consumidores desconoce este tipo de productos y/o no sabe donde los puede adquirir. Esto es un entrabe al pleno ejercicio de este derecho.

4. Derecho a la seguridad y calidad. Los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado deben cumplir con normas y disposiciones en materia de seguridad y calidad. Además, los instructivos deben incluir las advertencias necesarias y explicar claramente el uso recomendado de los productos. Así, en lo que respecta a la seguridad alimentaria, por ejemplo es muy importante conocer la fabricación de los alimentos y su manipulación hasta la compra así como hasta su consumo y conservación. La mayoría de los alimentos que consumimos hay sufren algún proceso industrial, el cual normalmente implica la adulteración de sus propiedades originales y el añadir otras sustancias tanto químicas como naturales.

5. Derecho a no ser discriminados. Al comprar un producto o contratar un servicio, no pueden negárnoslo, discriminarnos o tratarnos mal por nuestro sexo, raza, religión, condición económica, nacionalidad, orientación sexual, por tener alguna discapacidad o cualquier motivo similar.

6. Derecho a la compensación. Si los proveedores no cumplen lo que prometen, tenemos derecho a que nos compensen, ya sea devolviéndonos el dinero, reduciendo el precio del producto o reparándolo sin costo alguno. Este derecho es más específico y sirve para garantizar los dos anteriores, el derecho a la seguridad y calidad de los productos y el derecho a la protección. Los consumidores pueden exigir a los proveedores o prestadores de un servicio que los compensen si el producto no corresponde a lo que ellos dijeron que era.

7. Derecho a la protección. Podemos ser defendidos por las autoridades y exigir la aplicación de las leyes; también organizarnos con otros consumidores para defender intereses comunes. Cuando algún proveedor no respete nuestros derechos, podemos acudir a Profeco a presentar nuestra queja o llamar al Teléfono del Consumidor para denunciar algún abuso que esté afectando a varios consumidores”¹⁵⁶.

¹⁵⁶ Los siete derechos básicos del consumidor (2009) PROFECO [internet] 09 de Octubre. Disponible en: <http://www.profeco.gob.mx/saber/derechos7.asp>. [Acceso 16-02-2010]

En el marco de protección internacional de los consumidores, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) establece el derecho a la información como el primer derecho básico del consumidor, sin embargo, a pesar de las disposiciones anteriormente mencionadas, en México no existe un manejo claro y veraz en la divulgación y especificación de la información que trata de la composición y origen de los insumos de la materia prima con la cual se fabrican muchos de los alimentos que se consumen en el país, sobre todo los que son producidos con la ya mencionada tecnología biogenética, la cual emplea el uso de los organismos genéticamente modificados o los llamados transgénicos.

En el país este derecho tan básico, el derecho a la información que se encuentra reglamentado tanto nacionalmente como internacionalmente no está contemplado en la Ley de Bioseguridad de Organismos genéticamente modificados aprobada en año 2005, lo que ha dejado al país sin normas ni reglamentos que establezcan el uso, manejo y empleo de los mismos, lo cual les ha brindado a las grandes empresas transnacionales una posición privilegiada y oportunista de expandir, emplear y comercializar diversos productos elaborados con los OMG, sin encontrar mayor obstáculo de por medio, lamentablemente en no pocas ocasiones este tipo de acuerdos cuentan con el abrigo de las autoridades nacionales que legislan a favor de los intereses multinacionales. Sin embargo, el gran problema que representa el consumo de productos transgénicos radica en que actualmente no se ha descartado ni comprobado en su totalidad su peligrosidad y los daños a la salud que el ingerir éstos ocasionan, a pesar de existir pruebas contundentes donde el consumo de éstos genera daños a la salud, dicho vacío legislativo a traído como resultado que la población mexicana consume transgénicos sin saberlo, siendo la principal fuente de su consumo el maíz, la gran mayoría de éste cereal se importa de Estados Unidos y es precisamente éste país uno de los principales productores de maíz transgénico.

