

# La alimentación de los mexicanos

Cambios sociales y económicos, y su impacto en los hábitos alimenticios

**CANACINTRA**

realizado por Pedro García Urigüen



# **LA ALIMENTACIÓN DE LOS MEXICANOS**

**Cambios sociales y económicos, y su impacto en los hábitos alimenticios**

**CANACINTRA**

*Realizado por Pedro García Urigüen*

**La alimentación de los mexicanos.  
Cambios sociales y económicos, y su impacto en los hábitos  
alimenticios.**

Primera edición, 2012

Cámara Nacional de la Industria de Transformación

DESARROLLO E INVESTIGACIÓN

Pedro García Urigüen

DISEÑO EDITORIAL, FORMACIÓN Y DISEÑO DE CUBIERTA

Pedro Omar Guadarrama Vega

CUIDADO EDITORIAL

Soluciones de Comunicación, S.C.

**CANACINTRA**

Av. San Antonio 256, Ampliación Nápoles

C.P. 03849, México D. F.

# ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	7
PRÓLOGO	9
INTRODUCCIÓN	13
Obesidad y sobrepeso	13
Alimentación y cultura	16
La comida mexicana	17
La composición del estudio	21
I. LA ALIMENTACIÓN EN MÉXICO	
Estudio sobre las tendencias y costumbres en la alimentación del mexicano	23
1.1 Descripción de los estudios	23
1.1.1 Encuesta Ingreso–Gasto 2010: Gasto en Alimentos	29
1.1.2 Comparación internacional y nacional de ponderadores de índices de precios al consumidor relativa al gasto en alimentos y bebidas de algunos países	31
1.2 Estudios de la producción, consumos y tendencias alimentarias	35
1.3 Estudio del Consumo Nacional Aparente	35
1.4 Estudio del gasto en alimentos	81
1.5 Tendencias de la alimentación urbana	97
1.6 Estudio de las tendencias alimentarias	101
1.6.1 Comida dentro de los hogares	109
1.6.2 Alimentos durante el fin de semana	112
1.7 Tendencias de los distintos tipos de categorías de alimentos	114
1.7.1 Vegetales y frutas	114
1.7.2 Lácteos	114
1.7.3 Carne, pollo y pescado	115
1.8 Tendencias y características de alimentación en México	116
1.8.1 Comida rápida (fast food)	116
1.8.2 Nutracéuticos	117
1.8.3 Impacto de los nuevos productos industrializados	117
1.8.4 Unidades económicas que prepara alimentos	119
1.8.5 Los alimentos entre comidas	130

1.8.6 La comida en las casas	130
1.8.7 ¿Qué tanto satisfacen sus necesidades de alimentación?	131
1.8.8 ¿Cuánto tiempo emplean los habitantes de las ciudades en comer?	140
1.9 Motivaciones, frenos y aspectos simbólicos y sociales de la comida	142
1.9.1 Niños	144
1.9.2 Adolescentes	148
1.9.3 Adultos jóvenes	154
1.9.3.1 Mujeres	159
1.9.3.2 Hombres	164
1.9.4 Categorías más importantes	167
2. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL, FASE CUANTITATIVA	
Grado de conciencia entre lo que se debe comer, lo que se come y lo que se desea comer, tomando en cuenta lo nutrimental, lo sano y lo sabroso	173
2.1 Encuesta en viviendas	173
2.2 La mujer y las tendencias alimentarias	181
2.3 Tipologías	183
2.4 Hábitos, tendencias y percepción del consumo de alimentos	186
2.5 Atributos de alimentos, aderezos y bebidas	192
2.5.1 Atributos diferenciadores de alimentos	192
2.5.2 Atributos diferenciadores de aderezos	193
2.5.3 Atributos diferenciadores de bebidas	194
2.5.4 Preferencia por alimentos frescos y procesados	195
2.5.5 Preferencia por alimentos frescos vs. procesados por ciudad, nivel socioeconómico y tipología	195
2.5.6 Razones de preferencia por alimentos procesados	195
2.5.7 Razones de preferencia por alimentos frescos	196
2.5.8 Imagen de otros alimentos	196
2.5.9 Imagen de alimentos por ciudad y tipología	196
2.5.10 Fuentes de información sobre alimentos y bebidas	197
2.5.11 Conclusiones	197
3. ALIMENTACIÓN RURAL	199
4. CAMBIOS SOCIOECONÓMICOS, SEGURIDAD ALIMENTARIA, INDUSTRIA DE ALIMENTOS, URBANIZACIÓN, VALORES Y SEDENTARISMO	217
4.1 Cambios socioeconómicos	217
4.1.1 Caminos, ferrocarriles y comunicaciones	221

4.1.2 Inversión extranjera	222
4.1.3 Minería	222
4.1.4 Comercio exterior, industrialización y mercado interno	223
4.1.5 Agricultura	225
4.1.6 Crédito, finanzas y aspectos fiscales	227
4.1.7 La transición Porfiriato-Revolución	228
4.1.8 El impacto económico de la Revolución	228
4.1.9 El impacto institucional	229
4.1.10 El campo	239
4.2 Seguridad alimentaria	243
4.3 Industria alimentaria de México	248
4.4 Urbanización	253
4.4.1 Contraste urbano-rural	260
5. LOS VALORES DEL MEXICANO	263
5.1 Contraste entre la sociedad tradicional y la postmoderna	270
5.2 La mujer y la alimentación	274
6. EL SEDENTARISMO	277
CONCLUSIONES GENERALES POR TEMA	295
C.1 Encuesta Ingreso-Gasto 2010 a Nivel Nacional	295
C.2 Análisis de la tabla de consumo en gramos o mililitros	296
C.3 Producción de alimentos	297
C.4 Estudio cualitativo	300
C.5 Alimentación rural	301
C.6 Tendencias dimensión <i>ser-deber ser</i>	303
C.7 Tendencias alimentarias. Estudio antropológico	305
C.8 Estudio sobre la percepción de lo que es nutritivo y lo que es sabroso	306
C.9 ¿Qué comen y dónde comen fuera de hogar?	307
C.10 Comida de alto valor calórico y bajo valor nutricional	307
C.11 Industria alimentaria	308
C.12 Seguridad alimentaria	308
C.13 Cambios socioeconómicos y demográficos	308
C.14 Los valores del mexicano	312
C.15 Sedentarismo	313
C.16 Análisis de las iniciativas en materia legislativa	314

<b>ANEXOS</b>	317
Anexo 1 — Comentarios a los puntos de vista, exposiciones y trabajos de diversas instituciones internacionales, nacionales y organismos no gubernamentales	317
Anexo 2 — Recopilación y análisis de las iniciativas que reforman diversas disposiciones legales en materia de obesidad, de la LXI Legislatura	325
<b>BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS</b>	333

# AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Sergio Cervantes Rodiles, Presidente Nacional de CANACINTRA, por su apoyo para la realización de este trabajo. Asimismo, a José Carlos Calzada Ortega, a Raúl Rodríguez Márquez, a Clarissa Salas Chacón, a Ana Libia Leyva Hernández, a Juan Carlos Pardo Bejarano, a Marcela Martínez Pichardo, a Víctor García Aguilera, a Ángel Reyes Briones, a Andrés del Bosque Prieto, a Mariano Salceda Servín de la Mora, a Heladio Verver y Vargas Ramírez, a Luis Armando Ocaranza Ordaz, a Alejandro Celis Albarrán y a Francisca Vargas Martínez Gallardo, por toda la cooperación, ayuda, aliento, crítica y consejo, que fueron indispensables para que este estudio se llevara a cabo; sin su apoyo hubiera sido imposible realizarlo.

Para David Silvio Loyola Mandolini, Gonzalo Méndez Rodríguez, José de Jesús Castillo Pantaleón y Erika Ruiz Sotelo, mi reconocimiento por su trabajo e información, que permitieron que esta investigación tuviera los datos, las cifras y las recomendaciones necesarias para su elaboración.

Para Amaya Cárdenas Oteiza, Catalina Reachi Simón, Alma Andrea Olalde, Miguel Ángel García Paredes, Sergio Carvallo Garnica y Alfonso Moncada Jiménez, por su importante apoyo.

Para Heriberto López Romo, del Instituto de Investigaciones Sociales; para Armando Cobos Pérez, Valdemar Montalvo Monroy y Evencio Fernández Álvarez de CANAINCA; para Enrique Alduncin Abitia, de Alduncin y Asociados, y para Ana Laura Barro Guevara y Erika Rodríguez Carrillo de IBOPE AGB, mi más sincero agradecimiento por toda la información que me proporcionaron y me permitieron utilizar.

A Jorge Valencia García, Roberto del Rivero y Fátima López, les doy las gracias por su corrección de estilo y diseño de la obra.

Por último, y no menos importante, mi agradecimiento a Claudia Prieto González, por su ayuda en la recopilación de datos y la captura.

*Pedro García Uriquien*





## PRÓLOGO

Cuando Don Pedro García Urigüen, autor de *La alimentación de los mexicanos. Cambios sociales y económicos, y su impacto en los hábitos alimenticios*, me invitó a escribir este prólogo, pensé que se trataría de un libro que hablara anecdóticamente de la alimentación en México. Sin embargo, al revisar el texto, me sorprendió que el primer capítulo se llamara «Alimentación y cultura», y luego caí en cuenta de que el libro nos presenta desde un inicio diversas aristas de dos de los grandes problemas que enfrentamos como país en la actualidad: la obesidad y el sobrepeso. Esta obra plantea cómo las costumbres y los símbolos sociales se forjan a través de la cultura y ésta se convierte en un factor fundamental para que las personas determinen su forma de comer.

Abordar el tema de la comida no es tan sencillo como sólo pensar en lo que uno se lleva a la boca, sino que es preciso acercarse desde muchas de las vertientes que el libro nos presenta con detalle. Éstas van desde el conocimiento real de lo que estamos comiendo en el país (con la incorporación de 9 estudios que el autor comenta y analiza), hasta las razones por las cuales la obesidad y el sobrepeso afectan de manera tan intensa a las y los mexicanos.

Lo expuesto en este estudio nos indica que los alimentos y las bebidas responden a un sistema alimentario resultado de una cultura. De hecho, la cultura de la alimentación en México proviene de características rurales que se han amalgamado con las urbanas, y que han sido condicionadas por factores económicos y sociales en los últimos años. En la primera parte del libro se retoman dos análisis cualitativos y cuantitativos de lo que está pasando en nuestro país y en la segunda parte se analiza la información obtenida para ofrecer conclusiones, según la perspectiva del autor, sobre lo que sucede en la realidad mexicana.

Revisar la información que nos da Don Pedro García Urigüen en este libro ejemplar, me hace pensar que los cambios en la constitución corporal de las mexicanas y los mexicanos se deben a modificaciones paulatinas y profundas vividas en el lapso de los últimos 25 años en nuestra cultura de la alimentación, en las conductas sociales que influyen en los entornos familiares, así como en factores de la economía, como las múltiples crisis que se han presentado en nuestro país y a nivel mundial. Un

problema así de complejo no se puede abordar pues, de un modo tan simple como hacer que se dejen de vender «papitas» y «bebidas azucaradas».

Decir que la comida es cultura también nos lleva a pensar que hay cosas que gustan y cosas que no gustan; inclusive, cuando algo nos da placer y bienestar se puede convertir en una adicción, que puede ser a lo dulce, a lo salado o a un sabor determinado. Comer y, sobre todo, comer mal, se puede convertir en una adicción; si partimos de ese punto para enfrentar el problema se puede caer en la tentación de hablar de políticas públicas de reducción de la oferta y reducción de la demanda, lo cual sería una tremenda restricción, tanto como prohibir a la gente comer o provocar que desarrollen sentimientos de culpa por su formade comer.

El libro nos muestra los cambios en el comportamiento de compras y del consumo de los mexicanos, que ha aumentado particularmente en los cereales, las harinas y la carne. También nos ayuda a observar las grandes diferencias que existen entre los niveles económicos y lo que cada uno come, así como la forma en que las crisis económicas han influido en las decisiones de los que compran, adquieren y procesan los alimentos en el hogar.

Resulta trascendente el análisis que el texto plantea sobre la incorporación de la mujer a la vida laboral fuera del hogar, producto de las adversidades económicas, y cómo este fenómeno ha sido determinante en los cambios en la elaboración de los alimentos, en el acompañamiento de los hijos durante su alimentación y en la vigilancia necesaria para que niñas y niños puedan desarrollar actividad física. Este último factor es determinante, pues ahora tenemos niños confinados al interior de sus casas para protegerlos, pues no hay quien salga con ellos a jugar la calle; y dado que las casas hoy en día son pequeñas, sin espacios para hacer ejercicio, entonces tenemos niños y niñas que dedican más de cuatro horas a ver televisión o jugar videojuegos, en vez de realizar algún tipo de ejercicio.

La vida sedentaria de las áreas urbanas, que es paradójica en nuestra comunidad donde una alta proporción de personas se trasladan en transporte público, es un obstáculo para realizar actividad física indispensable (de por lo menos 150 minutos a la semana) para que la glucosa que se queda en los músculos pueda consumirse; mientras que en el área rural los factores son la disminución del trabajo físico por la mecanización del campo, la falta de producción (es decir, el abandono de la labranza de la tierra) y la comodidad del transporte cuando se comparten vehículos. Todo lo anterior ha hecho que enfermedades crónicas no transmisibles, como la obesidad y el sobrepeso, sean el problema de salud más frecuente entre los adultos de México.

Al momento que escribo este prólogo hay una gran incertidumbre sobre la alimentación en el mundo. El grupo del G20 está en la disyuntiva de convocar o no a una reunión extraordinaria por el riesgo del incremento de los precios de los granos, producto del clima tan atípico que se ha dado en el planeta combinado con la sequía y las crisis económicas recurrentes de países no industrializados e industrializados desde el 2008 a la fecha.

A nivel doméstico, ha sucedido que proteínas accesibles como el huevo, aprovechando la incertidumbre generada por una gripe aviar que mató el 10% del total de gallinas en México, ha propiciado el aumento en el precio de este producto; este hecho puede ser un detonante para que aumenten los precios de muchos alimentos en nuestro país. Como dijera en 2008 el entonces Secretario de Hacienda y Crédito Público, Agustín Carstens, es un «catarrito», pero de gallinas. Circunstancias como ésta influyen directamente sobre el gasto en alimentos de los mexicanos.

Actualmente observamos las consecuencias de soluciones bien intencionadas, pero simplistas, a problemas de fondo como la desigualdad y la pobreza de la población, y a los serios problemas de educación y de cultura; por tanto, es necesario elaborar políticas públicas de gran envergadura y largo plazo para lograr:

- Reducir el número de personas en situación de pobreza.
- Mejorar la educación de las personas.
- Fomentar la práctica de la actividad física.
- Promover la alimentación saludable.
- Fomentar el consumo de agua simple.
- Mejorar la convivencia familiar.

Los mexicanos somos muy trabajadores, destinamos de 8 a 16 horas del día a trabajar. Este tiempo significa que los padres están ausentes del cuidado de los hijos, de ahí que se pierda la oportunidad para compartir tiempo y, por ende se aumente el riesgo de perder la educación familiar por la falta de convivencia entre padres e hijos. Además, tenemos un grupo de futuros padres que están creciendo sin educación y valores. Es responsabilidad de todas y todos revertir este fenómeno.

