

# LIBRE COMERCIO Y LA EPIDEMIA DE COMIDA CHATARRA EN MÉXICO



Las corporaciones transnacionales de alimentos entienden que sus principales mercados en expansión están en el Sur global. Se enfocan entonces en cambiar sus dietas y en acaparar los mercados de la gente más pobre del mundo. (Foto: Thierry Collins)

Hace varios años que las compañías transnacionales de alimentos entendieron que los mercados primordiales para su crecimiento están en el Sur global. Para incrementar sus ganancias necesitan “hurgar en la pirámide”, como lo pone una corporación, es decir desarrollar y vender productos destinados especialmente a los millones de pobres en el mundo. Gente que se mantiene con alimentos locales producidos por ellos mismos y mediante mercados informales que les proveen de un sustento propios.

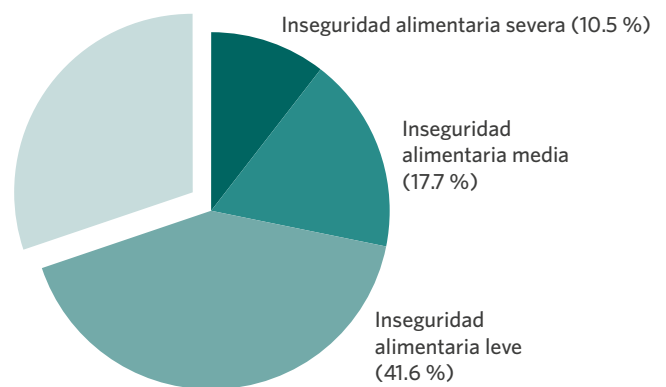
Alcanzar a estos consumidores potenciales implica que las corporaciones alimentarias inunden y se apoderen de los canales tradicionales de distribución, y reemplacen los alimentos locales con comida barata, procesada, chatarra, muchas veces con el respaldo directo de algunos gobiernos. Los acuerdos de libre comercio e inversión son un factor crucial en este proceso de acaparamiento, sustitución y mayores ganancias. El caso de México nos arroja un retrato crudo y oscuro de las consecuencias que esto entraña.

### Desnutrición, inseguridad alimentaria y “diabesidad” en México.

En México, la pobreza, el hambre, la obesidad y las enfermedades, van juntas. La gente no sólo lucha por pagar la comida suficiente para sobrevivir; muchos de los alimentos que ingiere la enferman.

En 2012, el Instituto Nacional de Salud Pública de México publicó los resultados de una investigación nacional relacionada con la nutrición y la seguridad alimentaria conocida como Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (Ensanut)<sup>1</sup> El estudio de Ensanut se basó en la llamada Escala latinoamericana y Caribeña de Seguridad Alimentaria, para medir el consumo de menos de lo requerido para una vida sana y activa.<sup>2</sup> Los

Gráfico 1. Inseguridad alimentaria en México



Total: 68,8 % o 78.5 millones

Fuente: Ensanut

1. La Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) incluye documentos, encuestas, una página web, artículos académicos y una serie de herramientas de investigación: <http://ensanut.insp.mx/>.

2. Ver Melgar-Quíñonez, H. 2010. “Informe sobre la aplicación pasada y presente de la Escala Latinoamericana y Caribeña de Seguridad Alimentaria (ELCSA) y otras herramientas similares en América del Norte, Centroamérica y El Caribe. FAO/Ohio State University”. Este método divide la inseguridad alimentaria en tres: **Inseguridad alimentaria leve** (midiendo sobre todo calidad de la comida disponible): Variedad limitada de alimentos, la carencia de variedad alimentaria y la ausencia de comida sana. **Inseguridad alimentaria media**: (cantidad disponible de comida) Adultos y niños comen menos. Los niños disminuyeron su ingesta. Tal vez algún adulto en la familia se brinca una o dos comidas de vez en cuando. La escasez es crónica). **Inseguridad alimentaria severa**: (Hambre. Los adultos pasan hambre. Algún adulto pasa algún día entero sin comer. Los niños se van a la cama hambrientos o se la pasaron un día entero sin comer. La escasez crónica establece una condición de hambre). Ver Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (Ensanut) 2012: “La distribución de la Inseguridad Alimentaria en México”, Instituto Nacional de Salud Pública, 21 de noviembre, 2012.

resultados dejan claro que esta problemática es mucho peor de lo que se reconoce. Veamos las tablas 1, 2 y 3.<sup>3</sup>

El informe de Ensanut encontró que de 1988 a 2012, la proporción de mujeres con sobrepeso con edades de entre 20 y 49 años había incrementado de 25% a 35.5% y las mujeres obesas en este grupo aumentaron de 9.5% a 37.5%.<sup>4</sup> Un asombroso 29% de niños mexicanos de entre 5 y once años tenía sobrepeso, al igual que 35% de los muchachos de entre 11 y 19, mientras que uno de cada diez niños en edad escolar sufría de anemia.