El derecho a la información en materia de la elaboración de alimentos biotecnológicos parece tener un veto muy fuerte ya que no existe información disponible al respecto y las

instituciones* que han solicitado dicha información en el entendido y empleo del uso de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública (IFAI), no han tenido respuesta,¹⁵⁷ pues existe un total hermetismo al respecto, imposibilitándose de ésta forma el derecho de los ciudadanos a decidir libremente si se desea o no hacer una compra de dichos productos, ya que no existe una ley donde se estipule la obligación de las empresas a declarar en las etiquetas si sus productos contienen o no OGM.

5. Las empresas transnacionales y el derecho a la alimentación

La configuración actual de los sistemas alimentarios se ha transformado tanto en las últimas décadas que a la par ha modificado los anteriores sistemas tradicionales de agricultura y en su lugar han llegado las empresas transnacionales, la aparición de dichas empresas ha incidido enormemente en incrementar la vulnerabilidad del derecho a la alimentación. Según el *Informe sobre Desarrollo Humano 2002* del PNUD, “las empresas transnacionales pueden tener efectos enormes en los derechos humanos: en sus prácticas de empleo, en su impacto ambiental, en el apoyo que prestan a regímenes corruptos o en los cambios de política que defienden.” La concentración ha producido enormes empresas transnacionales que monopolizan la cadena alimentaria, desde la producción, comercio, elaboración y distribución de los alimentos a enormes escales así como también a nivel

* Entre ellas se encuentra la organización internacional Greenpeace, quien ha realizado varias peticiones a empresas alimentarias, para solicitarles información acerca de la política de empleo de los transgénicos en sus productos; los resultados se expresan en la creación de una lista verde y roja del uso de los transgénicos, las marcas que se encuentran conformadas en la lista roja no han respondido a Greenpeace por lo cual no brindan garantías de que sus productos no contengan ingredientes transgénicos y sus derivados. Esta lista donde aparecen los productos y marcas de estas empresas se pueden consultar en la siguiente página *web*: www.greenpeace.org.mx.

¹⁵⁷ Estas conclusiones se derivan de las Solicitudes de Información hechas por el colectivo Ecologista Jalisco A. C a través del Sistema de Información del IFAI durante el año 2006.

minorista, lo cual ha reducido las opciones de los agricultores y los consumidores. Por lo cual así como los antiguos sistemas han sido sustituidos y transformados de igual manera el marco legal que resguarda dicho derecho tiene que evolucionar y adecuarse a la nueva realidad para procurar en la mayor medida posible el resguardo del derecho ante estas enormes confrontaciones, por lo que los derechos humanos están debatiendo sobre nuevas consideraciones legales en el marco los Derechos Humanos donde se establezcan normas y responsabilidades de las empresas pues éstas cada vez con mayor preponderancia controlan el sector agroindustrial de la alimentación y el abastecimiento del agua.

La normativa tradicional de los Derechos Humanos sólo puede hacer responsable de las violaciones a los derechos humanos a los gobiernos, sin embargo, dadas las condiciones actuales donde las empresas en su mayoría son las que violentan estos derechos, se han buscado dentro de los mecanismos existentes las formas viables para exigirles a las empresas respeto a los derechos humanos, ya sea indirectamente o directamente. Indirectamente puesto que los gobiernos tienen el deber de proteger a la población de los efectos negativos que las actividades de terceros puedan tener en el derecho a la alimentación, lo que significa que los gobiernos deben vigilar y regular las actividades de las empresas. También se puede exigir responsabilidad de las empresas de manera directa, en formas de obligaciones directas de derechos humanos, instrumentos intergubernamentales y códigos de conducta voluntarios.¹⁵⁸ Entre esos mecanismos figuran los tribunales nacionales, regionales y las instituciones de defensa de los derechos humanos, así como los mecanismos internacionales, como el Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, y los procedimientos especiales de la Comisión de los Derechos Humanos.