Por otro lado, como se observa en esta obra, ha incrementado el consumo de agua embotellada hasta en un 2000%, de tal forma que se ha convertido en una gran oportunidad de negocio. Estoy de acuerdo que el agua se convierta en una bebida altamente consumida, el problema es

la falta de disponibilidad de agua potable en todo el territorio mexicano. Por ejemplo, en el altiplano mexicano el agua que consumimos es subterránea, contiene muchos minerales y metales por lo que requiere un tratamiento previo para que su consumo no sea dañino, además que en la zona hay continua escasez. Paradójicamente, en el sur del país hay una gran abundancia de agua, pero su calidad microbiana es muy mala, por lo que también requiere de tratamiento antes de ser bebida. Es primordial que exista disponibilidad de agua para todas y todos, especialmente para las niñas y niños.

El gobierno, la industria y la ciudadanía están conscientes del reto que implica combatir el sobrepeso y la obesidad. Se han intentado soluciones conjuntas y unilaterales pero, es necesario un gran acuerdo nacional que aborde el problema desde diversas vertientes, porque resulta paradójico dejar la solución a sustituir alimentos altamente industrializados (con condiciones controladas de producción, donde se tiene bien determinada la no existencia de grasas trans y la cantidad de calorías y azúcares que contienen), por alimentos no industrializados con malas prácticas de fabricación (donde las grasas trans y el contenido de calorías no están bien determinados) que se convierten en un problema aún más grave. Lo ideal es que podamos aprovechar los grandes canales de distribución existentes por algunas compañías de alimentos industrializados para repartir comida saludable.

Vale la pena preguntarse: ¿qué calorías proporcionan energía a los mexicanos?, ¿de qué calidad?, ¿qué está vislumbrando la industria para el futuro?, ¿tendrán las autoridades la convicción de implementar una política seria para atender la alimentación y nutrición de los mexicanos y combatir el sobrepeso y la obesidad?

Finalmente quiero felicitar a Don Pedro García Urigüen por este gran estudio, un hombre con una visión práctica y sensata, que hace práctico y sencillo lo profundo y real. Hago votos para que esta obra, esfuerzo de más de tres años, no sea un libro más en relación a la alimentación, sino que se convierta en un referente para todos los interesados y que genere una reflexión con el fin de propiciar conductas saludables, de lograr la buena alimentación de las y los mexicanos, y de fortalecer la legítima actividad económica producto de estas acciones con un sólo objetivo: que haya mexicanas y mexicanos sanos, longevos y felices.

*Dr. Heladio G. Verver y Vargas R.*

# INTRODUCCIÓN

## Obesidad y sobrepeso

La obesidad y el sobrepeso son dos enfermedades que, a diferencia de las transmisibles, son causadas por el hombre. Durante miles de años los seres humanos necesitaron enfrentarse a un ambiente que se caracterizó por la escasez de alimentos, y esto implicó un constante proceso de adaptación para sobrevivir a las condiciones ecológicas en que se encontraban.

De hecho, la esperanza de vida estaba determinada por la capacidad de superar múltiples enfermedades transmitidas por la acción de virus, bacterias y otros animales, que en ocasiones, diezmaron a los grupos humanos. Esta situación cambió a mediados del siglo XIX con la aparición de las vacunas y a principios del siglo XX, con el descubrimiento de los antibióticos; así, la humanidad aprendió a combatir eficazmente muchas de las enfermedades transmisibles.

Después de la Segunda Guerra Mundial, con la creación de la Organización de las Naciones Unidas, se formaron varias agencias con propósitos específicos, tales como: luchar contra las enfermedades, el hambre, la falta de higiene y sus consecuencias. Una de ellas fue la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, por sus siglas en inglés) que desarrolló un amplio programa para incentivar la producción de alimentos en todo el mundo, incluyendo planes de ayuda alimentaria a aquellos países que padecían escasez o hambruna. Un ejemplo de estas acciones fue la famosa «Revolución Verde» que se efectuó en la India y en México para garantizar el abasto de alimentos para la población; esta revolución significó la tecnificación de la agricultura y la ganadería y el consecuente desarrollo de la industria alimentaria.

Este tipo de programas parte de la premisa de que la alimentación es una necesidad esencial que todo ser humano tiene que satisfacer para conservar la vida. Pero, ¿cómo satisfacer esta necesidad con las condiciones objetivas y materiales en que el ser humano se encuentra?

Para poder satisfacer sus necesidades, el hombre se agrupa en sociedad; ésta es una estructura existencial consciente y organizada para conseguir determinados objetivos y finalidades y, sobre todo, para adquirir los medios —entre ellos, los alimentarios— que satisfagan las

necesidades colectivas e individuales. La sociedad por tanto, es un espacio existencial que condiciona la conducta humana.

Por otro lado, para que la sociedad pueda subsistir requiere de patrones implícitos y explícitos de comportamiento, que rijan su conducta y den sentido a su existencia. Adquiridos y transmitidos estos patrones, permiten la reproducción social asegurando su existencia en el tiempo. A este conjunto de conductas, costumbres y símbolos sociales, se le conoce como *cultura*, la cual, posee una dinámica que permite al grupo social adecuarse a las condiciones objetivas y materiales de cada momento.

La obesidad y el sobrepeso, tanto en México como a nivel mundial, obedecen a un cambio de patrón cultural que comienza a gestarse en el siglo XIX y culminará en el siglo XXI. La sociedad mundial, en diversas épocas, cambió de ser una sociedad tradicional agrícola, ganadera y en algunos casos minera, dispersa en pequeñas localidades, para ir agrupándose en asentamientos humanos que permitieron el desarrollo industrial y la economía de los servicios; a esta nueva sociedad se le conoce como urbana.

En México, esta transformación comienza a principios de los años 30 cuando, merced a un deseo de modernizar a la sociedad mexicana, el Estado impulsó programas de salud, educación y, en el plano económico, la industrialización. Como era más fácil instrumentar estas acciones en los núcleos urbanos, las ciudades empezaron a crecer y a tener mejores condiciones de vida que la sociedad rural; entre ellas, instituciones de salud pública. Por eso, los asentamientos urbanos atrajeron a una gran cantidad de habitantes de la zona rural. Con el tiempo, estos asentamientos se convirtieron en grandes ciudades, donde se desarrollaron la industria y los servicios.

En 1930 México tenía una población mayoritariamente rural (70%), mientras que para el año de 2010 la población urbana es del 77%. Este cambio social trajo consigo una cultura diferente a la rural.

Las diferencias fundamentales de la cultura rural y urbana se caracterizan por conductas contrastantes, tales como colectivismo contra individualismo, redes familiares de ayuda contra soluciones individualizadas, comunicación simbólica y verbal contra aislamiento individual, jornadas amplias de trabajo contra jornadas intensivas de trabajo que dan por resultado el estrés laboral, ocupación constante contra tiempos de ocio (que en algunos momentos llega al aburrimiento), pequeños desplazamientos al lugar de trabajo contra necesidad de mucho tiempo para desplazarse, trabajos que requieren gasto calórico contra actividades sedentarias de mínimo gasto calórico, entre otras.

Según la psicología, en la sociedad tradicional los individuos posponen el placer, pues lo consideran como el final de un esfuerzo; mientras que en las sociedades modernas el hedonismo individualista quiere gozar del placer aquí y ahora. Actualmente y en este contexto, la alimentación es vista como gratificante y compensatoria del estrés y de la frustración que se presentan en las sociedades modernas.

La nueva sociedad urbana, con su cultura diferente, implicó cambios de la visión sobre la alimentación. Mientras en el mundo rural la gente está consciente de la escasez, producto de la incertidumbre en las cosechas, los cambios climáticos y las enfermedades de sus animales; en las ciudades, el Estado garantiza el abasto y la accesibilidad de alimentos, dando una sensación de seguridad.

Partiendo del entendido de que la seguridad alimentaria es materia de políticas públicas, el Estado debe garantizar los alimentos que forman parte de la dieta que, social y culturalmente, tiene el grupo humano correspondiente.

Las dietas no sólo comprenden la ingesta de alimentos, sino que expresan relaciones sociales y hacen patentes actos profundamente cargados de simbolismo cultural. Las dietas se definen a partir de los recursos del medio ambiente, las necesidades nutricionales, la pobreza o riqueza, y por los sistemas de distribución y comercio, todo con el objeto de permitir la supervivencia. En su dimensión cultural, las dietas, forman parte de la memoria colectiva. En síntesis, son una memoria práctica de lo vivido y heredado, cuyo cambio se dará cuando existan alteraciones que requieran de una adaptación.

La obesidad y el sobrepeso por lo tanto, son un efecto no deseado en la lucha que los países, y en especial México, dieron para erradicar la escasez, la desnutrición y el hambre.

La sociedad moderna urbana, con sus conductas tan diferentes a las rurales, creó una cultura que no se acomoda a las prácticas alimentarias de esta última. Por eso, la lucha contra la obesidad y el sobrepeso no debe realizarse solamente desde el ambiente sanitario; sino que se requiere también de educación y del involucramiento de los responsables de las áreas agrícola, ganadera e industrial, para que se lleve a cabo el cambio necesario y poder erradicar estos males.

Las conductas y pautas de una sociedad se modifican a partir de difundir, reiteradamente, los nuevos valores y los cambios para que poco a poco ésta los objetive y los internalice, logrando así la incorporación a su propia cultura.



Como estas enfermedades son producto de la acción del hombre y su cultura, por lo tanto, el remedio debe ser un conjunto de acciones que modifiquen la cultura. Para ello, proponemos que en la Educación Básica, donde sabemos que hay 25 millones de alumnos y cerca de 40 millones de padres de familia, la Secretaría del ramo instrumente un programa permanente que no sólo abarque a los educandos sino que involucre también a sus padres.

Existen otras agrupaciones como empresas, instituciones públicas o sindicatos, que podrían transmitir mensajes sobre los valores de la salud a sus integrantes; de esta forma, se podría promover a través de la difusión constante el valor de la salud y provocar cambios en la cultura de la alimentación.

De igual manera, es esencial promover el deporte y el ejercicio para convertirlo en una práctica cotidiana, tanto en los menores como en los adultos; así, se estaría propiciando que el gasto de energía llegue a un balance que nos aleje poco a poco de la obesidad y el sobrepeso.

Nuestra intención al realizar este estudio es aportar información valiosa para lograr revertir la tendencia al sobrepeso y la obesidad en nuestro país. En él, describimos datos, conductas y cifras que muestran cómo se alimenta el mexicano, cuánto gasta en este rubro, dónde consume los alimentos y algunas de las limitaciones que tiene en el orden social, económico y de abasto, para llevar a cabo su alimentación.

## **Alimentación y cultura**

Las condiciones alimentarias han variado a través del tiempo y los grupos humanos se han adaptado a ellas, aprendiendo y creando conocimientos, pautas, creencias, reglas morales, arte, leyes y costumbres que en conjunto forman un todo complejo que conocemos como *cultura*. Ésta tiene que reflejar, tanto material como objetivamente, las condiciones en que una sociedad puede satisfacer sus necesidades, determinando la forma, el lugar y el tiempo con que cuenta para hacerlo.

Este todo complejo al que nos hemos referido, es el elemento que permitió a los humanos sobrevivir. En este trabajo nos ocuparemos de describir cómo el mexicano creó un conjunto de hábitos y costumbres que, material y simbólicamente, se interrelacionan para satisfacer todos los aspectos vinculados con la alimentación. Esta interrelación forma un sistema conocido como alimentario, que contempla desde la producción, hasta el consumo de los alimentos.

Dentro de los aspectos de este sistema, es necesario tomar en cuenta la ecología de la producción, la comercialización, los usos y las formas de compartir los alimentos e inclusive, el contexto político; todos ellos son factores que determinan la alimentación.

Los sistemas alimentarios conforman dietas que están construidas culturalmente; de tal modo que los grupos humanos y los propios individuos, adquieren las cantidades y las combinaciones necesarias para satisfacer sus requerimientos alimenticios.

Un ejemplo de la variedad de las dietas a nivel mundial y que expresa las diferencias culturales es el caso de Japón, cuya alimentación se estructura a partir de cuatro productos básicos: arroz, pescado, verduras y soya. Otro ejemplo, es la famosa «dieta mediterránea», que caracteriza la comida de los países ribereños del mar Mediterráneo— y en especial la región del sur de España— compuesta por: aceite de olivo, jitomate y pescado, esencialmente. Su conformación puede rastrearse desde antes de la época de los antiguos griegos. Como estos ejemplos podríamos citar muchos que demuestran claramente cómo la situación geográfica, los recursos y el tiempo, le han dado sentido a modos distintos de alimentación, formando una cultura particular. En otros casos se ha llegado a prohibir ciertos alimentos debido a las enfermedades que acarrearán, creando así un tabú alimentario, reforzado simbólicamente por medio de la religión, donde se proscribió el consumo; tal es el caso de la carne de cerdo entre los árabes y los judíos.

## **La comida mexicana**

La dieta del mexicano no es producto de unos cuantos años, sino que proviene de los habitantes prehispánicos que hace miles de años lograron domesticar el maíz, el frijol y el chile, impulsando así el desarrollo de la agricultura y el tránsito del nomadismo al ser sedentario.

La domesticación del maíz y el desarrollo de la nixtamalización, hicieron de este cereal la imagen misma de una cultura, y fue tan importante que incluso se deificó para su significación esencial.

Mucho tiempo después, alrededor del año 600 a.C., en pleno apogeo de la cultura teotihuacana, según Pablo Escalante Monsalvo,<sup>1</sup> sabe-

---

1. Escalante Monsalvo, Pablo, “La vida urbana en el periodo clásico mesoamericano: Teotihuacán hacia el año 600 d.C.”, en Gonzalbo Aizpuru, Pilar (dirección) y Escalante Gonzalo, Pablo (coordinador), *Historia de la vida cotidiana en México*, Tomo I: Mesoamé-

mos que habitantes de esa región comían: maíz, frijol, calabaza, chile, amaranto, nopal, verdolaga, aguacate, tomate y guaje y frutas como el tejocote, el capulín, la ciruela y el zapote blanco y utilizaron yerbas de olor como el epazote y el orégano. La proteína animal provenía de guajolotes, liebres, venado, perro y diversos roedores así como aves y algunos peces.

Esta lista de alimentos coincide con la de los mexicas, mil años después, descrita por Fray Bernardino de Sahagún y Bernal Díaz del Castillo, así como otros autores de la época de la conquista.

Algunos alimentos variaban según se tratara de olmecas o mayas, que incluían frutas y legumbres propias de su ambiente geográfico.

Enrique Florescano, en su libro *Origen y desarrollo de los problemas agrarios de México, 1500-1821*,<sup>2</sup> relata cómo consumada la conquista y garantizada la propiedad comunal de los indígenas se establecen dos sistemas alimentarios: uno correspondiente a los indígenas y otro a los españoles; el primero basado en el maíz y el otro, en el trigo.