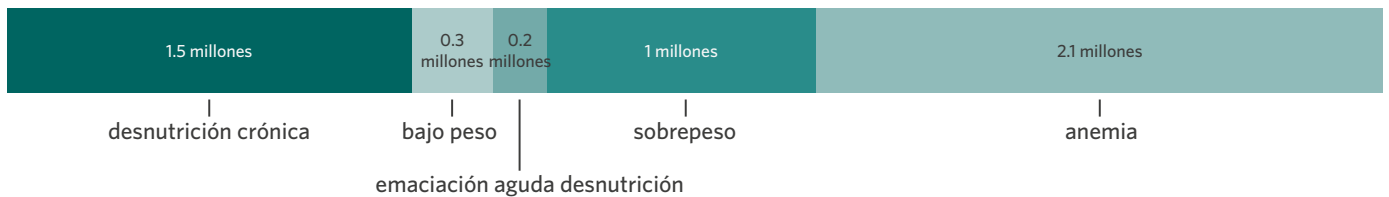
3. Julio Boltvinik, “La Cruzada Nacional contra el Hambre: ve un árbol pero no el bosque”, La Jornada, 22 de noviembre, 2013. Boltvinik es responsable de resaltar la encuesta mencionada mostrando que las políticas públicas contra el hambre no responden ante los reales problemas.

4. Julio Boltvinik, *op.cit.*



Veintinueve por ciento de niños entre 5 y 11 años tiene sobrepeso. En el otro extremo, dos millones de niños están desnutridos y tiene bajo peso. (Foto:HBO)

Gráfico 2. Millones de infantes mexicanos sufren de desnutrición



Fuente: Ensanut

El nivel de diabetes en México también preocupa. La Federación Mexicana de Diabetes afirma que entre 6.5 millones y 10 millones de personas sufren de diabetes en México y que por lo menos dos millones de ellas no lo saben. Un 7% de la población mexicana tiene diabetes. La incidencia crece 21% para la gente entre 65 y 74 años. La diabetes es la tercera causa de muerte en México, directa o indirectamente. En 2012, México ocupó el sexto lugar mundial en muertes por diabetes. Para 2025, dicen los expertos, habrá 11.9 millones de mexicanos con diabetes.<sup>5</sup>

La obesidad y la diabetes funcionan juntas; su interacción es tan fuerte que ya emergió un nuevo nombre: “diabesidad”.

“La diabetes asociada a la obesidad es un grave

problema de salud para México y su costo total en nuestro país pasó de 2 mil 970 millones de pesos en 2003, a 8 mil 836 millones de pesos en el 2010, un aumento de más de 290% en sólo siete años”, señaló Alejandro Calvillo, director de la organización El Poder del Consumidor. “De acuerdo a la Unidad de Análisis Económico de la Secretaría de Salud, se estima que el gasto total para la atención del sobrepeso y obesidad en nuestro país puede crecer de casi 80 mil millones de pesos que se necesitan actualmente a más de 150 mil millones en 2017”, dijo también.<sup>6</sup>

Estos datos no se pueden explicar diciendo: “la gente come diferente porque tiene más posibilidades y opciones”, como sugieren algunos relatos. La realidad es que ciertos alimentos le son impuestos al país, mientras que

5. Accu-check, “Diabetes en México” y Alianza por la salud alimentaria, “Diabetes: #1 causa de muerte en México”, 21 de mayo, 2013.

6. Alianza por la salud alimentaria, “Mueren medio millón de personas por diabetes en el sexenio de Calderón”, 8 de octubre, 2012.



La comida chatarra se esparce por todo México tras la imposición del TLCAN. Las porciones de 8 onzas de gaseosas y bebidas envasadas aumentaron de 275 por persona anuales en 1992 a 487 porciones por persona al año en 2002. (Foto: Judy Bankman)

Tabla 1. Millones de adultos mayores de 20 años obesos o con sobrepeso

	sobrepeso	obesidad	total
hombres	22.5	8.7	31.2
mujeres	26.1	13.4	39.5
total	48.6	22.1	70.7

Fuente: Ensanut

los alimentos que la gente cuidaba y producía según sus tradiciones y necesidades reales se vuelven más y más escasos.