¹⁵⁸ Informe del Relator Especial sobre el derecho a la alimentación, Jean Ziegler, presentado de conformidad con la resolución 2003/25 de la Comisión de Derechos Humanos. E/CN.4/2004/10

Es muy importante y un gran avance que existan mecanismos internacionales como éstos, empero el camino aún es largo para lograr una sociedad más justa donde impere la equidad y se dé un equilibrio en el desarrollo económico y social, pues en no pocas ocasiones el trayecto para llegar a estas instituciones requiere de un prolongado y desgastante andar que necesita de varios apoyos especializados, tan sólo para conocer dichos mecanismos y canalizarlos de la manera adecuada, lo que nos sitúa en otra limitante que está relacionada con el derecho a la información que muchas y en la mayoría de las veces se desconocen los derechos a los cuales somos acreedores, desde ahí se empiezan hacer efectivos y exigibles de manera concreta los derechos. Sólo en la medida en la que los conozcamos vamos a poder luchar por ellos y hacerlos exigibles.

Bibliografía

- Arellano Sánchez José. *Los esquemas metodológicos para la investigación social*. Ed. S y G 2005.
- Arellano Sánchez José, Santoyo Margarita. *Investigar con mapas conceptuales. Procesos metodológicos*. Ed. Narcea, España. 2009.
- Alarcón Segovia Donato, Bourges Rodríguez Héctor. (Compiladores). *La alimentación de los mexicanos*. Ed. Colegio Nacional, 2002.
- Basilio Moreno Esteban, Monereo Megías Susana, Álvarez Julia. (Coordinadores). *Obesidad, Presente y Futuro*. Ed. Grupo Aula Médica, S. A. Madrid-Barcelona. 1997
- Bordieu P. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Ed. Taurus. Madrid. 1988.
- Calva José Luis. *Crisis Agrícola y alimentaria, 1982-1988*. Distribuciones Fontamara, S.A 1994.
- Contreras Jesús. *Alimentación y Cultura. Necesidades, gustos y costumbres*. Ed. Alfaomega. 2002.
- Contreras Jesús. *Paisajes y mercados: globalización y particularismos en los sistemas alimentarios. Actas del Congreso Internacional, Museo Nacional de Antropología*. España. 1998. La Val de Onsera. Vol. II.
- De Sebastián Luis. *Un planeta de gordos y hambrientos, la industria alimentaria al desnudo*. Ed. Ariel. 2009.
- Fundación Heberto Castillo. *Foro, México en la crisis alimentaria global*. Coedición del Partido de la Revolución Democrática y Fundación Heberto Castillo Martínez, A. C. 2009.
- Goody Jack. *Cocina, Cuisine y Clase. Estudio de Sociología Comparada*. Ed., Gedisa. S. A. 1995.
- González Turno Isabel. *Comida de rico, comida de pobre*. Ed. Universidad de Sevilla. Secretariado de publicaciones. 1995. Prologo de Moreno Isidoro.
- Olmedo Carranza Bernardo. *Capital transnacional y consumo. El caso del sistema agroalimentario en México*. IIE, UNAM-México. 1986.

- Ornelas Delgado J. *El neoliberalismo realmente existente*. Benemérita Universidad de Puebla. Facultad de Economía. 1997.
- Romero Polanco Emilio. *Un siglo de Agricultura en México*. UNAM, IIE. México 2002.
- Salinas de Gortari Raúl. *Agrarismo y Agricultura en el México Independiente y Posrevolucionario*. Centro de Estudios Históricos del agrarismo en México. Ed. Fondo de Cultura Económica. 1988
- Saxe Fernández John. Neoliberalismo y TLC: ¿Hacia ciclos de guerra civil? ALASRU, *Globalización, crisis y desarrollo rural en América Latina*, México UACH. Colegio de Posgraduados. 1998. Vol. I
- Terre des Hommes. *El derecho a la equidad, ética y mundialización social*. Ed. Icaria & Antrazyt. 1997.
- Torres Torres Felipe, Trapaga Yolanda Delfín (Coautores). *Seguridad alimentaria: soberanía nacional*. UNAM, IIE, Ed. Plaza y Valdés, 2003.
- Torres Torres Felipe y Trapaga Yolanda Delfín (Coordinadores). *La alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio*. IIE, UNAM-México-Porrúa. 2001.
- Vandana Shiva. *Cosecha robada. El secuestro del suministro mundial de alimentos*. Ed. Paidós. 2003.