Al principio, ambos grupos rechazaban la comida del otro, como lo relata Arnold J. Bauer en su libro *Somos lo que compramos. Historia de la cultura material en América Latina*.<sup>3</sup> A los indígenas les era chocante la cocina española, por el uso de la grasa y el olor que despedía al cocinar los alimentos, y los españoles, consideraban a las tortillas y los frijoles como alimentos de menor valor.

Poco a poco, gracias al proceso de aculturación, se fueron integrando los dos sistemas: los indígenas aprovecharon las aves y el ganado así como otras verduras y frutas, y los españoles el maíz, el frijol, el cacao, como lo indica Ivonne Mijares del Instituto de Investigaciones Históricas de la UNAM.<sup>4</sup>

Asimismo, Enriqueta Quiroz<sup>5</sup> nos refiere cómo durante el siglo XVIII la comida era una fusión de ambos sistemas: el maíz y los frijoles se com-

---

rica y los ámbitos indígenas de la Nueva España, México, Fondo de Cultura Económica y El Colegio de México, 2009, p. 62.

2. Florescano, Enrique, *Origen y desarrollo de los problemas agrarios de México, 1500-1821*, México, SEP/Era, 1976, p. 39.

3. Bauer, Arnold J., *Somos lo que compramos. Historia de la cultura material en América Latina*, México, Taurus, 2002.

4. Mijares, Ivonne, "Las costumbres del siglo XVIII en México (el abasto urbano)", en Gonzalbo Aizpuru, Pilar (dirección) y Escalante Gonzalo, Pablo (coordinador), *Op. Cit.*, p. 110.

5. Quiroz, Enriqueta, "Del mercado a la cocina: la alimentación en la Ciudad de México", *Ibidem*, pp. 17-41.

binaban con la carne de cerdo y el pollo, así como con el chile, detallando la inmemorial costumbre del mexicano de comer en la calle, donde podemos encontrar lo mismo tamales y atole que tacos de guisado a base de carne de cerdo o de bovino, chocolate y pan dulce.

Así, durante la época colonial, la comida fue un fenómeno cultural que sirvió de vehículo integrador y que ha sido poco estudiado. Enrique Florescano en su *Memoria mexicana*<sup>6</sup> comenta que los criollos reivindicaron la cultura histórica de los indígenas en un afán de lograr un lugar y legitimar su posición frente a los españoles y los propios indígenas, comenzando por un elemento esencial: la comida.

Esta reivindicación se alcanza a finales del siglo XVIII, como bien lo reseña José Luis Juárez López en su libro *La lenta emergencia de la comida mexicana. Ambivalencias criollas. 1750-1800*,<sup>7</sup> donde detalla cómo intelectuales e historiadores criollos de la talla de Francisco Javier Clavijero, Antonio López de Priego, José Antonio Alzate y otros, recuperan recetas y productos autóctonos, describiéndolos como parte de la identidad de lo mexicano. Es así como la tortilla pasa de ser un alimento de indígenas a ser alimento de pobres, para convertirse al fin en un elemento esencial de la comida mexicana.

La cultura como producto humano, no se transmite biológicamente, se aprende y es aprehensible; por lo tanto, se transmite social y mentalmente y puede cambiar, pero dentro de los límites de las condiciones materiales y objetivas que tienen los grupos humanos.

Todo lo aquí expuesto nos indica que los alimentos y las bebidas responden a dietas que estructuran un sistema alimentario, resultado de una cultura y, por lo tanto, cualquier cambio en el consumo es posible, siempre y cuando se tomen en consideración las condiciones en que se ha dado y las posibilidades que pueda haber para cambiarlo. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que tanto para cualquier sociedad como para cualquier individuo, el cambio significa abandono de ciertas costumbres y hábitos, muchos de ellos simbólicos y de identidad, que le dan sentido a sus vidas.

La motivación de este trabajo es exponer cómo y porqué el mexicano tiene estos hábitos en la alimentación, así como reconocer que los cambios en estas costumbres no se dan por decreto, sino que sólo se

---

6. Florescano, Enrique, *Memoria mexicana*, México, Ed. Joaquín Mortiz, 1987, p. 262.

7. Juárez López, José Luis, *La lenta emergencia de la comida mexicana. Ambivalencias criollas. 1750-1800*, México, Porrúa, 2005.

consiguen con la participación social de todos los grupos a través de la sensibilización, la información y la educación, con el fin de darle un valor al cambio que resulte significativo para todos.

Por esto, nos oponemos a razones y explicaciones reduccionistas y simplistas que, con el argumento de que la obesidad y el sobrepeso tienen causas multifactoriales (con lo que se dice todo y no se explica nada); legitiman políticas públicas que no toman en cuenta ni la cultura, ni la economía y menos aún, la demografía. La transición ocurrida en México desde el ámbito rural al ámbito urbano no puede ser focalizada solamente desde la visión médica o nutricional, ambas importantes pero insuficientes, sino que es necesario tomar en cuenta otros factores que aquí expondremos.

El trabajo que aquí presentamos trata de describir cómo se alimenta el mexicano; se trata de un estudio exploratorio, indicativo, provisional y limitado, pues no fue posible realizar un estudio completo que contemplara las diversidades regionales y que constituye la riqueza plural del país, matizando lo homogéneo para comprender lo heterogéneo de México.

Los cambios económicos y demográficos nos demuestran claramente cómo en cuarenta años, México pasó de una economía basada en la agricultura y la minería, a otro modelo, cuyo fundamento es la industria y los servicios; paralelamente a esta transformación económica, corresponde un cambio demográfico.

El mundo urbano y el mundo rural son dos culturas distintas, las cuales manifiestan valores, conductas y hábitos diferentes. En el apartado sobre los valores, así como en el de las dietas alimenticias, se exhiben las características particulares de ambos mundos. La creciente sedentarización de los habitantes de las ciudades será tratada en la última parte.

Por otro lado, cuando reflexionamos sobre los ingresos y los gastos, observamos cómo se alimentan los niños, los adolescentes y los adultos, pudiendo concluir que, cada edad tiene condiciones particulares que la distinguen y que determinan su alimentación. Materialmente, el ingreso determinará la forma de adquirir alimentos y las opciones que les brinda el ingreso para satisfacer sus necesidades. Estas condiciones ofrecen las oportunidades y las limitaciones que determinan la alimentación de los diversos grupos sociales, así como su forma de vida.

Por todo esto, recomendamos que se lleve a cabo un estudio amplio y profundo donde, en cooperación con diversas instancias políticas y sociales, podamos aportar elementos sustanciales que vayan más allá de la sola medición del sobrepeso y de la obesidad, así como de los aportes

nutricionales de cada alimento, para que podamos tener una herramienta que nos permita lograr el cambio con políticas públicas sustentadas considerando todos los factores que hemos aquí descrito.

El trabajo tiene dos fuentes fundamentales de información: una documental, a través de encuestas y estudios; y otra, por investigaciones realizadas a través de la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA).

### **La composición del estudio**

El estudio está compuesto del siguiente modo: en la primera parte se utilizaron encuestas de Consulta Mitofsky, estudios de Alduncin y Asociados, la *Encuesta de Ingreso-Gasto* del INEGI de 2010, el Estudio del Instituto de Investigaciones Sociales que describe el consumo de poblaciones de más de 100 mil habitantes y la investigación que realizó la organización no gubernamental INCIDE Social.

Para el análisis de los diversos grupos se utilizó la segmentación de ingresos por niveles socioeconómicos, creada por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI). Esta metodología fue utilizada por dos razones fundamentales: primero, porque a diferencia de la segmentación que comúnmente conocemos por deciles de ingreso y que se usa para mostrar la distribución y concentración del ingreso por hogares para medir la pobreza, la segmentación por niveles socioeconómicos está enfocada a estudiar el consumo; y luego, para lograr una consistencia en el análisis de los hallazgos y resultados, pues todos los estudios y las encuestas utilizadas están hechos con este método de segmentación.

Para el análisis del Consumo Nacional Aparente de los productos alimenticios, se tomó como base una recopilación elaborada por CANACINTRA de informes sobre la producción, importación y exportación de 47 productos, con información de la FAO, la Secretaría de Economía, la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), los censos y encuestas del INEGI y las publicaciones sobre metodología del Índice Nacional de Precios al Consumidor del Banco de México, así como la información de cómo se integran las categorías de este índice y los cuadros de la distribución de los diversos gastos del mexicano.

La segunda parte incluye una investigación documental de publicaciones e informes sobre temas económicos, sociales, demográficos y de

valores de la sociedad mexicana.

La última parte está integrada por anexos que recogen la visión de las autoridades, los organismos internacionales, los especialistas y las organizaciones no gubernamentales sobre la obesidad y el sobrepeso. La información se obtuvo de diversas publicaciones y exposiciones en foros. Además, incluye una recopilación y análisis hechos por CANACINTRA de las iniciativas presentadas en el Congreso por los

distintos partidos políticos.

# **1. LA ALIMENTACIÓN EN MÉXICO**

## **Estudio sobre las tendencias y costumbres en la alimentación del mexicano**

La alimentación es una de las necesidades de los seres vivos que, por su condición de objetiva, universal e inaplazable, tiene una importancia vital; por esto, el estudio de las tendencias en la alimentación debe ser, para cualquier sociedad, un objetivo importante.

Por desgracia, no existe ningún estudio completo y profundo sobre la alimentación del mexicano y menos aún, un análisis de los cambios ocurridos a través del tiempo.

Para poder describir de manera más certera la alimentación en los medios urbano y rural, se realizó una investigación documental que nos permitió elaborar perfiles provisionales, a través de nueve estudios que describiremos a continuación.

Es importante resaltar que la segmentación que se utiliza en estos estudios es la de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI), pues ésta nos permite tener una visión más completa de conductas, alimentación, ubicación geográfica y dotación de servicios de forma homogénea por cada nivel socioeconómico, cosa que no se obtiene cuando se utiliza la segmentación por deciles de ingreso.

### **1.1 Descripción de los estudios**

El **primer estudio** fue encargado por la Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias (CANAINCA), elaborado por De la Riva-Investigación Estratégica, y financiado por la Secretaría de Economía a través del Fondo Pyme, la **Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa, Funtec, A.C.**, y la propia Cámara. Se trata de una encuesta realizada en cinco ciudades de la República Mexicana con más de 100 mil habitantes y realizada en tres etapas:

Primera etapa: Recopilación documental que contiene las tendencias en la alimentación de 2003 a 2006 (niños, adolescentes, adultos jóvenes,



hombres y mujeres maduros, adultos mayores).

Segunda etapa: Investigación antropológica, consistente en:

- Etnografías en hogares.
- Monografías en restaurantes, *food courts*, fondas.
- Entrevistas a profundidad con nutriólogos, responsables de *R&D* (*Research and Development*), responsables de compras/logística en cadenas de restaurantes y comedores industriales.

Tercera etapa: Investigación cuantitativa que abarca:

- 1,400 entrevistas en viviendas.
- Cuatro ciudades: México, Guadalajara, Monterrey, Mérida y Tijuana.
- Hombres y mujeres sin hijos de 13-30 años; mujeres 23-50 años.
- Niveles socioeconómicos B, C+, C, D+, D y E.

El **segundo estudio** está integrado por tres encuestas realizadas por Consulta Mitofsky, aplicadas en: junio de 2008, diciembre de 2010 y enero de 2011, con muestras de mil mexicanos mayores de 18 años, con credencial para votar y aplicadas en cuatro zonas de México:

- Norte-Noreste: Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas, Zacatecas, Baja California, Baja California Sur, Nayarit, Sinaloa y Sonora.
- Bajío: Aguascalientes, Colima, Querétaro, Guanajuato, Jalisco y Michoacán.
- Centro de México: Distrito Federal, Hidalgo, México, Morelos, Puebla y Tlaxcala.
- Sureste: Chiapas, Campeche, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

La recolección de los datos se llevó a cabo en viviendas particulares a través de entrevistas cara a cara y con cuestionarios previamente estructurados y aplicados por personal calificado para esta labor. Las encuestas que integran este estudio son:

- Hábitos de alimentación y ejercicio, junio 2008.
- Niveles económicos por Entidad Federativa: 2009-2010, diciembre 2010.

- Hábitos alimenticios y comida chatarra, enero 2011.

El **tercer estudio** lo realizó Canacintra a partir de la *Encuesta de Ingreso-Gasto* elaborada por el INEGI en el año 2010, utilizando la segmentación de niveles socioeconómicos de AMAI,<sup>8</sup> para poder ser consistente con el resto de los estudios, y por cuatro rangos de localidad:

- a. 100,000 y más habitantes
- b. 15,000 a 99,999 habitantes
- c. 2,500 a 14,999 habitantes
- d. Menos de 2,500 habitantes

El estudio consiste en tres presentaciones de diferentes cuadros de resultados:

- La primera contiene 40 cuadros, donde se describe a nivel general el número de hogares, los habitantes por cada uno de ellos y la cantidad de población por niveles socioeconómicos y localidad, así como el gasto en grandes rubros como cereales, carnes, leche, entre otros.
- La segunda contiene a nivel desagregado, el gasto de cereales y derivados, carnes, leche y derivados, huevo, aceites y grasas, tubérculos y raíces, leguminosas, verduras, frutas frescas, azúcares, frutas y legumbres procesadas y refrescos envasados.
- Por último, el estudio contiene cuatro gráficos más, donde se describe la ingesta diaria *per cápita* en gramos y litros, por rubro de alimentos, por niveles socioeconómicos y por localidad así como dos tablas de los precios promedio con que se calculó la ingesta diaria *per cápita*.<sup>9</sup>

Para poder entender la diferencia que existe entre la segmentación de la sociedad por deciles de ingreso y la que ha realizado la AMAI, a continuación relacionamos los segmentos de los niveles socioeconómicos con la cantidad de salarios mínimos mensuales que representan. Esta forma de segmentación de grupos sociales permite, además de determinar cuál es la cantidad de ingreso y gasto que tienen estos niveles, precisar el gasto

---

8. En las páginas siguientes se profundiza sobre la división de niveles socioeconómicos que realiza la AMAI.

9. Para consulta de los cuadros de resultados que mencionamos se debe ir al anexo digital donde se encuentran con los siguientes títulos: «Ingesta en gramos y precios unitarios», «Ingreso y gasto alimentario por categorías», «Ingreso y gasto pormenorizado».

en alimentos y analizar también el gasto en transportes, vivienda, salud y cuidado personal (estos últimos no fueron analizados, pues nos enfocamos únicamente en la alimentación).

Esta segmentación puede además, ser ubicada geográficamente ya que existen mapas denominados «mercadológicos» de la mayoría de las localidades de más de 100 mil habitantes, donde se pueden ubicar las viviendas de cada uno de los niveles socioeconómicos.

### Salarios mínimos por nivel socioeconómico 2008

		Nivel socioeconómico	Cantidad de Salarios Mínimos
Promedio general diario	\$50.84	E	2.05
		D	5.16
		D+	8.85
Promedio general mensual	\$1,525.20	C	26.61
		C+	64.58
		AB	Más de 64.58

### Salarios mínimos por nivel socioeconómico 2010

		Nivel socioeconómico	Cantidad de Salarios Mínimos
Promedio general diario	\$55.77	E	1.87
		D	4.70
		D+	8.06
Promedio general mensual	\$1,673.10	C	24.26
		C+	58.87
		AB	Más de 58.87

A continuación, reproducimos la distribución de los segmentos socioeconómicos a nivel nacional, así como la lista de las entidades por su importancia en la acumulación de viviendas por nivel socioeconómico.