### El efecto TLCAN

Los varios tratados de libre comercio que México ha firmado a lo largo de los últimos veinte años han tenido un fuerte impacto en los sistemas alimentarios del país. Tras su misión a México en 2012, el entonces Relator Especial para el Derecho a la Alimentación, Olivier De Schutter, concluyó: “Las políticas comerciales que operan actualmente favorecen una dependencia mucho mayor de alimentos muy procesados y refinados con larga vida en anaqueles en vez del consumo de alimentos más perecederos y frescos, en particular fruta y vegetales... La emergencia de sobrepeso y la obesidad que enfrenta México pudo haberse evitado, o en gran medida mitigado, si las preocupaciones de salud ligadas a dietas cambiantes se hubieran integrado al diseño de las políticas”.<sup>7</sup>

La liberalización de la inversión provocada por estos acuerdos o tratados es una fuente del problema tanto como los aspectos comerciales.

7. Informe del Relator Especial para la Alimentación Olivier De Schutter, adenda, Misión a México, Human Rights Council, Decimonovena sesión, Agenda ítem 3, 17 de enero, 2012, A/HRC/19/59/Add.2

Según Corinna Hawkes, los instrumentos del TLCAN están, de hecho, impulsando aspectos cruciales, clave, que modelan el tipo de integración económica que impulsan los socios poderosos: “deslocalización de la producción y comercio global de la comida; inversión directa en el procesamiento de alimentos y un cambio en la estructura del menudeo (es notable el advenimiento de los supermercados y las tiendas de conveniencia); la emergencia de las agroempresas globales y las compañías alimentarias transnacionales; la profundización de la promoción y publicidad global de los alimentos”.<sup>8</sup> Los instrumentos del TLCAN también promovieron el desarrollo de reglas e instituciones globales “que gobiernan la producción, el comercio, la distribución y la mercadotecnia de los alimentos”, y “la compra de productos y servicios de marca”, algo que crea “incentivos para que las transnacionales alimentarias crezcan mediante integración vertical y dislocación”.<sup>9</sup>

El TLCAN requirió que México aplicara un trato igual a los inversionistas internos y a los extranjeros, al eliminar las reglas que impedían que los inversionistas

8. Corinna Hawkes, “[Globalization and Health, Uneven dietary development: linking the policies and processes of globalization with the nutrition transition, obesity and diet-related chronic diseases.](#)” International Food Policy Research Institute, Washington DC, 2006.

9. La integración vertical es “cuando una compañía reúne todo el proceso de producción, distribución y venta de un alimento particular bajo su control mediante la compra o contratación de otras empresas o servicios a nivel mundial, lo que reduce los costos de transacción asociados con tener varios proveedores. En la dislocación global la compañía busca sitios de producción, y puntos de venta donde los costos son menores y donde los regímenes regulatorios, políticos y sociales, son favorables. Esto permite que las corporaciones reduzcan costos y se protejan contra la incertidumbre de la producción y de las ventas”. Corinna Hawkes, *op.cit.*

extranjeros mantuvieran más del 49% de una compañía. También prohibió la aplicación de ciertos “requisitos de desempeño” como el de un mínimo de contenidos nacionales en la producción. Las nuevas leyes que hubieran podido meter en cintura a las inversiones extranjeras una vez establecidas, fueron deshabilitadas por el notorio capítulo de resolución de conflictos entre el Estado y los inversionistas.

El TLCAN disparó un torrente inmediato de inversión extranjera directa (IED) de Estados Unidos a la industria mexicana de alimentos procesados. En 1999 “Las compañías estadounidenses invirtieron 5 mil 300 millones de dólares en la industria de procesamiento de alimentos, un aumento de 25 veces los 210 millones invertidos en 1987, y más del doble de los 2 mil 300 millones del año anterior al TLCAN”, dice la investigadora Corinna Hawkes. Entre 1999 y 2004, “más o menos dos tercios de los 6 mil 400 millones de dólares de IED en las industrias agrícolas y de alimentos procedían de Estados Unidos. Cerca de 3/4 partes de esa IED fue a la producción de alimentos procesados, lo que estimuló un crecimiento considerable del sector. Entre 1995 y 2003, las ventas de los alimentos procesados se expandió un 5-10% anual en México”.<sup>10</sup>