Documentos

- Declaración Universal de los Derechos Humanos. 1948.
- Informe anual sobre la Situación de los Derechos Económicos, Sociales, Culturales y Ambientales en México 2007-2008. Centro de Derechos Humanos Fr. Francisco de Vitoria O.P. A.C
- Informe del Relator Especial sobre el derecho a la alimentación, Jean Ziegler, presentado de conformidad con la resolución 2003/25 de la Comisión de Derechos Humanos. E/CN.4/2004/10

-Pacto Internacional de los Derechos Económicos Sociales y Culturales. (PIDESC). Adoptado por la Asamblea General en su resolución 2200^a (XXI), el 16 de diciembre de 1966.

Documentales

-Greenwald Robert. *Wal- Mart: The High Cost of the Low Price*. País. Estados Unidos. Año 2005. Duración 1 hora 37 minutos.

-Kenner Robert. *Food Inc.* País Estados Unidos. Año 2009. Duración 1 hora 34 minutos.

-Robin Marie Monique. *El mundo según Monsanto*. País Canadá - Francia. Año 2008. Duración 1 hora 49 minutos.

-Spurlock Morgan. *Super Size Me*. País Estados Unidos. Año 2004. Duración 1 hora 36 minutos.

- Wagenhofer Erwin. *We feed the world*. País Australia. Año 2005. Duración 1 hora 35 minutos.

Hemerografía

-Fausto Josefina, Vélez Rosa María, Aldrete María Guadalupe, López María del Carmen (2006). Antecedentes históricos sociales de la obesidad en México. Investigación en salud. Vol. III, número 002. Agosto. Universidad de Guadalajara, México. Pág. 91-94.

-Juárez Sánchez Laura. (2007) Cómo llega México a la era de los agrocombustibles. Acontecer, número 63, noviembre-diciembre. Pág. 2-9.

-Juárez Sánchez Laura. (2008) Campesinos y consumidores: sometidos al control monopólico de las empresas transnacionales. Análisis, no. 68 septiembre-octubre. Pág.30-35.

-Santibañez Velilla Josefina. (2002).Televisión y consumo de golosinas. Comunicar. Número 18, marzo Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación. Pág. 179-186.

-Vélez Luis, García Beatriz. (2003) La selección de los alimentos una práctica compleja. Colombia Médica. Vol. 34, número 002, Universidad del Valle Cali, Colombia. Pág. 92-96

-Viola T. María. (2008) Estudios sobre modelos de consumo: una visión desde teorías y metodologías. Revista Chilena de Nutrición, Vol. 35, número 2, junio-julio. Pág. 1-9

Fuentes electrónicas

-ADM página web en México, disponible en: <http://www.adm.com/en-US/worldwide/mexico/Pages/default.aspx>. [Acceso 13-09-2009]

-Anuncios de comida chatarra acribillan a niños. (2007). El poder del consumidor [internet] 24 de junio. Disponible en: http://www.elpoderdelconsumidor.org/anuncios_de_comida_chatarra_acribillan_a_nios.html. [Acceso -02-2010]

-Boletín Informativo de la Presidencia de la República. Crece Unilever 100 por ciento en cuatro años (2005) Boletín Informativo [internet] miércoles 25 de mayo. Disponible en: <http://fox.presidencia.gob.mx/buenasnoticias/index.php?contenido=18538>. [Acceso 01-09-2009]

-Bungue en su sitio web, disponible en: <http://www.bungue.com> [Acceso 27-09-2009]

-Cae consumo de refrescos de Cola en México (2009). El economista [internet] junio 16. Disponible en: <http://eleconomista.com.mx-online/negocios/2009/06/16/cae-consumo-refrescos-cola-mexico>. [Acceso 21-09-2009]

-Cardoso V. (2002) Molina Sobrino vende Pepsi –Gemex a firma de E.U.A. La jornada virtu@l [internet] jueves 09 de mayo. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2002/05/09/032n3eco.php?origen=economia.htm>. [Acceso 10-09-2009]

-Cargill México, disponible en: <http://cargill.com.mx/imgcont/azucarmx/index.html>. [Acceso 31-08-2009]

-Cargill página principal en México bajo el siguiente enlace: <http://www.cargill.com.mx/Contents/inf.asp?id=2002092>. [Acceso 31-08-2009]