## Nivel Socioeconómico Nacional 2009-2010

	A/B	C+	C	D+	D	E	Total
Aguascalientes	4.7	13.5	21.7	42.6	15.9	1.6	100
Baja California	5.7	22.4	27.0	34.2	10.2	0.5	100
Baja California Sur	5.9	17.6	24.9	39.2	10.7	1.7	100
Campeche	2.3	9.3	15.9	39.7	28.9	3.9	100
Coahuila	3.7	12.7	22.4	45.1	4.7	1.4	100
Colima	3.6	13.1	23.0	44.4	14.3	1.6	100
Chiapas	1.1	4.6	7.8	29.5	41.4	15.6	100
Chihuahua	7.0	18.3	23.0	40.0	10.7	1.0	100
Distrito Federal	12.0	24.2	22.7	31.7	8.7	0.7	100
Durango	4.5	12.7	20.0	47.0	13.9	1.9	100
Guanajuato	2.3	10.0	20.4	47.5	17.3	2.5	100
Guerrero	1.3	5.3	9.7	31.9	37.2	14.6	100
Hidalgo	2.0	7.8	12.8	40.8	30.0	6.6	100
Jalisco	10.0	19.4	24.7	36.5	8.3	1.1	100
México	3.1	10.5	15.9	39.9	25.3	5.3	100
Michoacán	2.2	8.5	17.1	43.3	23.4	5.5	100
Morelos	7.3	15.5	19.3	37.1	18.2	2.6	100
Nayarit	2.7	9.5	20.4	46.0	18.9	2.5	100
Nuevo León	6.2	16.8	24.7	42.7	8.8	0.8	100
Oaxaca	1.2	5.1	9.2	35.0	37.9	11.6	100
Puebla	2.5	8.8	14.2	37.7	29.7	7.1	100
Querétaro	3.2	10.2	16.8	40.1	22.8	6.9	100
Quintana Roo	2.7	8.2	13.5	39.0	29.1	7.5	100
San Luis Potosí	2.3	9.1	17.5	44.1	21.1	5.9	100
Sinaloa	4.3	14.0	21.8	42.5	15.3	2.1	100
Sonora	5.7	16.3	24.7	39.2	12.6	1.5	100
Tabasco	1.4	5.6	9.9	38.0	39.7	5.4	100
Tamaulipas	4.0	11.0	19.0	45.0	18.7	2.3	100
Tlaxcala	2.0	7.8	14.1	44.0	28.3	3.8	100
Veracruz	2.0	7.4	12.9	39.3	31.9	6.5	100
Yucatán	2.2	6.3	10.2	34.2	33.1	14.0	100
Zacatecas	2.1	9.5	18.0	47.4	20.1	2.9	100
Nacional	4.4	12.3	17.9	39.1	21.6	4.7	100

Fuente: Distribución de niveles socioeconómicos realizada por Consulta Mitofsky, aplicando la Regla AMAI 13x6 y ponderando con datos de vivienda INEGI 2010.

## Ordenamiento de las entidades por su importancia en la Acumulación de viviendas por Nivel Socioeconómico

### NSE A/B

	%	% Acumulado
<b>Distrito Federal</b>	23.4	23.4
<b>Jalisco</b>	14.4	37.8
<b>México</b>	9.3	47.1
<b>Nuevo León</b>	5.9	53.0

### NSE C+

	%	% Acumulado
<b>Distrito Federal</b>	16.8	16.8
<b>México</b>	11.3	28.1
<b>Jalisco</b>	10.0	38.1
<b>Nuevo León</b>	5.7	43.8
<b>Baja California</b>	5.5	49.3
<b>Chihuahua</b>	4.9	54.2

### NSE C

	%	% Acumulado
<b>México</b>	11.5	11.5
<b>Distrito Federal</b>	10.9	22.4
<b>Jalisco</b>	8.8	31.2
<b>Nuevo León</b>	5.8	37.0
<b>Veracruz</b>	5.1	42.1
<b>Guanajuato</b>	5.1	47.2
<b>Baja California</b>	4.6	51.8

### NSE D+

	%	% Acumulado
<b>México</b>	13.3	13.3
<b>Veracruz</b>	7.1	20.4
<b>Distrito Federal</b>	7.0	27.4
<b>Jalisco</b>	6.0	33.4
<b>Guanajuato</b>	5.4	38.8
<b>Puebla</b>	4.7	43.5
<b>Nuevo León</b>	4.6	48.1
<b>Michoacán</b>	4.2	52.3

### NSE D

	%	% Acumulado
<b>México</b>	15.6	15.6
<b>Veracruz</b>	10.4	26.0
<b>Chiapas</b>	7.3	33.3
<b>Puebla</b>	6.8	40.1
<b>Oaxaca</b>	5.6	45.7
<b>Guerrero</b>	4.9	50.6

### NSE E

	%	% Acumulado
<b>México</b>	14.7	14.7
<b>Chiapas</b>	12.6	27.3
<b>Veracruz</b>	9.8	37.1
<b>Guerrero</b>	8.7	45.8
<b>Oaxaca</b>	7.9	53.7

## 1.1.1 Encuesta Ingreso–Gasto 2010: Gasto en Alimentos

### *Advertencia metodológica*

*En la ingesta diaria de alimentos, cuantificada en gramos y litros, es posible que esté subvaluada la cantidad de gramos que diariamente son ingeridos de pan blanco, pan dulce y pastelería a granel, pues dada la cantidad y variedad de los mismos, es difícil determinar con precisión los datos exactos de la ingesta diaria. Asimismo, hicimos un promedio de los costos de frutas y legumbres para poder lograr un precio, ya que estos varían según la estación o escasez de los productos.*

A pesar de estas limitaciones, el cuadro es indicativo y aproximado de la alimentación en gramos y litros que diariamente tiene el mexicano.

A continuación se presentan los procedimientos utilizados para estimar el gasto alimentario y el consumo *per cápita* diario de alimentos. La principal fuente de información utilizada fue la *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2010* (ENIGH 2010) llevada a cabo por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) entre el 21 de agosto y el 28 de noviembre de 2010.

Para facilitar el análisis detallado de la información expuesta en el presente estudio, se recomienda analizar la información digital anexa al documento. La información más relevante se presenta a continuación:

Para estimar los datos, los hogares se clasificaron en seis estratos o niveles socioeconómicos de acuerdo con el nivel de ingreso mensual: E para los hogares con ingreso mensual de menos de 3,130 pesos; D para un ingreso mensual de 3,130 a 7,879; D+ para un ingreso mensual de 7,880 a 13,499 pesos; C para un ingreso mensual de 13,500 a 40,599; C+ para un ingreso mensual de 40,600 a 98,499 y A/B para un ingreso de más de 98,499 pesos mensuales.

Los hogares también se clasificaron en cuatro estratos de acuerdo con el tamaño de la localidad de residencia: I) menos de 2,500 habitantes; II) de 2,500 a 14,999 habitantes; III) de 15,000 a 99,999 habitantes y IV) de más de 99,999 habitantes.

**A. 1 Características de los hogares y su gasto trimestral en alimentos y bebidas.** Se procesó la información de la ENIGH 2010 para generar dos tipos de cuadros:

- **Cuadros 1 a 5:** Características de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad: tamaño promedio de los hogares,

número de hogares, población total de los hogares, ingreso trimestral de los hogares, ingreso promedio mensual de los hogares, gasto trimestral de los hogares en alimentos y bebidas (tanto a nivel total como en porcentaje del ingreso total de los hogares).

- **Cuadros 6 a 40:** Gasto trimestral de los hogares por grandes rubros del gasto en alimentos y bebidas por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad (tanto a nivel total como en porcentaje del gasto trimestral en alimentación y bebidas).

**A.2 Gasto trimestral y *per cápita* diario de los hogares en alimentos y bebidas.** Se procesó la información de la ENIGH 2010 para generar dos tipos de cuadros:

- Cuadros 1, 3, 5 y 7. Gasto trimestral total de los hogares por grupo de alimentos, nivel socioeconómico y tamaño de localidad.
- Cuadros 2, 4, 6 y 8. Gasto diario *per cápita* de los hogares por grupo de alimentos, nivel socioeconómico y tamaño de localidad.

**A.3 Precio promedio por rubro de alimentos.** Los alimentos fueron clasificados en rubros, luego se sumó para cada rubro la cantidad comprada y el gasto trimestral, esto permitió calcular como cociente el precio promedio por rubro; de esta forma se obtuvieron los cuadros con el precio promedio de los rubros de alimentos por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad.

La base de datos de la ENIGH 2010 no incluye información sobre las unidades de medida; por eso, a partir de los precios promedio se analizó cada caso y se identificó que en general el precio correspondía a 1,000 gramos y en su caso a 1,000 mililitros; aunque, esta premisa no aplica en los siguientes casos: pan blanco y pan dulce, galletas dulces y saladas, pasteles y pastelillos y refrescos envasados. Para los refrescos, la unidad de medida se fijó en 355 ml.

Para los derivados de la harina se consideró el *Reporte Estadístico de 2010* de la Cámara Nacional de la Industria Molinera de Trigo (CANIMOLT) sobre el precio promedio del kilo de cada derivado; así, se estimó la unidad de medida aplicando el siguiente procedimiento:

$$\text{Unidad de medida} = Ppc * 1,000 / PCANIMOLT$$

donde:

$P_{pc}$  = precio promedio por rubro de alimentos.

$P_{CANIMOLT}$  = precio promedio del kilo según CANIMOLT.

**A.4 Ingesta diaria per cápita por rubro de alimentos.** El gasto diario *per cápita* de los hogares por alimento se agregó por rubro, lo que permitió calcular el gasto diario *per cápita* de cada rubro de alimentos. Para estimar la ingesta diaria *per cápita* de cada rubro de alimentos se aplicó el siguiente procedimiento:

$$\text{Ingesta } d_{pc} = G_{dpc} * U_{med} / P_{pc}$$

donde:

$I_{dpc}$  = ingesta diaria *per cápita* en gramos o mililitros por rubro de alimentos.

$G_{dpc}$  = gasto diario *per cápita* por rubro de alimentos.

$P_{pc}$  = precio promedio calculado a partir de la cantidad comprada y del gasto trimestral.

$U_{med}$  = unidad de medida a la que se refiere el precio promedio calculado.

### 1.1.2 Comparación nacional e internacional de ponderadores de índices de precios al consumidor, relativa al gasto en alimentos y bebidas

Con el fin de comprender cómo se dio a través del tiempo el gasto del mexicano en alimentación, reproducimos dos cuadros donde el Banco de México, a través del Índice Nacional de Precios, muestra la evolución de este gasto y la comparación con varios países.

#### Alimentos, bebidas y tabaco Gasto en México

1963	1968	1997	1994	2000	2004	2006	2008
42.0%	39.4%	37.4%	29.4%	23.2%	21.9%	19.5%	22.4%



## Alimentos, bebidas y tabaco Comparativo con otros países

México Jun/2002	EE.UU. 2005-2006	Canadá 2005	Francia 2008	Japón 2005
22.74%	14.91%	20.10%	18.26%	25.86%
Brasil Ene/2003	Nicaragua Jun/2005	Belice 1999	Honduras 1979	Haití Nov/1990
22.92%	38.00%	34.67%	32.17%	45.00%

Por otro lado, el **cuarto estudio** en el que nos basamos, se denomina *Ilustración de los Niveles Socio Económicos en México*, realizado por el Instituto de Investigaciones Sociales, a petición de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI) en 2010.

Éste describe los hábitos de consumo, ingreso, vivienda y dotación de servicio de las mismas, en poblaciones mayores a 100 mil habitantes, de todo el país.<sup>10</sup>

El alcance de este estudio representa el 43.7% de la población total del país, pero puede ser válido para el 53%, ya que muchas de las poblaciones entre 50 y 100 mil habitantes tienen comportamientos y consumos similares a los descritos en el estudio. Para entender el alcance de este estudio, debemos explicar que, demográficamente, el país está constituido por 350 ciudades de más de 15 mil habitantes, de las cuales 116 tienen más de 50 mil habitantes incluyendo las 56 zonas metropolitanas.

El estudio utiliza la técnica de segmentación de niveles socioeconómicos que están ligados a los ingresos de las personas, así que los niveles A y B reúnen a las personas de más altos ingresos del país, los niveles C+ y C representan a los ingresos medios, el D+ a las de ingresos medios y por último, los niveles D y E constituyen a los ingresos bajos y muy bajos, de acuerdo a la siguiente tabla:

10. Para consulta sobre el libro: <http://www.iisociales.com.mx/intranetiis/webIIs>.

Nivel socioeconómico	A y B	C+	C	D+	D	E
Población	7.2%	14%	17.9%	35.8%	18.3%	6.7%
Ingresos Mensuales	\$98,500 o más	de \$40,600 a \$98,499	de \$13,500 a \$40,599	de \$7,800 a \$13,499	de \$3,130 a \$7,879	\$3,129 o menos

Para la realización estadística se utilizó el Estudio Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares de México que elabora cada dos años el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Los hogares incluidos en el estudio son resultado de la encuesta realizada en el año 2008 y de aplicarles la clasificación de la AMAI para agruparlos en niveles socioeconómicos. Esta clasificación permitió caracterizar y perfilar a los niveles de acuerdo con la cobertura de necesidades de los hogares, utilizando las dimensiones y variables que incluye en el estudio oficial (INEGI) de demografía, composición familiar, patrón de ingreso y gasto, características de la vivienda y su construcción, espacios y distribución, tipología de servicios, equipamiento y tecnología.

Los seis segmentos o niveles socioeconómicos se agrupan de acuerdo a:

- Factor tierra, que ubica dónde están los lugares, su construcción y la infraestructura básica;
- Factor agua, que tiene que ver con la higiene y la salud del hogar y de sus integrantes;
- Factor energía, que agrupa al conjunto de muebles, enseres y aparatos que facilitan el trabajo y la realización de tareas para satisfacer necesidades en el hogar, y
- Factor sustentabilidad, que incluye lo necesario en bienes y servicios que un hogar requiere para planear su subsistencia y su futuro.

**El quinto estudio**, denominado *Demanda de Alimentos Preparados en los Estratos Populares del Distrito Federal*, fue realizado en el mes de marzo de 2006 por Alduncin y Asociados, a partir de 628 entrevistas a mayores de 18 años, la mitad en el domicilio y la otra mitad en lugares tipificados de comida.

**El sexto estudio** es una investigación que realizó CANACINTRA para determinar el consumo nacional aparente de 47 productos de consumo generalizado.

**El séptimo estudio** dedicado a la industria alimentaria también estuvo a cargo de CANACINTRA y muestra la cantidad de unidades

económicas a nivel nacional y las ventas por nivel de tamaño, en las 32 entidades federativas.