Las ventas de productos de harina horneada, lácteos, comida chatarra y bocadillos creció mucho más que cualquier otra categoría, en particular las bebidas refrescantes. Las porciones de 8 onzas de gaseosas, jugos, y preparados envasados aumentaron de 275 por persona anuales en 1992 a 487 por persona al año en 2002.<sup>11</sup>

México es ahora uno de los diez principales productores de alimentos procesados en el mundo, y todas las mayores corporaciones transnacionales del ramo, tales como PepsiCo, Nestlé, Unilever y Danone, han expandido sus enormes operaciones mexicanas.<sup>12</sup>

Estas compañías están haciendo muchísimo dinero. Las ventas totales de los alimentos procesados en México fue en 2012 del orden de los 124 mil millones de dólares, y las corporaciones del ramo se embolsaron ganancias del orden de los 28 mil 330 millones de dólares por estas ventas, 46.6% [unos 9 mil millones de dólares] más que Brasil, la economía más grande de América Latina.<sup>13</sup>

*The Economist* afirma que no son sólo los bajos costos (“México ofrece ahorros 14.1% respecto de Estados

10. *Ibidem*.

11. *Ibidem*.

12. Roberto Morales, “Alimentos, una industria muy pesada”, *El economista*, 25 de octubre, 2013.

13. *Ibidem*.

Unidos”) sino otras ventajas competitivas que les ofrece a las “industrias alimentarias”, tales como “la red de tratados comerciales, que le permite a estas empresas acceder con preferencias arancelarias a grandes mercados como Europa y Estados Unidos”,<sup>14</sup> lo cual vuelve a México una especie de refugio para las compañías procesadoras, un refugio donde pese a la crisis económica global “las ventas de los establecimientos comerciales al menudeo han crecido de manera constante en los últimos tres años.”<sup>15</sup> Hasta ahora México ha firmado 12 acuerdos de libre comercio con 44 naciones, 28 acuerdos bilaterales de inversión y 9 acuerdos de cooperación económica.<sup>16</sup>

## Un impuesto simbólico

En 2014, el gobierno mexicano, bajo presión para lidiar con la creciente crisis de salud, puso en vigor una ley para aplicarle 8% de impuestos a todos los alimentos empacados con alto contenido calórico, incluida la mantequilla de maní (o cacahuete) y los cereales endulzados para desayunar. Aprobó también un impuesto



Tiendita o miscelánea de barrio.  
(Dibujo: Rini Templeton)

especial de un peso (unos 8 centavos de dólar hasta antes de la más reciente devaluación) por litro de bebidas refrescantes embotelladas.<sup>17</sup> El gobierno divulgó sus acciones como una dura medida para frenar las ventas de la comida chatarra. Pero sin acciones complementarias que alienten opciones alternativas saludables

14. Ver también Secretaría de Economía y ProMéxico “[Inversión y Comercio, Alimentos Procesados](#)”, Unidad de Inteligencia de negocios, México, 2013.

15. Roberto Morales, *op.cit*.

16. Pro-Mexico, “[México y sus Tratados de Libre Comercio con otros países](#)”.

17. Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Servicio de Administración Tributaria (gobierno mexicano), [Resolución Miscelánea fiscal 2014](#).

a los alimentos procesados que han inundado el mercado mexicano y los barrios más pobres en particular, el impuesto aparece tan sólo como una manera de tomar su parte del lucrativo comercio de comida chatarra que las propias medidas del gobierno han facilitado. La única diferencia es que los consumidores mexicanos pagan más ahora por los alimentos que los están matando.

Justo después de que se promulgó el impuesto en cuestión, PepsiCo, uno de los principales productores de comida chatarra en el país, una inversión de 5 mil millones de dólares en sus operaciones mexicanas, al tiempo que Nestlé confirmó una inversión de mil millones de dólares.<sup>18</sup> Contrariamente a lo que uno esperaría, la inversión no se aplica tan sólo a publicidad o comercialización sino a innovación, construcción de marca, infraestructura, y nuevos vínculos con la agricultura, relaciones públicas y “proyectos” con las comunidades.<sup>19</sup>

### El dominio del punto de venta

Una de las razones por las que las grandes corporaciones de alimentos están tan confiadas en su capacidad para incrementar sus ventas, pese al nuevo impuesto, es el alto nivel de control que ejercen sobre la distribución de sus productos. Esto, dice Corinna Hawkes, fue el “segundo efecto” del TLCAN sobre el sistema alimentario mexicano<sup>20</sup>: un explosivo crecimiento de cadenas de supermercados, almacenes de descuento y tiendas de conveniencia, “de menos de 700 a 3 mil 850 tan sólo en 1997, y 5 mil 729 en 2004”.<sup>21</sup> El éxito de Wal-Mart en el país —hoy por hoy “la cadena minorista líder de la nación”— y de otros supermercados, sólo la sobrepasa el crecimiento de las “cadenas de tiendas de conveniencia” (que venden “un número limitado de artículos y productos de conveniencia las 24 horas al día”).