-Castro Gustavo, Ryan Zinn. Wal-Mart en Chiapas: La transnacional de la pobreza (2005). Nuestra América [internet] 27 de mayo. Disponible en: <http://www.nuestraamerica.info/leer/hlvs/4255>. [Acceso 10-11-2009]

-Castro Soto Gustavo. (2005) La Coca –Cola en México el Agua tiembla. Ecoportal [internet] 27 de Abril. Disponible en:

http://www.ecoportal.net/Contenido/Temas_Especiales/Globalizacion/La_Coca-Cola_en_Mexico_elAgua_Tiembra. [Acceso 17-09-2009]

-Castro Soto Gustavo. Coca-Cola. La historia negra de las aguas negras. (n.d) Rebelión [internet] Disponible en: <http://www.rebellion.org/docs/10924.pdf>. [Acceso 10-10-2009]

-Cevallos Diego. Supermercados sin lugar para pequeños agricultores. (2008) Tierraamerica [internet] sábado 26 de abril. Disponible en: <http://www.tierraamerica.info/nota.php?lang=esp&idnews=2849>. [Acceso 04-11-2009]

-Chedraui página principal en el siguiente enlace: <http://www.chedraui.com.mx/chui/>. [Acceso 01-04-2010]

-Comercial mexicana página principal disponible en: <http://www.comercialmexicana.com/main.aspx>? [Acceso 01-04-2010]

-Compra Nestlé a Gerber por 5 mil 500 mdd (2007). El Universal [Internet] jueves 12 de abril. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/418018.htm>. [Acceso 26-08- 2009]

-Comunicados de prensa del Estado de Guanajuato. *Pepsico* invierte 100 millones de dólares en Guanajuato. (2009) prensa [internet] 25 de febrero. Disponible en: <http://www.guanajuato.gob.mx/desarrollo/comunicados/comunicadodetalle.php?.comid=1109>. [Acceso 23-09-2009]

-El poder de las Etiquetas. Diagnóstico sobre el Etiquetado en México. Colectivo Ecologista de Jalisco, A.C [internet] Guadalajara 2007. Disponible en: cej.org.mx/descargas/manualetiquetado.pdf [Acceso 14-junio-2010]

-El poder del consumidor. “Impactos de la publicidad de alimentos y bebidas dirigida a la infancia. Una visión multidisciplinaria” (2009) El poder del consumidor [internet] junio, Disponible en: http://www.elpoderdelconsumidor.org/publicidad_trastorna_alimentacin_y_conducta_de_ni.html. [Acceso 16-02-2010] * Documento entregado a la Secretaria de Salud como apoyo a la evaluación que esta dependencia realiza del Programa de Autorregulación en Publicidad de Alimentos y Bebidas Infantiles (PABI).

-Estado Mundial de la agricultura y la alimentación. Biocombustibles: perspectivas, riesgos y oportunidades. FAO (2008) versión electrónica disponible en: <http://ftp.fao.org/docrep/fao/011/i0100s/i0100s.pdf>. [Acceso 15-03-2010]

-Femsa información consultada en su página web, disponible en: <http://www.femsa.com.es/busines/cerveza>. [Acceso 17-10-2009]

-Femsa, página principal, disponible en el siguiente enlace: <http://www.femsa.com/es/about/>. [Acceso 17-10-2009]

-Friends of the Earth (2005) Good neighbours? Community impacts of supermarkets. Disponible en http://www.foe.co.uk/resource/briefings/good_neighbours_community.pdf. [Acceso 30-03-2010]

-Gatti Daniel. Donde mandan las cadenas transnacionales del comercio alimentario (2007) Compañía [internet] 19 de octubre. Disponible en: <http://www.reluita.org/companias/supermercadosyalimentacion.htm>. [Acceso 29-10-2009]

-Gómez Mena Carolina. (2009) “Ilegal” la siembra de maíz transgénico, anuncia la ANEC. La Jornada [internet] 13 de marzo. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2009/03/13/index.php?section=sociedad&article=043n4soc>. [Acceso-26-03-2010]

-Greenpeace. *Maseca y Minsa mienten: sí usan transgénicos*. Greenpeace México [Internet] 30 de enero. Disponible en: <http://www.greenpeace.org/mexico/news/maseca-yminsa-s-usa>. [Acceso 16-04-2010]