**El octavo**, es un estudio que realizó Iniciativa Ciudadana y Desarrollo Social Incide Social, A.C., una organización no gubernamental que analiza el gasto en alimentos denominados «chatarra» y de consumos específicos de alimentos como carne y leche, entre otros; dicho análisis está segmentado por deciles de ingreso.

**El noveno estudio** es una recopilación realizada por CANACINTRA que resume todas las posiciones y las exposiciones que el sector público, las instituciones de salud y los organismos no gubernamentales tienen con respecto a la obesidad y el sobrepeso. Esta recopilación fue realizada por varios integrantes del sector de alimentos y CANACINTRA, y se puede consultar en el CD adjunto.

Es importante mencionar que el estudio del Instituto de Investigaciones Sociales en un modelo de distribución del gasto en alimentos por segmento económico, obtuvo los resultados que se muestran a continuación; sólo es necesario aclarar que puede existir alguna diferencia entre este estudio y el de CANACINTRA, porque el primero es a nivel nacional y, el segundo es a partir de localidades de 100 mil habitantes o más donde, por lo tanto, se matiza alguno de los resultados, ya que el peso de algunas cifras está en relación con el tamaño del estudio.

Niveles socioeconómicos	Total	A/B	C+	C	D+	D	E
Alimentos y bebidas consumidas dentro del hogar	20.7%	10.5%	15.9%	20.9%	28.2%	34.1%	37.3%
Alimentos y bebidas consumidas fuera del hogar	6.2%	6.1%	6.4%	6.7%	5.9%	5.6%	7.5%

Fuente: López Romo, Heriberto, *Ilustración de los Niveles Socio Económicos en México*, México, Instituto de Investigaciones Sociales, 2010, p. 67.

Como podemos observar, hasta 2010 e incluyendo a todos los hogares urbanos y rurales del país, la proporción del gasto comparado por niveles socioeconómicos y población, hace más aguda la desigualdad. De hecho, es a nivel urbano donde las proporciones de distribución por segmento son más estables, comparadas con las de poblaciones de menos de 2,500 habitantes. En este estudio,<sup>11</sup> las tendencias de desarrollo demo-

11. López Romo, Ilustración de los niveles socioeconómicos en México, México, Instituto de investigaciones sociales, 2010

gráfico prevén que en el futuro cerca de 8 de cada 10 mexicanos vivirán en el ámbito urbano.

Además, incluimos reportes y comentarios de las siguientes publicaciones:

- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), *Política Agropecuaria y Pesquera de México, Logros recientes, continuación de las reformas*, 2007.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), *Información del Sector Agroalimentario*, 2010.

## **1.2 Estudios de la producción, consumos y tendencias alimentarias**

Para poder comprender cómo y cuánto consume el mexicano de alimentos, Canacindra realizó una investigación sobre el Consumo Nacional Aparente de los productos más importantes en la alimentación del mexicano. Para determinar el Consumo Nacional Aparente, tomamos como base el Índice Nacional de Precios al Consumidor del Banco de México, para el listado de los productos alimenticios, frutas, verduras y legumbres.

Asimismo, incluimos tablas de la composición del gasto en los hogares urbanos, de 1963 a 2008 y la comparación internacional de los ponderadores de diversos países, del Índice Nacional de Precios al Consumidor. También, reproducimos una tabla del crecimiento demográfico de México y del cambio de sociedad rural a sociedad urbana. Por último, se incluyen tablas de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), donde se muestran los cambios en la ingesta de calorías y proteínas así como de la infraestructura sanitaria.

Los dos últimos cuadros, realizados por el Banco Mundial y por el Comité Técnico de la Medición de la Pobreza en México, reflejan las variaciones de la pobreza extrema en el país.

## **1.3 Estudio del Consumo Nacional Aparente**

Los alimentos que componen el análisis de Consumo Nacional Aparente (CNA), fueron seleccionados de acuerdo con la ponderación en el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) que es publicado quincenalmente por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Para este estudio se consideró la metodología del Banco de México que tiene como objetivo «medir la evolución en el tiempo del nivel general

de precios de los bienes y servicios que consumen los hogares urbanos del país».<sup>12</sup>

Además, la metodología del Índice Nacional de Precios al Consumidor que tomamos como base indica que:

La precisión de un índice de precios al consumidor depende de dos cualidades fundamentales que son su representatividad y su comparabilidad en el tiempo. La representatividad se logra en la medida que la canasta de bienes y servicios que se utiliza para dar seguimiento a los precios, refleje los patrones de consumo de los hogares. La comparabilidad temporal requiere que la medición en la evolución de los precios se realice respecto a un punto o periodo base en el tiempo, es decir, cuál ha sido el cambio en el nivel de precios respecto de los que se tenían en una fecha, mes o año determinado. Lo anterior se logra en la medida en que todos los elementos utilizados en la medición del índice, excepto los precios, permanezcan estables a lo largo del tiempo, de manera que las variaciones que registre el INPC sean sólo debidas a cambios en precios.<sup>13</sup>

Así, el INPC se elabora dando seguimiento a los precios de una canasta de bienes y servicios, representativa del consumo de los hogares en un momento dado.

En la determinación de la canasta de consumo, se utiliza como principal fuente de información la *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares* (ENIGH) que recaba el INEGI. En la ENIGH realizada en 2008, se levantó información respecto al gasto que realizaron los hogares en 717 conceptos genéricos de consumo. A partir de dicha información se construye para el INPC una canasta de bienes y servicios que agrupa el total del gasto en consumo de los hogares urbanos en conceptos genéricos representativos (en el INPC base, segunda quincena de diciembre de 2010, son 283), a cada uno de los cuales se le asigna una ponderación que corresponde al peso que tiene dentro del gasto total.

### **Cálculo de gastos**

El marco conceptual del INPC incluye los gastos realizados en consumo y excluye los costos de financiamiento, por tanto, para la construcción de

---

12. Banco de México, Documento Metodológico: *Índice Nacional de Precios al Consumidor*, México, 2011.

13. *Ibidem*.

las ponderaciones, el gasto relevante es equivalente al costo de adquisición del bien o servicio de consumo.

La clasificación de los lugares de compra se reporta en el siguiente cuadro:

**Clasificación de Lugar de Compra: ENIGH (2008)**

Tipo de establecimiento
No especificado
Mercado
Tianguis o mercado sobre ruedas
Vendedor ambulante
Tienda de abarrotes
Tienda específica del ramo
Supermercado
Tienda departamental
Compras fuera del país
Tiendas con membresía
Tiendas de conveniencia
Restaurantes
Loncherías, fondas, torterías, taquerías, cocinas económicas, cenadurías
Cafeterías
Pulquerías, cantina o bar
Gasto no monetario que no considera lugar de compra
Otros

Fuente: Banxico, Índice Nacional de Precios al Consumidor, México, 2008.

Tanto la oferta como la demanda se deben analizar también en relación al comercio exterior, pues cierto número de productos entran al mercado nacional, en tanto que otros se envían al extranjero.

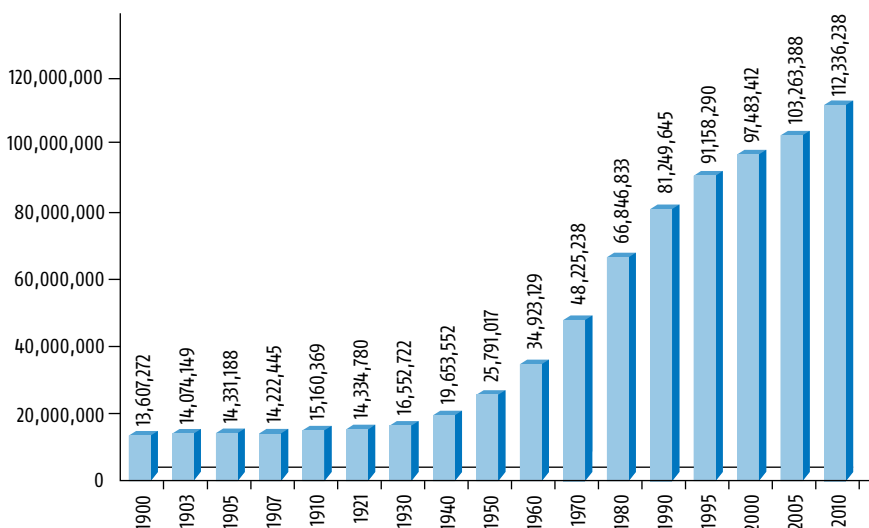
Por ello, el Consumo Nacional Aparente se obtiene de la producción nacional, más las importaciones (M), menos las exportaciones (X).

Esto se expresa:

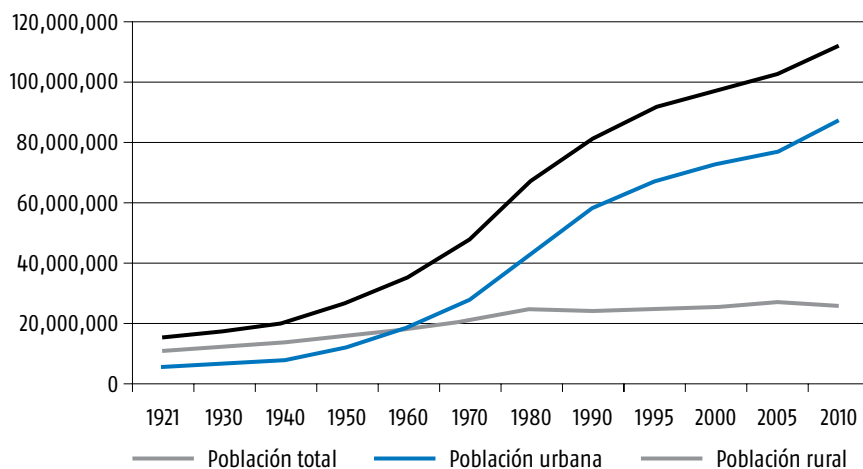
$$CNA = Producción nacional + M - X.$$

## Producción de alimentos

### México: 1900-2010 (habitantes)



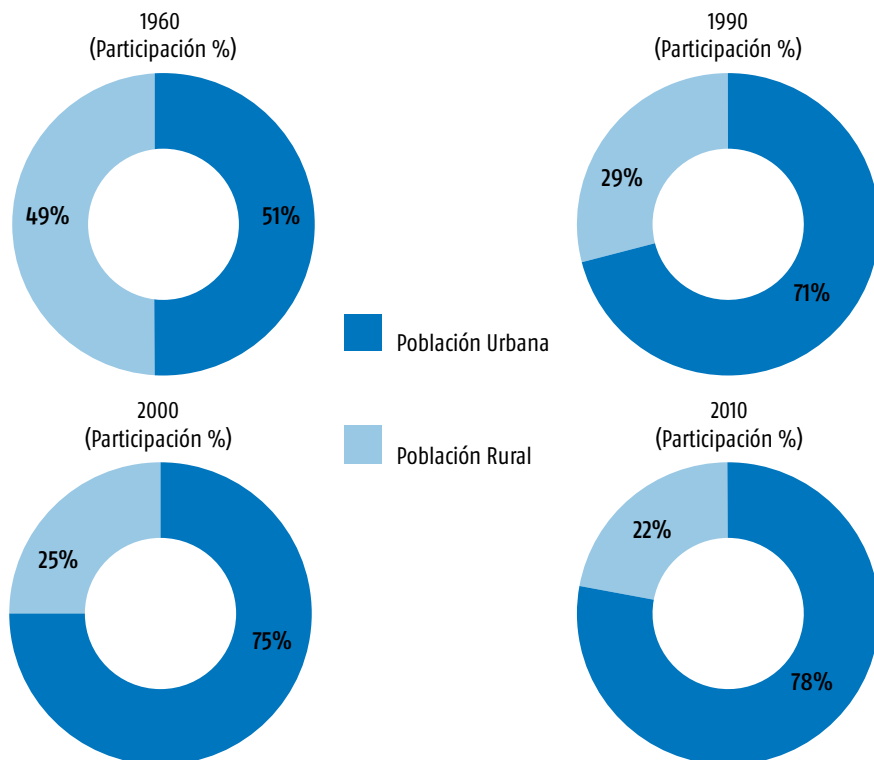
### México: evolución de la población población 1921-2010 (habitantes)\*



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI; *Estadísticas Históricas de México, Censos de Población 1921, 1930, 1940, 1950, 1960, 1970, 1980, 1990, 2000, 2010; Censo de Población 1995, 2005.*

\* Población rural y urbana: de acuerdo con el INEGI, una población se considera rural cuando tiene menos de 2,500 habitantes, mientras que la urbana es aquella donde viven más de 2,500 personas.

## Detalles población rural vs. población urbana



## Población total, tasa de urbanización, necesidades energéticas y Suministros de Energía Alimentaria (SEA) por persona y por día en 1965, 2000 y 2030

Año	1965	2000	2030***
Población total (miles)	43,148	91,145	134,912
Tasa de urbanización (%)	54.9	74.4	81.9
Necesidades energéticas por persona* (kcal/día)	2,092	2,182	2,207
SEA por persona** (kcal/día)	2,626	3,159	

Fuente: FATO

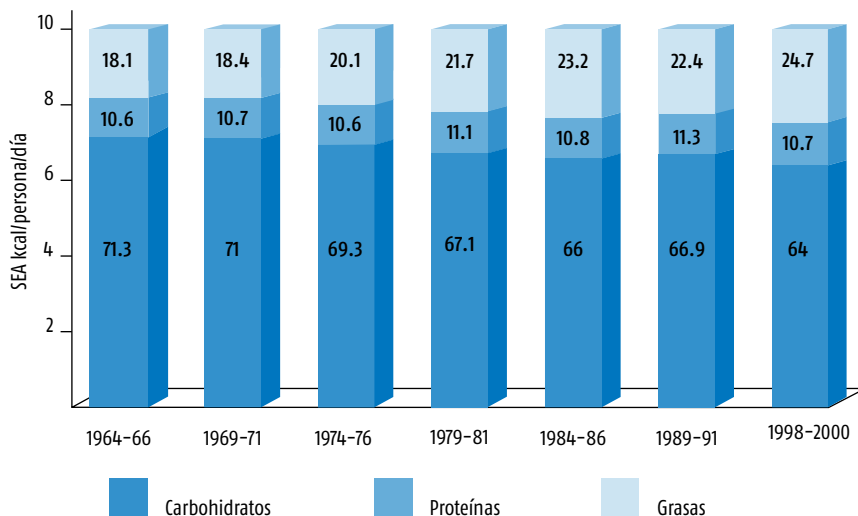
\* James & Schofield, 1990

\*\* Datos FAOSTAT que corresponden a promedios de tres años, i.e. 1964–66 y 1998–2000

\*\*\* Proyección estimada al 2030.