En estas nuevas tendencias de la distribución al menú los enormes supermercados son, por supuesto, importantes porque concentran bienes, pero el objetivo central es sustituir las tiendas de la esquina (“las tienditas”), apoderándose agresivamente de territorios de comercio antes independientes.

Las corporaciones alimentarias comenzaron colonizando las redes existentes, dominantes, de distribución de alimento de los vendedores en pequeña escala, conocidas como *tiendas*, *misceláneas*, *estanquillos*. Expendios en la esquina, en los barrios. Existen todavía 400 mil de



Puesto callejero de comida.  
(Dibujo: Rini Templeton)

estos puntos de venta en México: lugares menores a 10 metros cuadrados, que venden una variedad limitada de productos y cuyo equipo de refrigeración e inventario es limitado.<sup>22</sup>

“Las *tiendas* fueron cruciales para la diseminación de la *comida chatarra*; son el medio por el que las compañías alimentarias transnacionales y nacionales venden y promueven sus productos a las poblaciones más pobres en los pueblitos y comunidades”, dijo Corinna Hawkes en 2006. “Más de 90% de todas las ventas de Coca-Cola y PepsiCo [a principios de la década del 2000] provenía de las *tiendas*”.<sup>23</sup>

Las corporaciones inundaron los canales de distribución de las tiendas con productos que impulsaban el consumo y bajaban los costos de transportación (empacando las entregas de varios artículos producidos por la misma compañía a cada uno de los destinos seleccionados).

PepsiCo, por ejemplo, no sólo distribuye sus refrescos a las *tiendas* sino también múltiples variantes de sus papas fritas Sabritas y otros bocadillos relacionados, al igual que su línea de dulces Sonric’s. Cada producto tiene una venta enorme por lo que la industria llama “el control absoluto del punto de venta”. Entonces, la disponibilidad se volvió el factor crucial en la compra y el consumo. La gente consumirá lo que encuentre a la mano, y los artículos disponibles son en su inmensa mayoría sólo alimentos procesados.

Debemos entender que las tiendas, pero las de conveniencia aun más, no sólo venden lo que se acepta como comida chatarra. Esos sitios venden una no tan

18. PepsiCo, “PepsiCo Announces Plans for \$5 Billion Investment in Mexico”, 24 de enero, 2014.

19. Eric Schroeder. “PepsiCo, Nestlé plan big push in Mexico”, 24 de enero, 2014.

20. Corinna Hawkes, *op.cit.*

21. *Ibidem.*

22. USDA Foreign Agriculture Service Gain Report, “Mexico’s Retail Food Sector”, 16 de febrero, 2005.

23. Corinna Hawkes, *op.cit.*



Oxxo (propiedad de Femsá, subsidiaria de Coca-cola) inaugura un promedio de 3 tiendas diarias —y abrirá su tienda 14 mil en México este 2015.

(Foto: Theldamatter/Wikicommons)

vasta variedad de alimentos procesados, empacados, embotellados, enlatados, haciendo que algunos artículos comestibles procesados específicos sean lo único disponible.

Las tiendas están perdiendo terreno ante los minoristas corporativos que le ofrecen a las compañías procesadoras mucho más oportunidades para vender y ganar.

Hacia 2012, las cadenas minoristas habían desplazado a las tiendas como fuente principal de venta de comestibles, con 35% del mercado nacional, mientras las tiendas mantenían un 30% y los mercados callejeros el 25%.<sup>24</sup> Según la Cámara Mexicana de Comercio cierran cinco tiendas por cada tienda de conveniencia que abre.<sup>25</sup>

Por ejemplo Oxxo (propiedad de Femsá, la subsidiaria de Coca-cola) triplicó sus locales a 3 mil 500 entre 1999 y 2004.<sup>26</sup> En julio de 2012, Oxxo estaba abriendo su local número 10 mil, y busca abrir su local 14 mil en algún momento de 2015.