-Gruma página web, disponible en: <http://www.gruma.com/vEsp/Relacion/relacioninformacion.asp?idEmpresa=1>. [Acceso 15-10-2009]

-Grupo Bimbo página web, disponible en: <http://www.grupobimbo.com/display.php?section=1&subsection=13>. [Acceso 05-10-2009]

-Grupo *Lala* compra dos empresas más en Estados Unidos. (2009) Milenio [internet] martes 29 de septiembre. Disponible en: <http://www.milenio.com/node/293705>. [Acceso 05-10-2009]

-Gustavo Maldonado Venegas, director de la ONG Fondo para la Paz. En Durán M. México, primer lugar mundial en obesidad. (2010). Radio Neverland [internet] 09 de febrero. Disponible en: <http://www.rnw.nl/es/espa%C3%Blol/article/m%C3%A9xico-primer-lugar-mundial-en-obesidad>. [Acceso 02-03-2010]

-Historia (2008) Cargill México [internet] n.d Disponible en: <http://www.cargill.com.mx/contents/info.asp?id=2002042> [Acceso 31-08-2009]

-“Impactos de la publicidad de alimentos y bebidas dirigidas a la infancia. Una visión multidisciplinaria” (2009). Elaborado por el poder del consumidor. [internet] Junio.

Disponible en: http://www.elpodrdelconsumidor.org/publicidad_trastorna_alimentacion_y_conducta_de_ni.htm. [Acceso 16-02-2010]

-Indígenas gastan el 60% de los subsidios en comida chatarra. Afirman expertos (2010) Corresponsales indígenas [internet] 23 de febrero. Disponible en: <http://corresponsalesindigenas.blogspot.com/2010/02/indigenas-gastan-el-60-de-los-subsidios.html>. [Acceso 02-03-2010]

-Mauleón Ramón José. (2009). El sistema alimentario: funcionamiento y consecuencias, abril. Universidad Autónoma de Barcelona. [internet] en: [http://www.fmr.cat/documentacio/ACTIVITA/global%20MAULEON-%20EL%20sistema%20alimentario%20y%20consecuencias%20\(Barcelona\).pdf](http://www.fmr.cat/documentacio/ACTIVITA/global%20MAULEON-%20EL%20sistema%20alimentario%20y%20consecuencias%20(Barcelona).pdf). [Acceso 15-02-2010]

-McDonald's página web, disponible en: <http://www.mcdonald's.com/corp/about>. [Acceso 23-01-2010]

-Molina Luisa Elena. (1995) Revisión de algunas tendencias del pensamiento agroalimentario. Agroalimentaria No. 1. Septiembre 1995. Pág. 16 de 27. Disponible en: http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17697/1/articulo1_4.pdf. [Acceso 12-02-2010]

-Monreal López Juan (2007) Tyson, la octava maravilla del mundo contaminante envenena el aire con amoníaco y fétidos olores. Demócrata norte de México [internet] 28 de julio. Disponible en: <http://democratanortedemexico.blogs.pot.com/20070701archive.html>. [Acceso 25-09-2009]

-Muñoz Ríos Patricia (2009) El libre comercio disparó la dependencia alimentaria de México, señalan expertos. La jornada [internet] viernes 09 de enero. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2009/01/09/index.php?section=politica&article=017n1pol>. [Acceso 03-02-2010]

-Navarro Hernández. (2007) “el maíz de sus tortillas” La jornada [internet] martes 30 de enero. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2007/01/30/index.php?section=opinion&article=021a1pol>. [Acceso 30-08-2009]

-Nestlé México en su página web disponible en el siguiente vínculo: <http://www.nestle.com/acercanestle/historia.asp>. [Acceso 24-10-2009]

-Organización Mundial de la Salud. Obesidad y Sobrepeso.OMS [internet] Nota descriptiva N° 311. Septiembre 2006. Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/index.html>. [Acceso 25-02-2010]

-Organización Mundial de la Salud. 10 datos disponibles sobre obesidad. OMS [internet] febrero 2010. Disponible en: <http://cdrwww.who.int/features/factfiles/obesity/facts/es/index2.html>. [Acceso 18-04-2010]