## Tendencias del suministro de energía alimentaria y porcentaje proveniente de proteínas, grasas y carbohidratos



Fuente: FAOSTAT

## Composición del gasto de los hogares urbanos 1963 a 2008 (%)

Conceptos	1963	1968	1977	1994	2000	2004	2006	2008
Alimentos, bebidas y tabaco	42.0	39.4	37.4	29.4	23.2	21.9	19.5	22.4
Ropa	13.1	13.2	9.9	6.8	5.7	6.2	6.0	5.3
Vivienda	15.7	17.3	17.8	22.2	26.2	26.5	26.8	29.0
Muebles, aparatos y accesorios domésticos	5.4	7.3	6.2	5.7	5.3	4.1	4.7	4.2
Salud y cuidado personal	7.8	7.0	5.8	6.8	8.5	8.1	8.3	7.9
Transporte	5.9	6.6	11.3	15.2	13.7	13.6	16.0	14.3
Educación y esparcimiento	5.4	5.5	5.8	7.7	10.8	12.8	10.4	9.3
Otros servicios	4.7	3.8	5.9	6.3	6.5	6.8	8.3	7.7
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

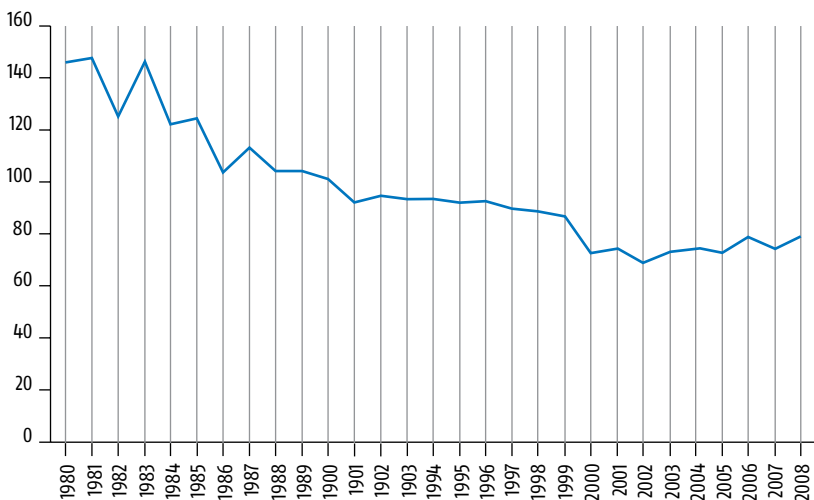
## Comparación internacional ponderadores de índices de precios al consumidor (%)

Conceptos	México 2000	EEUU 1996	Canadá 1992-1994	Francia 1996	Japón 1995	Haití 1987	Honduras 1979	Ecuador 1995	Brasil 1986
Alimentos, bebidas y tabaco	23.20	12.46	17.08	21.32	25.50	49.42	45.00	32.06	35.28
Ropa	5.72	5.33	ND	6.35	8.48	8.48	9.11	11.17	11.66
Vivienda	26.15	28.19	27.88	18.46	16.01	9.08	20.36	11.73	14.25
Muebles, aparatos y accesorios domésticos	5.36	5.91	ND	8.31	5.06	4.96	6.26	6.82	8.97
Salud y cuidado personal	8.50	8.49	6.35	14.12	4.36	7.21	7.01	8.35	7.52
Transporte	13.72	17.14	ND	14.56	13.51	8.72	3.03	9.48	10.51
Educación	6.60	4.40	2.10	3.02	13.91	2.01	2.42	4.81	3.59
Esparcimiento	4.22	4.35	ND	3.50	6.88	5.18	2.87	3.69	4.21
Otros servicios	6.53	13.73	8.81	10.46	6.29	4.94	3.94	11.89	4.01
<b>Total</b>	100	100	ND	100	100	100	100	100	100

Funete: BANXICO

## Tortilla

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980–2008

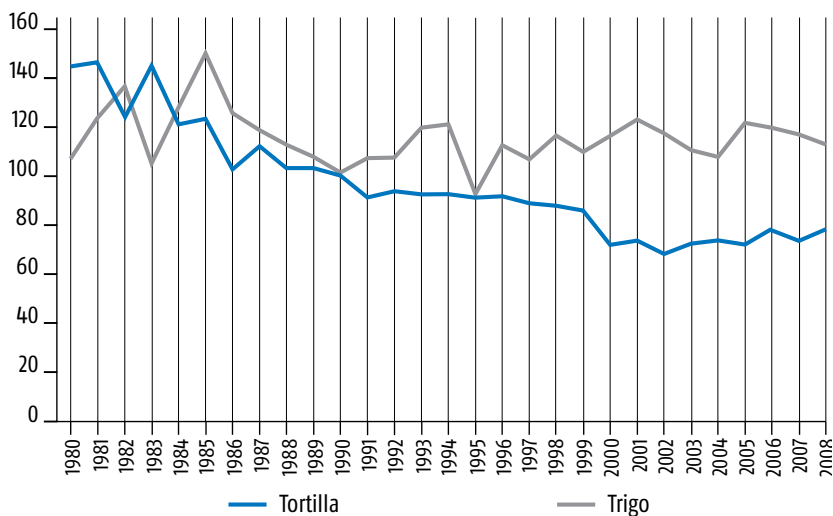


kg	Tortilla	kg	Tortilla	kg	Tortilla
1980	144.972	1990	100.423	2000	72.111
1981	146.664	1991	91.472	2001	73.842
1982	124.332	1992	94.024	2002	68.388
1983	145.282	1993	92.726	2003	68.388
1984	121.336	1994	92.820	2004	73.934
1985	123.594	1995	91.392	2005	72.237
1986	102.945	1996	91.964	2006	78.279
1987	112.410	1997	89.101	2007	73.738
1988	100.484	1998	88.075	2008	78.498
1989	103.470	1999	86.129		

Fuente: Elaboración propia con datos de SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México.

## Trigo y tortilla

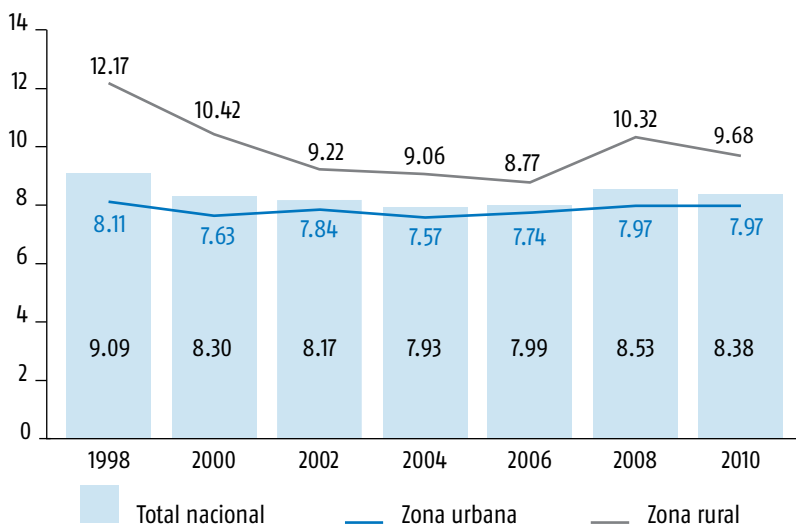
### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008



kg	Tortilla	Trigo	kg	Tortilla	Trigo
1980	144.972	53.622	1995	91.392	46.434
1981	146.664	61.866	1996	91.964	56.402
1982	124.332	68.433	1997	89.101	53.516
1983	145.282	52.684	1998	88.075	58.379
1984	121.336	64.179	1999	86.129	55.045
1985	123.594	75.163	2000	72.111	58.306
1986	102.945	62.953	2001	73.842	61.658
1987	112.410	59.480	2002	68.388	58.829
1988	100.484	56.516	2003	72.611	55.398
1989	103.470	54.032	2004	73.934	54.016
1990	100.423	50.820	2005	72.237	60.976
1991	91.472	53.768	2006	78.279	59.961
1992	94.024	53.874	2007	73.738	56.550
1993	92.726	59.987	2008	78.498	56.550
1994	92.820	60.671			

Fuente: Elaboración propia con datos de SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Número de tortillas diarias promedio (piezas); 1-55 años\*

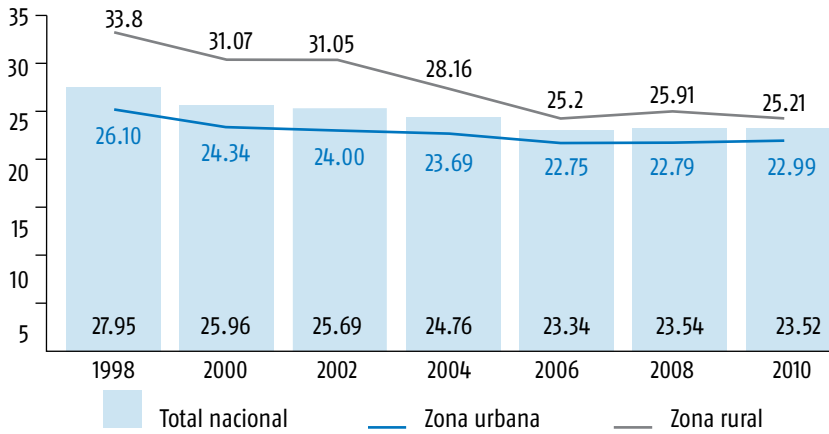


Fuente: *Estudio día típico 2010*; GRUMA.

\* El consumo de la tortilla ha disminuido considerablemente y con esto cambió la dieta del mexicano; se perdieron así importantes fuentes de proteína y fibra que caracterizaron la dieta del mundo prehispánico y del colonial. En el México moderno, como podemos notar, hay un aumento importante de proteína de origen animal.

El consumo en la zona urbana se mantiene estable para el 2010; sin embargo, se tiene contracción en la zona rural (-6.2%), lo que provoca la caída en el consumo a nivel nacional (-1.7).

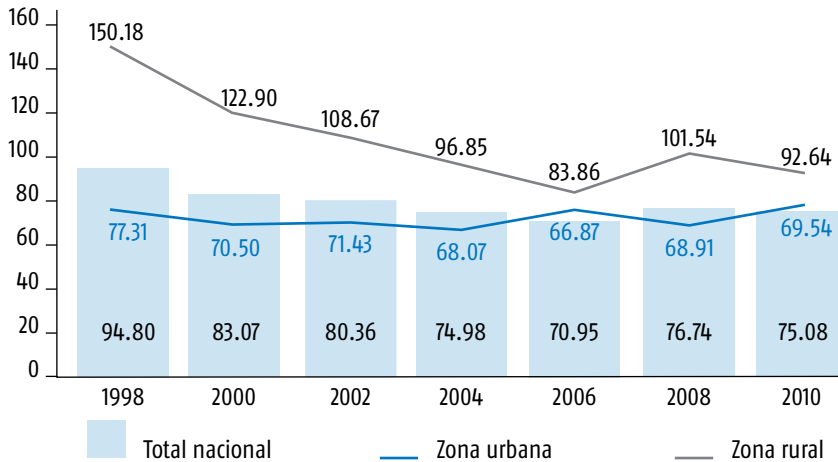
### Peso promedio de una tortilla (g); 1-55 años\*



Fuente: *Estudio día típico 2010*; GRUMA.

\* Para este año, dentro de la zona rural, el peso de la tortilla disminuyó (-2.7%) casi la misma proporción que había aumentado de 2008 a 2006 (2.81%). A nivel nacional prácticamente se mantiene igual.

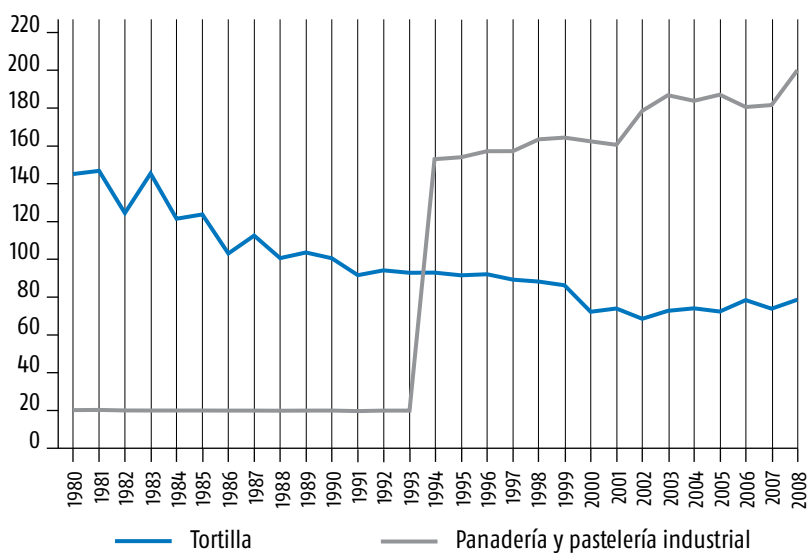
### Consumo per cápita de tortilla en el tiempo (kg); 1-55 años\*



Fuente: *Estudio Día Típico 2010*; Gruma

\* El consumo *per cápita* dentro de la zona urbana continúa incrementándose, y para este año, creció un 0.91%. A nivel nacional hay un decremento del -2.1% dado principalmente por la zona rural

## Tortilla, panadería y pastelería industrial\* Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980–2008

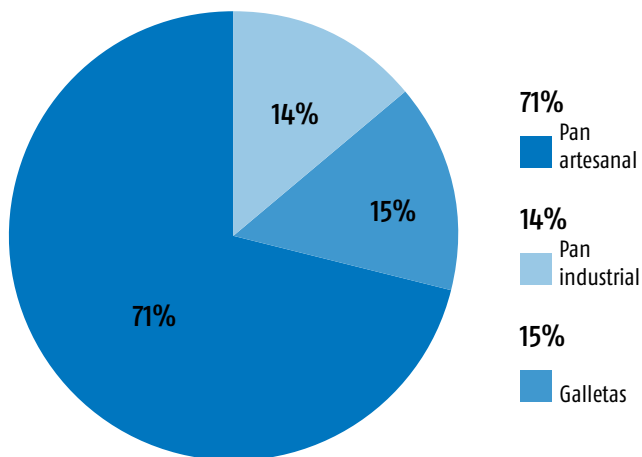


kg	Tortilla	Panadería y pastelería industrial*	kg	Tortilla	Panadería y pastelería industrial*
1980	144.972	0.006	1995	91.392	13.398
1981	146.664	0.009	1996	91.964	13.719
1982	124.332	0.001	1997	89.101	13.721
1983	145.282	-0.005	1998	88.075	14.346
1984	121.336	-0.006	1999	86.129	14.439
1985	123.594	-0.003	2000	72.111	14.240
1986	102.945	-0.006	2001	73.842	14.057
1987	112.410	-0.004	2002	68.388	15.853
1988	100.484	-0.010	2003	72.611	16.680
1989	103.470	-0.004	2004	73.934	16.384
1990	100.423	-0.002	2005	72.237	16.709
1991	91.472	-0.003	2006	78.279	16.057
1992	94.024	-0.004	2007	73.738	16.160
1993	92.726	-0.004	2008	78.498	18.005
1994	92.820	13.297			

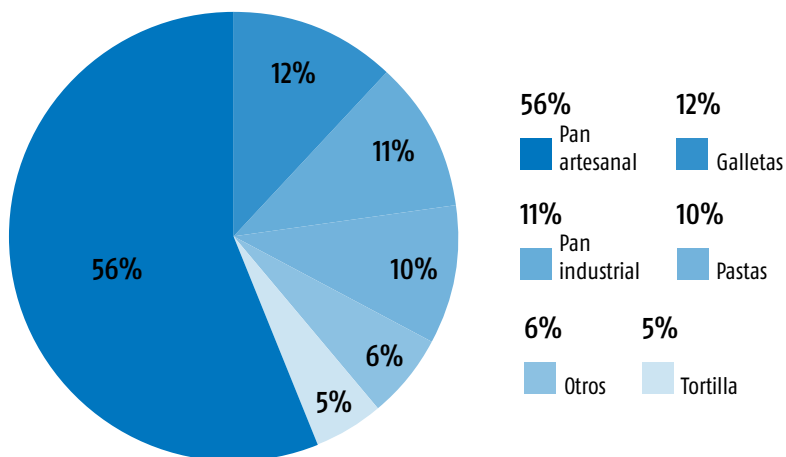
Fuente: Elaboración propia con datos de SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

\* No incluye el consumo de pan artesanal.