Esto significa abrir unas mil tiendas al año, un promedio de 3 locales diarios.<sup>27</sup> Oxxo estaba recibiendo 19 mil millones de pesos (más de mil millones de dólares) durante el primer trimestre de 2012.<sup>28</sup> Durante el tercer trimestre de 2014, Oxxo recibió 72 mil 400 millones de

24. El 10% restante, que no se toma en cuenta son los hoteles, los restaurantes y los cafés. Ver Agencia Andaluza de Promoción Exterior, "Nota sectorial alimentaria en México", Mayo 2012, PDF.

25. USDA, Foreign Agriculture Service, Gain Report, Mexico's Retail Food Sector, *op.cit.* Citado en Corinna Hawkes, *op.cit.*

26. *Ibidem.*

27. Jesús Ugarte, "Oxxo va por 1,000 nuevas tiendas anuales", 29 de octubre, 2012.

28. Jesús Ugarte, "Oxxo, el pequeño emperador minorista", CNN-expansión, 13 de julio, 2012.

pesos (más de 5 mil millones de dólares), 13.2% más que un año antes.<sup>29</sup>

El crecimiento de las ventas de Oxxo fue diez veces mayor que el de Soriana, la segunda mayor cadena de supermercados en México.<sup>30</sup> Durante 2014 Oxxo sobrepasó a Soriana en ventas al menudeo, y se colocó como el segundo minorista del país, dejando a las tiendas, y a las familias que las manejan, literalmente en el polvo.<sup>31</sup> Ahora, Soriana se apoderó de una de las cadenas más grandes de supermercados en el país, Comercial Mexicana, y los expertos afirman que Soriana recuperará el segundo puesto en el menudeo, atrás de Wal-Mart.<sup>32</sup>

### ¿Dulce remedio para el hambre?

Las compañías procesadoras de alimentos factor crucial en la emergencia de salud que vive México, gastan enormes sumas de dinero en relaciones públicas para maquillar los enormes problemas que generan sus alimentos y sus campañas de publicidad. Por todo México, los anuncios asocian sus corporaciones con valores familiares, sostenibilidad, caridad, buena salud y empleos de calidad.<sup>33</sup> Las compañías están muy interesadas en verse asociadas en campañas gubernamentales, y lo extraño es que los gobiernos en México buscan también su participación.

En abril de 2013, la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol), firmó algunos convenios con PepsiCo y Nestlé para involucrarlos en la Cruzada Nacional contra el Hambre, promovida por el gobierno.<sup>34</sup> Con este convenio Sedesol se compromete a "apoyar con subsidios federales la ejecución de los proyectos en las zonas prioritarias seleccionadas", mientras las corporaciones dicen que junto al gobierno buscan contribuir a "garantizar la seguridad alimentaria y a hacerla posible a través de productos nutritivos a la población en situación de pobreza y extrema pobreza".

29. Jesús Ugarte, "Adquisiciones y Oxxo le ponen 'gas' a Femsá", *El Financiero*, 28 de octubre, 2014.

30. Miguel Ángel Pallares, "Oxxo va por el puesto de Soriana en 2014", *El Financiero*, 26 de noviembre, 2013.

31. *Ibidem.*

32. Silvia Olvera, "Desbanca Soriana a Oxxo", *El Norte*, sección Empresas, 2 de febrero, 2015.

33. Vean el folleto de Sabritas: *Performance with Purpose, Sabritas Sustainability Report 2013.*

34. El programa gubernamental que dice combatir el hambre desde abajo pero que se basa en la intervención de grandes corporaciones (tales como Pepsico y Nestlé, figuras prominentes como Grazziano Da Silva de FAO o el expresidente Lula Da Silva de Brasil y millonarios como Bill Gates y Carlos Slim.



El gobierno mexicano se asoció con Nestlé en la llamada Cruzada contra el Hambre, impulsando que grupos de mujeres promuevan alimentos nutritivos. Usando productos Nestlé, por supuesto.

PepsiCo se comprometió a desarrollar dos productos fortificados con base en la avena de su marca Quaker, y a construir un Centro Global de Innovación en Horneado y Nutrición en Monterrey, México.<sup>35</sup>

Nestlé prometió una nueva planta de procesamiento de café en Guerrero y la expansión de varios proyectos, incluido uno centrado en “mujeres empresarias” llamado Mi Dulce Negocio que la compañía ya desarrolla en Venezuela y en Bolivia. Con el proyecto, Nestlé planea capacitar a 1,500 mujeres para que confeccionen postres dulces pero “nutritivos” que contengan productos Nestlé además de darle a estas mujeres los instrumentos necesarios para que ellas, a su vez, capaciten a otras diez mujeres cada una. En total, se movilizaría un “pequeño ejército” de 15 mil mexicanas que se movilizarían en las “zonas prioritarias” por todo el país promoviendo el modo Nestlé de nutrir a los niños con el respaldo del financiamiento de la Secretaría de Desarrollo Social.