-Panamco ya es de femsa (2003). Femsa [internet] disponible en: <http://ir.femsa.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=188831>. [Acceso 14-01-2010]

-PROFECO [internet] Los siete derechos básicos del consumidor (2009) 09 de Octubre. Disponible en: <http://www.profeco.gob.mx/saber/derechos7.asp>. [Acceso 16-02-2010]

-Ramiro Alonso. Ven agresiva competencia por el mercado del pollo (2009). El Universal [internet] 21 de septiembre. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/73730.html>. [Acceso 25-09-2009]

-Resultados de la Encuesta Nacional de Gastos e Ingresos de los Hogares (ENIGH) y Estimaciones de pobreza. 2008 Disponible en: http://www.fira.gob.mx:8081/sas/docs/InformacionEconomica/Notas_de_Analisis/Resultados%20ENIGH%20%20y20pobreza202008.pdf. [Acceso 14-04-2010]

-Rivas Esther (2007) La distribución moderna: la inversión de los supermercados. Viento Sur [internet] (n.d) Numero 94 Disponible en: <http://www.vientosur.info/articulosabiertos/VIENTOSUR-numero94-03-EstherVivas-Distribucion.pdf/>. [Acceso 17-10-2009]

-Sánchez Juárez Laura. (2006) La dependencia alimentaria de México en manos de las grandes empresas transnacionales. Universidad Obrera [internet] 08 de octubre. Disponible en: <http://www.uom.edu.mx/trabajadores/36laura.htm>. [Acceso 04-01-2007]

-Sara lee página web, disponible en: <http://www.saralee.com/OurBrands/ExploreOurBrands.aspx>. [Acceso 12-10-2009]

-Schwentesi Rinderman, Gómez Cruz Manuel A. Supermercados en México Evolución y tendencias [n.d] Disponible en: <http://www.rimisp.cl/getdoc.php?docid=834>. [Acceso 15-11-2009]

-Secretaria de Salud. Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria: Estrategia contra el sobrepeso y la obesidad. Enero 2010. Disponible en: http://portal.salud.gob.mx/descargas/pdf.ANSA_acuerdo_original.pdf. [Acceso 01-03-2010]

-Secretaria de Salud. Bases técnicas del Acuerdo Nacional de Salud Alimentaria: Estrategia contra el sobrepeso y la obesidad. Enero 2010. Disponible en: [www.http://portal.salud.gob.mx/descargas/pdf/ANSA_bases_tecnicas.pdf](http://portal.salud.gob.mx/descargas/pdf/ANSA_bases_tecnicas.pdf). [Acceso 22-04-2010]

-Soriana página web disponible en: <http://www1.soriana.com/default.asp?p=4> [Acceso 01-04-210]

-Tyson página principal, disponible en: <http://www.tyson.com/> [Acceso 10-10-2009]

-Unilever página principal en México, disponible en <http://www.unilever.com.mx> [Acceso 05-09-2009]

-Unilever principales productos señalados en su página web, información disponible en: <http://www.unilver.com.mx/ourbrands> [Acceso 05-09-2009]

-Venderá empresa Sara Lee su participación en firma mexicana (2008) Vanguardia [internet] 13 de marzo Disponible en: <http://www.vanguardia.com.mx/XStatic/vanguardia/template/content.aspx?se=finanzas&su economia&id=135472&te=nota>. [Acceso 15-10-2009]

-Walmart México disponible en: <http://www.walmartmexico.com.mx/walmart.html>.

-Wikipedia (2009) Burger King [internet] Disponible en: <http://en.wikipedia.org/wiki/Burgerking>. [Acceso 23-01-2010]

-Wikipedia (2009) Con Agra Foods [internet] Disponible en: <http://en.wikipedia.org/wiki/ConAgraFoods>. [Acceso 28-09-2009]

-Wikipedia (2009) Taco Bell [internet] Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Taco.Bell> [Acceso 23-01-2010]

-Wikipedia (2009) Wal-Mart [internet] Disponible en: <http://es.wiki/Wal-Mart>. [Acceso04-11-2009]

-Yum Company página principal disponible en: <http://www.yum.com/company/oursbrands.asp>. [Acceso 23-01-2010]