## Sectores consumidores de harinas\* Producción de harinas y sémola, 2010 (%)



## Destino de las harinas y sémola (%)



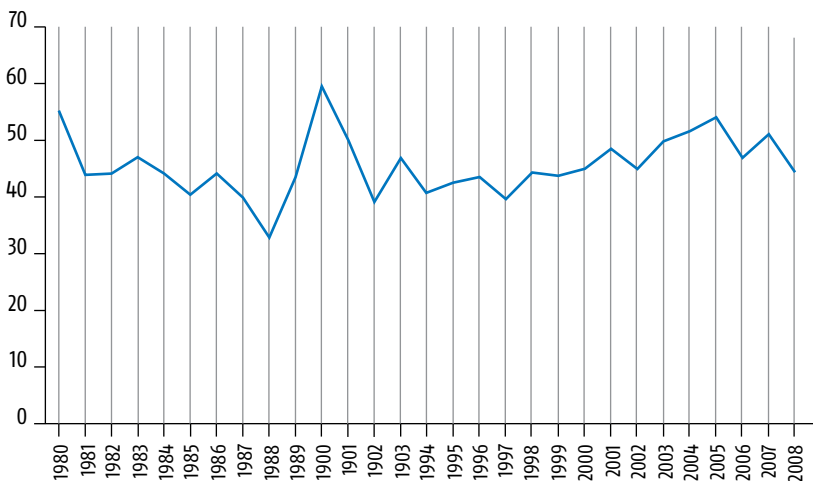
Fuente: CANIMOLT.

\* De las 508 mil toneladas de sémola producidas en el año 2010 (12% de la producción total), solamente 394 mil toneladas se destinaron al consumo interno y 114 mil se exportaron como sémola o pasta. Esto significa que el consumo de pastas en México es de aproximadamente de 3.6 kg. por persona al año.



## Azúcar

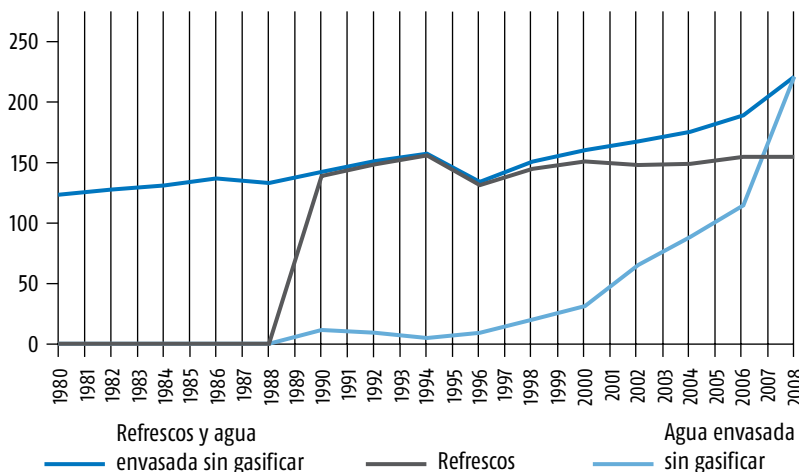
### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980–2008



kg	Azúcar	kg	Azúcar	kg	Azúcar
1980	55.212	1990	59.477	2000	44.949
1981	43.875	1991	49.988	2001	48.471
1982	44.102	1992	39.100	2002	44.910
1983	46.991	1993	46.843	2003	49.783
1984	44.111	1994	40.697	2004	51.583
1985	40.376	1995	42.490	2005	54.024
1986	44.116	1996	43.496	2006	46.882
1987	39.870	1997	39.597	2007	51.046
1988	32.823	1998	44.289	2008	44.335
1989	43.479	1999	43.709		

Fuente: Elaboración propia con datos de SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Refrescos y agua envasada sin gasificar Consumo Nacional Aparente *per cápita* (litros); 1980-2008

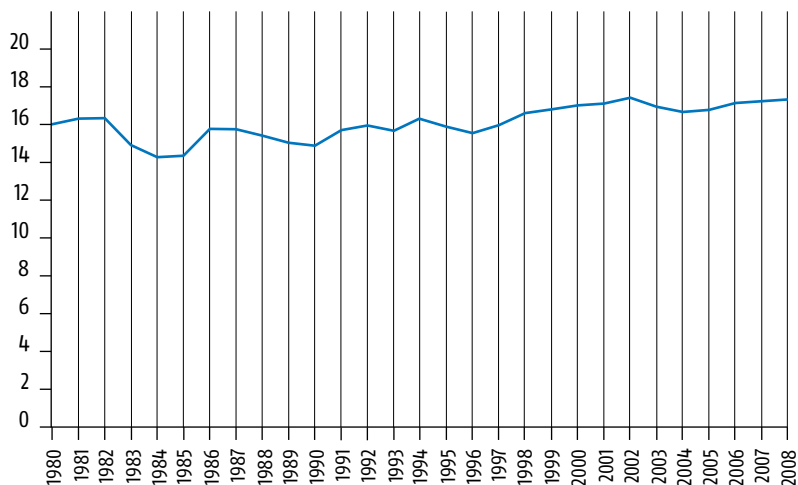


litros	Refrescos y agua envasada sin gasificar	Refrescos	Agua envasada sin gasificar	litros	Refrescos y agua envasada sin gasificar	Refrescos	Agua envasada sin gasificar
1980	122.635	ND	ND	1995	132.873	130.615	2.259
1981	123.238	ND	ND	1996	133.253	130.552	2.701
1982	126.914	ND	ND	1997	139.711	135.647	4.064
1983	128.810	ND	ND	1998	149.913	143.954	5.959
1984	130.267	ND	ND	1999	153.751	145.931	7.819
1985	129.966	ND	ND	2000	159.358	150.056	9.302
1986	136.073	ND	ND	2001	160.447	147.820	12.626
1987	131.696	ND	ND	2002	166.548	147.118	19.431
1988	132.315	ND	ND	2003	171.842	147.639	24.203
1989	135.451	ND	ND	2004	174.468	148.088	26.380
1990	141.443	138.048	3.395	2005	181.670	150.825	30.845
1991	143.831	142.108	1.723	2006	188.027	153.849	34.177
1992	150.312	147.590	2.721	2007	192.667	155.727	36.940
1993	151.252	148.667	2.585	2008	219.805	153.854	65.951
1994	156.429	155.014	1.415				

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Bovino

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980–2008

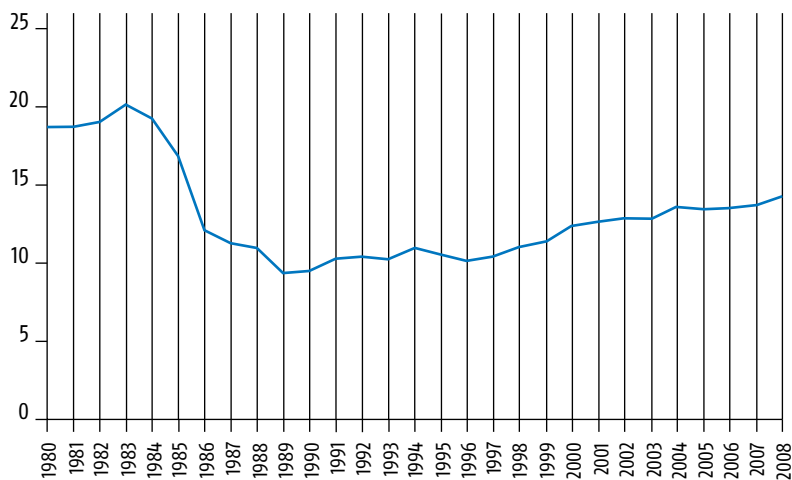


kg	Bovino	kg	Bovino
1980	15.949	1995	15.942
1981	16.789	1996	15.254
1982	16.838	1997	16.098
1983	13.991	1998	17.372
1984	12.709	1999	17.763
1985	12.860	2000	18.190
1986	15.703	2001	18.380
1987	15.665	2002	19.000
1988	14.985	2003	18.051
1989	14.235	2004	17.491
1990	13.923	2005	17.713
1991	15.572	2006	18.439
1992	16.062	2007	18.629
1993	15.501	2008	18.817
1994	16.783		

Fuente: Elaboración propia con datos de SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Porcino

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008

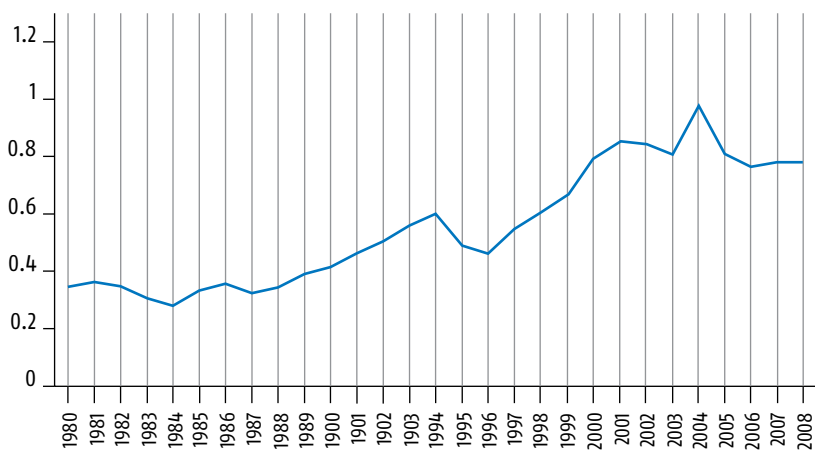


kg	Porcino	kg	Porcino
1980	18.713	1995	10.546
1981	18.731	1996	10.153
1982	19.041	1997	10.426
1983	20.150	1998	11.036
1984	19.256	1999	11.496
1985	16.851	2000	12.385
1986	12.112	2001	12.651
1987	11.284	2002	12.876
1988	10.978	2003	12.851
1989	9.374	2004	13.604
1990	9.508	2005	13.457
1991	10.292	2006	13.527
1992	10.423	2007	13.724
1993	10.256	2008	14.287
1994	11.063		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Ovino

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980–2008



**kg Ovino**

1980 0.346

1981 0.363

1982 0.348

1983 0.306

1984 0.280

1985 0.333

1986 0.357

1987 0.324

1988 0.344

1989 0.391

1990 0.415

1991 0.463

1992 0.505

1993 0.560

1994 0.601

**kg Ovino**

1995 0.490

1996 0.462

1997 0.548

1998 0.604

1999 0.669

2000 0.793

2001 0.854

2002 0.844

2003 0.808

2004 0.978

2005 0.810

2006 0.765

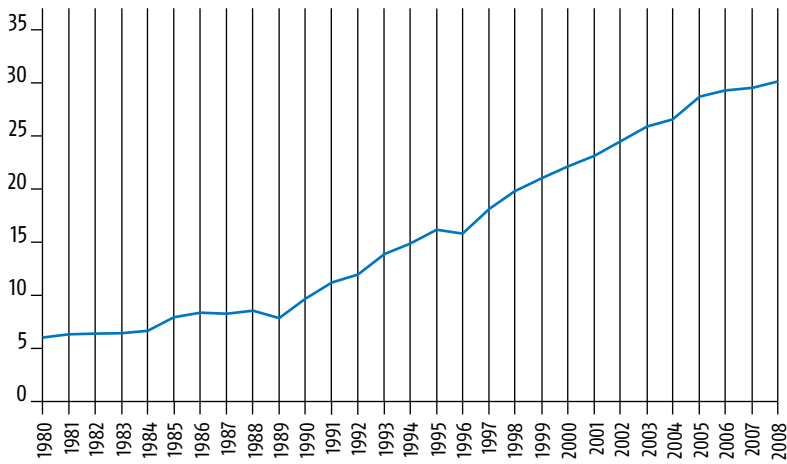
2007 0.781

2008 0.781

Fuente: Elaboración propia con datos de SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Pollo

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008



**kg Pollo**

**1980** 5.991

**1981** 6.297

**1982** 6.362

**1983** 6.398

**1984** 6.626

**1985** 7.903

**1986** 8.334

**1987** 8.235

**1988** 8.522

**1989** 7.825

**1990** 9.653

**1991** 11.182

**1992** 11.932

**1993** 13.860

**1994** 14.830

**kg Pollo**

**1995** 16.150

**1996** 15.783

**1997** 18.130

**1998** 19.779

**1999** 21.014

**2000** 22.109

**2001** 23.128

**2002** 24.454

**2003** 25.878

**2004** 26.547

**2005** 28.696

**2006** 29.275

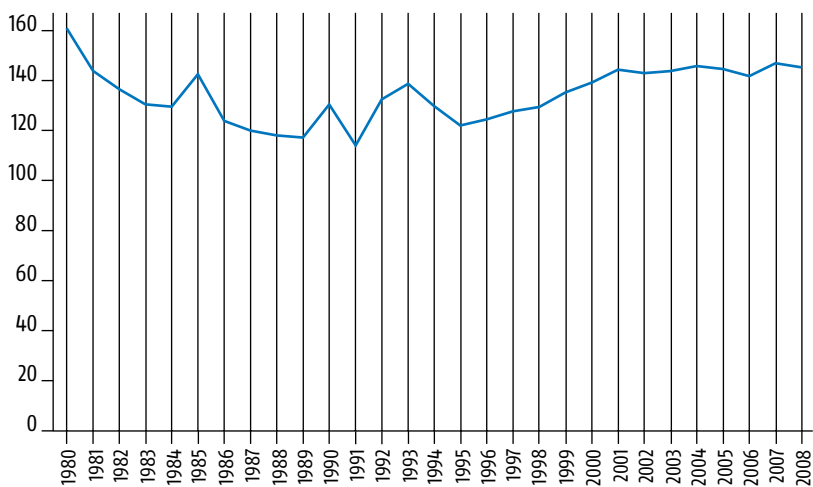
**2007** 29.521

**2008** 30.119

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Leche

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980–2008

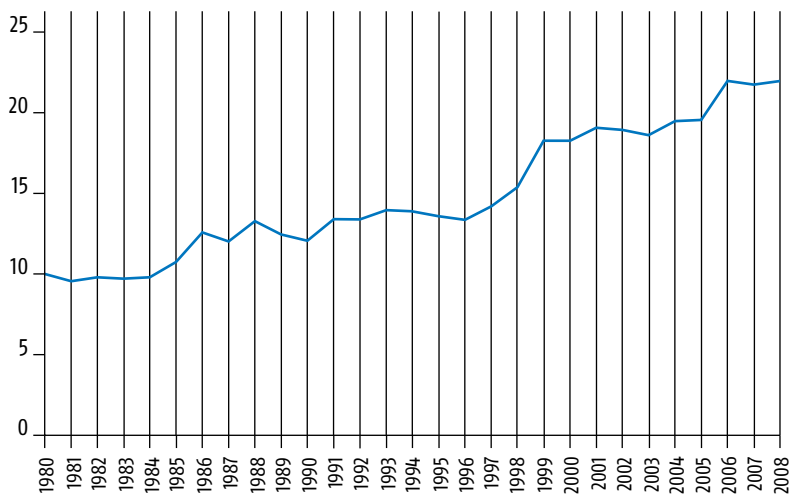


kg	Leche	kg	Leche
1980	140.935	1995	102.021
1981	123.838	1996	104.483
1982	116.526	1997	107.694
1983	110.476	1998	109.426
1984	109.543	1999	115.224
1985	122.525	2000	119.200
1986	103.850	2001	124.343
1987	99.983	2002	122.951
1988	98.045	2003	123.772
1989	97.200	2004	125.788
1990	110.430	2005	124.597
1991	94.045	2006	121.764
1992	112.456	2007	126.908
1993	118.693	2008	125.252
1994	109.979		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Huevo