### Apoyar a los ricos, a los pobres compensarlos.

México es un país donde 78.5 millones de personas sufre de algún grado de inseguridad alimentaria de lo leve a lo severo.

Además, cerca de 48.5 millones de personas adultas mexicanas son obesas o sufren de sobrepeso —7 de cada 10 adultos— y 22 millones de adultos sufren de obesidad.

35. PepsiCo y Sedesol, “[Convenio de Concertación que para la realización de acciones en el marco de la Cruzada contra el Hambre, celebran, por una parte, el Ejecutivo Federal a través de la Secretaría de Desarrollo Social \[...\] y por otra parte la Fundación Pepsico México AC \[...\]](#)”

“Estas personas estarán enfermas un promedio de 18.5 años durante su tiempo de vida”. Y el problema aumenta en todos los niveles de ingreso, aunque el aumento más rápido ocurre entre el 20% más pobre.<sup>36</sup>

Las consecuencias son considerables —crecientes tasas de diabetes tipo 2, enfermedades cardiovasculares y diferentes formas de cáncer.

La Cruzada contra el Hambre en México no resolverá el problema. Ninguna campaña contra el hambre será eficaz con tan sólo algunos proyectos demostrativos piloto esparcidos por un territorio tan grande como el mexicano. La Cruzada Contra el Hambre tiene como objetivo sólo 7.8 millones de personas —10 veces menos que el número de mexicanos que sufren de seguridad alimentaria.<sup>37</sup> Las zonas calificadas de prioritarias por el proyecto ni siquiera son las zonas de pobreza o hambre extremos de acuerdo a la definición del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval).<sup>38</sup>

Se requiere un enfoque mucho más complejo y radical que el impuesto a lo dulce y la cruzada del hambre propuestos por el gobierno. Se requiere ir contra el imperio de los alimentos procesados, cuyos tentáculos ahora llegan a todo el espacio urbano y avanzan y se dispersan por todo el ámbito rural.

La terrible verdad es que “entre 1999 y 2006, el consumo de bebidas endulzadas se duplicó y que hoy, un 10% de la ingesta energética total de los mexicanos proviene de estas bebidas”. Y es crucial que obtengan esa energía. Ponerle impuesto a los refrescos es tan sólo un “instrumento de política suave”, dice el anterior Relator Especial para el Derecho a la Alimentación, Olivier De Schutter, porque “localiza el problema del sobrepeso y la obesidad en la conducta de los consumidores, cuando de hecho el problema surge del sistema alimentario total”.<sup>39</sup>

De acuerdo a De Schutter, para que un programa enfrente efectivamente el hambre y la desnutrición, tiene que poner su foco en el campesinado y los agricultores en pequeña escala. Ellos constituyen un porcentaje sustancial de los pobres de México, y son los que

36. Olivier De Schutter, *op.cit.*

37. Julio Boltvinik, “La Cruzada Nacional contra el Hambre: *op.cit.*”

38. Las zonas están en 125 comunidades urbanas en 24 municipios en 11 estados del país. Norma Trujillo Báez, “[Subsidiará la Sedesol programa empresarial impulsado por Nestlé](#)”, *La Jornada Veracruz* en línea, 13 de mayo, 2013. Ver Sedesol-Nestlé, “[Convenio de Concertación que para la realización de acciones de desarrollo de diversos proyectos productivos...](#)” *op.cit.*, Quinta cláusula.

39. Olivier De Schutter, *op.cit.*





Para lidiar efectivamente con el hambre y la desnutrición México debería respaldar a sus campesinos y productores en pequeña escala. (Dibujo: Rini Templeton)

mejor abastecen a las poblaciones rurales y urbanas con alimentos nutritivos.<sup>40</sup>

Pero en México, “la mayoría de los programas agrícolas no se dirigen a los pobres: tomados globalmente, los gastos públicos en agricultura son muy regresivos [...] Aunque más de 95% de los gastos en programas sociales del gobierno mexicano bajo su Programa Especial Concurrente para el Desarrollo Sustentable (PES) tienen como objetivo a los pobres, menos del 8% del gasto en programas agrícolas se dirige a esa población de pobres”. El Relator insiste: “Estudios recientes indicaron que las políticas agrícolas favorecen a los estados, los municipios y los productores o establecimientos más ricos. En 2005, los seis estados más pobres recibieron sólo 7% del gasto público en agricultura, pese a que esas entidades son el hogar de 55% de los pobres en extremo”.

40. El conflicto en México entre el Jarabe de Alta Fructosa de Maíz (JAFM) y la azúcar requiere más argumentos e investigación. La evidencia apunta a que el JAFM está impulsando la importación de maíz industrial a México (posiblemente GM) o aun su producción, alterando más el objetivo tradicional de la agricultura que es producir alimentos y no mercancías o materias primas. Ver “[Rompen récord, importaciones mexicanas de maíz](#)”, *El economista*, 7 de enero, 2014; Alicia Loyola Campos, “[Azúcar-fructosa: el sabor amargo de un comercio desigual](#)”, febrero, 2003; Nydia Egremy, “[La amarga guerra de la fructosa](#)”, *Fortuna, negocios y finanzas*.

De Schutter finaliza: “En un país donde 80% de los campesinos tiene menos de 5 hectáreas, sería deseable destinar más recursos a respaldar a los agricultores en pequeño, en áreas deprimidas, ya que los programas en curso no responden eficazmente a la pobreza rural”.<sup>41</sup>

Tras escuchar cientos de testimonios por todo el país, el jurado internacional del Tribunal Permanente de los Pueblos, que dictó sentencia en noviembre de 2013 en el caso relacionado con la soberanía alimentaria, llegó a una conclusión semejante.

*México podría alcanzar en poco tiempo la autosuficiencia, si se apoyara a la agricultura campesina con montos semejantes a los que se otorgan a la agricultura empresarial. Una de las condiciones para ello sería reconstituir los instrumentos de apoyo al campo inhabilitados por el TLCAN. La pérdida de soberanía alimentaria que esta política ha provocado tiene como uno de sus componentes principales una modificación inducida de la dieta mexicana con efectos catastróficos. México padece uno de los más altos índices del mundo de obesidad, diabetes e hipertensión. Ocupa el primer lugar mundial en el consumo por persona de refrescos de cola y uno de los primeros lugares en el consumo de la llamada “comida basura”. Al mismo tiempo, ha empezado a disminuir el consumo de productos de maíz por primera vez en la historia. Mientras Vía Campesina plantea que el primer componente de la soberanía alimentaria es la producción autónoma de alimentos y que la propia gente defina lo que come, en México se ha realizado una costosa campaña [la Cruzada contra el Hambre], a través de una alianza cómplice de los gobiernos, las corporaciones y los medios, para impulsar hábitos de consumo que bajo la cobertura de la modernización han estado destruyendo sistemáticamente las preferencias alimentarias de mexicanas y mexicanos.*<sup>42</sup>

Para enfrentar la crisis alimentaria y de salud, México requiere, ni más ni menos, que una reformulación total de las desastrosas políticas mexicanas de comercio e inversión y respaldar plenamente a los campesinos y productores en pequeña escala.

41. Olivier De Schutter, *op.cit.*

42. Tribunal Permanente de los Pueblos, Fundación Lelio Basso, Mexico: Libre Comercio, Violencia, Impunidad y Derechos de los Pueblos (2011-2014), *Sentencia: Violencia contra el maíz, la soberanía alimentaria y la autonomía de los pueblos*, Ciudad de México, 19-21 de noviembre, 2013.



GRAIN es una pequeña organización internacional sin fines de lucro que trabaja apoyando a campesinos y agricultores en pequeña escala y a movimientos sociales en sus luchas por lograr sistemas alimentarios basados en la biodiversidad y controlados comunitariamente. GRAIN elabora varios informes al año. Estos son documentos de investigación de mayor profundidad, que entregan antecedentes y análisis detallados sobre temas específicos.

GRAIN quisiera agradecer a los varios amigos y colegas que comentaron sobre este informe o que ayudaron a que tomara forma.

La colección completa de informes de GRAIN puede ser encontrada en nuestro sitio web en:

[www.grain.org/article/categories/13-a-contrapelo](http://www.grain.org/article/categories/13-a-contrapelo)

GRAIN,  
Girona 25 pral., 08010 Barcelona, España  
Tel: +34 93 301 1381, Fax: +34 93 301 16 27  
Email: [grain@grain.org](mailto:grain@grain.org)  
[www.grain.org](http://www.grain.org)