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008



**kg Huevo**

**1980 9.678**

**1981 9.555**

**1982 9.797**

**1983 9.713**

**1984 9.799**

**1985 10.745**

**1986 12.577**

**1987 12.019**

**1988 13.276**

**1989 12.451**

**1990 12.063**

**1991 13.400**

**1992 13.384**

**1993 13.959**

**1994 13.889**

**kg Huevo**

**1995 13.583**

**1996 13.357**

**1997 14.192**

**1998 15.381**

**1999 16.908**

**2000 18.259**

**2001 19.063**

**2002 18.930**

**2003 18.605**

**2004 19.474**

**2005 19.548**

**2006 21.966**

**2007 21.737**

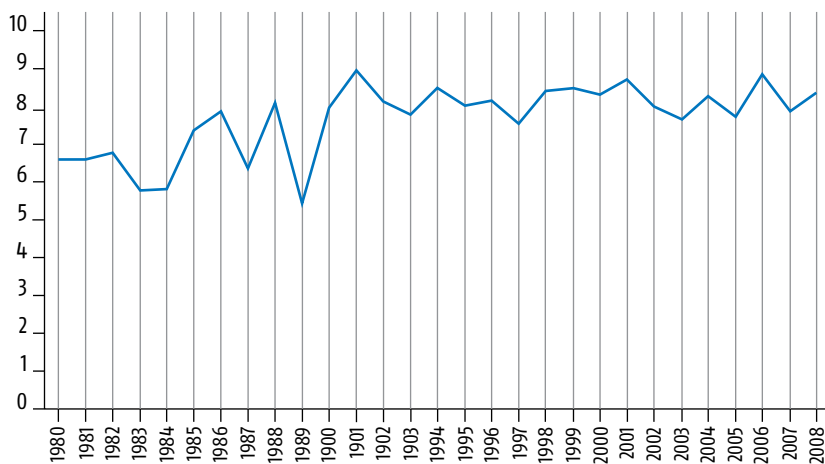
**2008 21.959**

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.



## Aguacate

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980–2008



#### kg Aguacate

1980	6.595
1981	6.596
1982	6.773
1983	5.776
1984	5.812
1985	7.364
1986	7.868
1987	6.359
1988	8.093
1989	5.434
1990	7.966
1991	8.952
1992	8.130
1993	7.782
1994	8.488

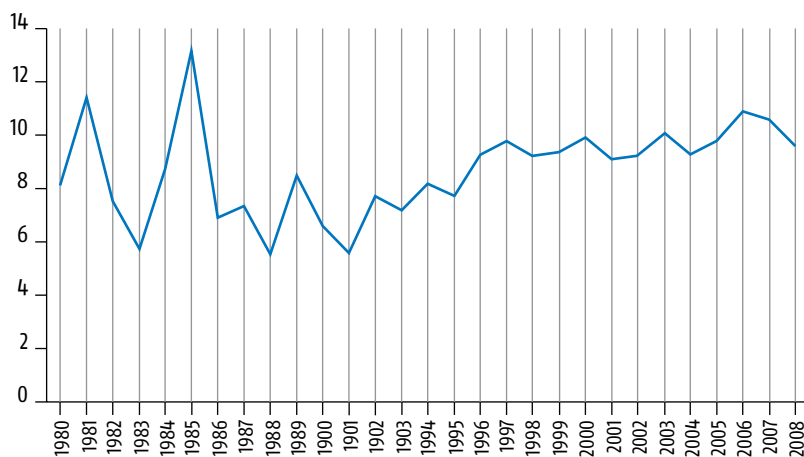
#### kg Aguacate

1995	8.019
1996	8.152
1997	7.542
1998	8.408
1999	8.482
2000	8.311
2001	8.711
2002	7.996
2003	7.655
2004	8.270
2005	7.725
2006	7.725
2007	7.725
2008	8.360

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Arroz

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008



**kg Arroz**

**1980** 8.084

**1981** 11.365

**1982** 7.494

**1983** 5.712

**1984** 8.702

**1985** 13.108

**1986** 6.879

**1987** 7.312

**1988** 5.513

**1989** 8.453

**1990** 6.567

**1991** 5.560

**1992** 7.681

**1993** 7.155

**1994** 8.146

**kg Arroz**

**1995** 7.692

**1996** 9.230

**1997** 9.739

**1998** 9.186

**1999** 9.327

**2000** 9.873

**2001** 9.062

**2002** 9.189

**2003** 10.033

**2004** 9.242

**2005** 9.743

**2006** 10.848

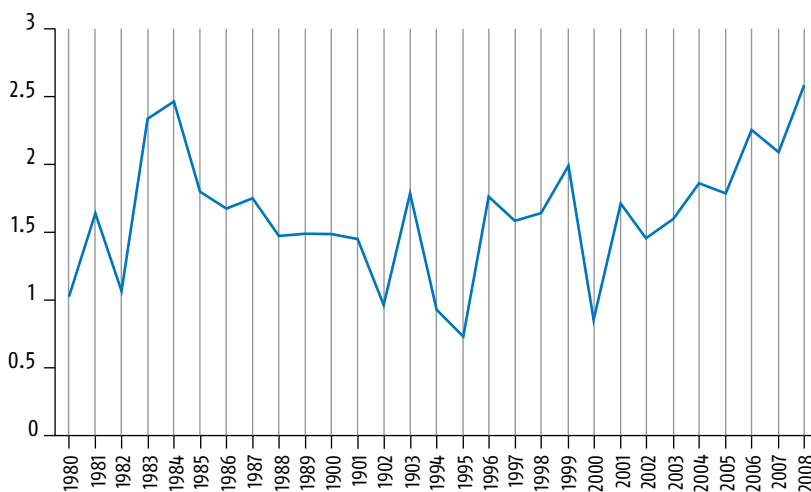
**2007** 10.542

**2008** 9.553

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Avena

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980–2008

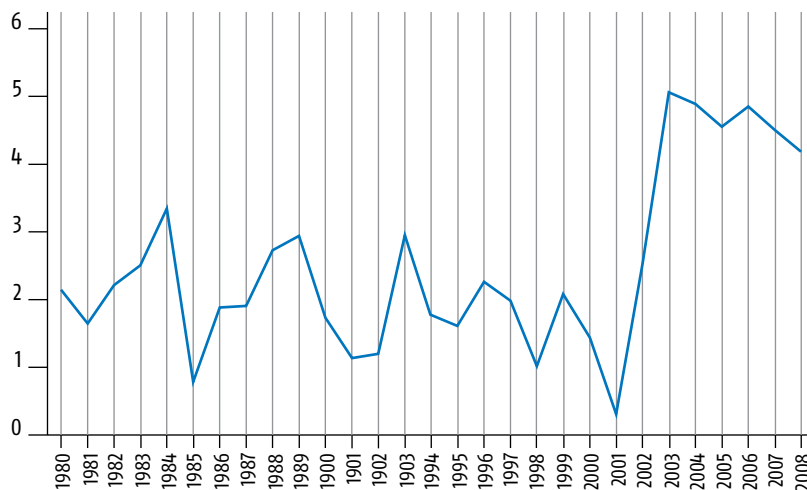


kg	Avena	kg	Avena
1980	1.023	1995	0.730
1981	1.636	1996	1.759
1982	1.065	1997	1.581
1983	2.332	1998	1.638
1984	2.459	1999	1.986
1985	1.795	2000	0.853
1986	1.671	2001	1.708
1987	1.747	2002	1.453
1988	1.470	2003	1.588
1989	1.486	2004	1.861
1990	1.484	2005	1.783
1991	1.447	2006	2.250
1992	0.962	2007	2.086
1993	1.783	2008	2.580
1994	0.927		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Calabacita y calabaza

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008



#### kg Calabacita y calabaza

1980	2.145
1981	1.646
1982	2.213
1983	2.505
1984	3.343
1985	0.785
1986	1.883
1987	1.906
1988	2.728
1989	2.940
1990	1.732
1991	1.136
1992	1.199
1993	2.950
1994	1.777

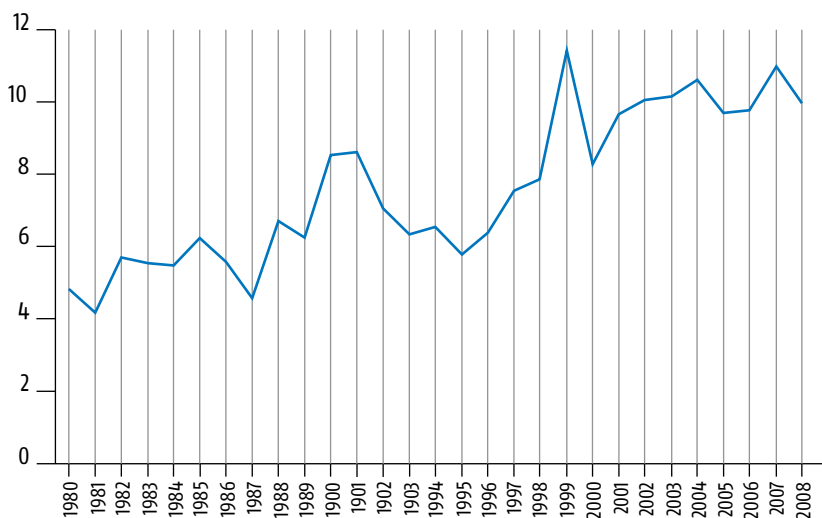
#### kg Calabacita y calabaza

1995	1.611
1996	2.262
1997	1.983
1998	1.017
1999	2.081
2000	1.439
2001	0.309
2002	2.534
2003	5.060
2004	5.060
2005	4.552
2006	4.850
2007	4.505
2008	4.183

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Cebolla

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980–2008



#### kg Cebolla

1980 4.826

1981 4.171

1982 5.695

1983 5.538

1984 5.475

1985 6.231

1986 5.572

1987 4.572

1988 6.701

1989 6.244

1990 8.522

1991 8.604

1992 7.050

1993 6.333

1994 6.539

#### kg Cebolla

1995 5.778

1996 6.378

1997 7.537

1998 7.853

1999 11.406

2000 8.272

2001 9.649

2002 10.055

2003 10.141

2004 10.599

2005 9.685

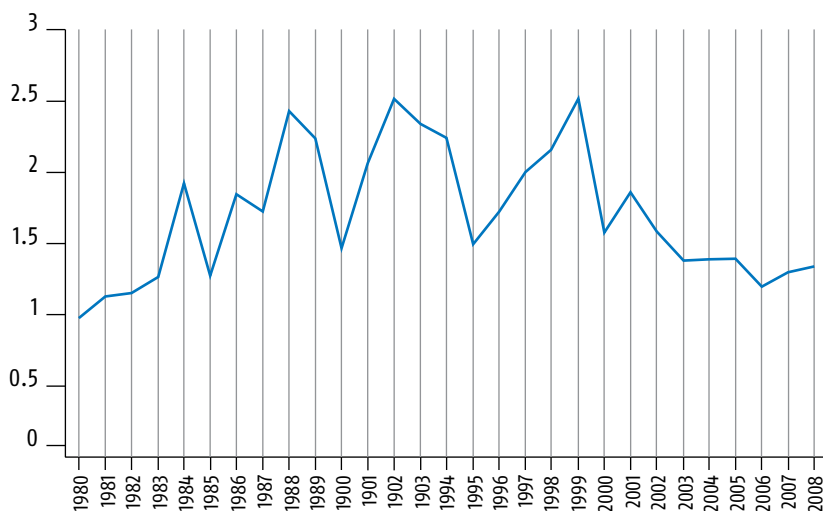
2006 9.759

2007 10.968

2008 9.952

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Col (repollo) y col de bruselas Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008

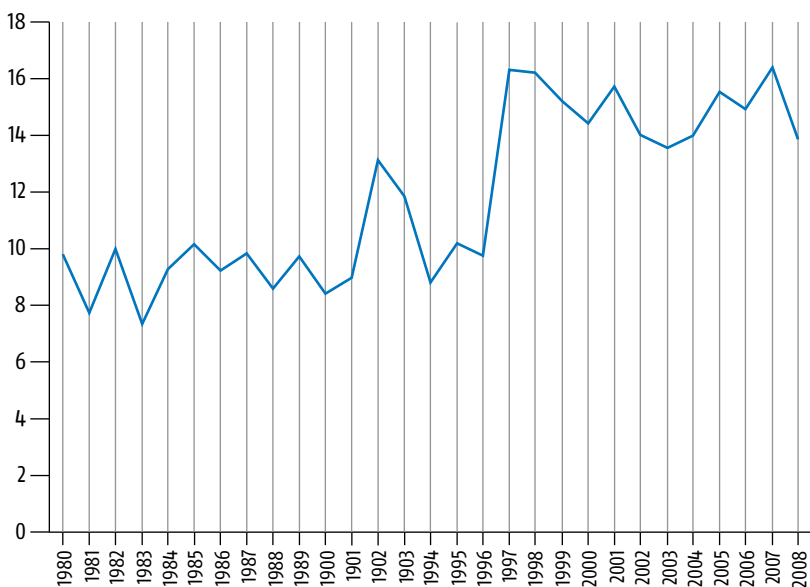


kg	Col (repollo) y col de bruselas	kg	Col (repollo) y col de bruselas	kg	Col (repollo) y col de bruselas
1980	0.977	1990	1.468	2000	1.578
1981	1.129	1991	2.064	2001	1.861
1982	1.153	1992	2.517	2002	1.585
1983	1.266	1993	2.341	2003	1.381
1984	1.924	1994	2.341	2004	1.390
1985	1.275	1995	2.341	2005	1.394
1986	1.847	1996	2.341	2006	1.198
1987	1.726	1997	2.341	2007	1.299
1988	2.431	1998	2.163	2008	1.340
1989	2.239	1999	2.522		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Chile verde

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980–2008

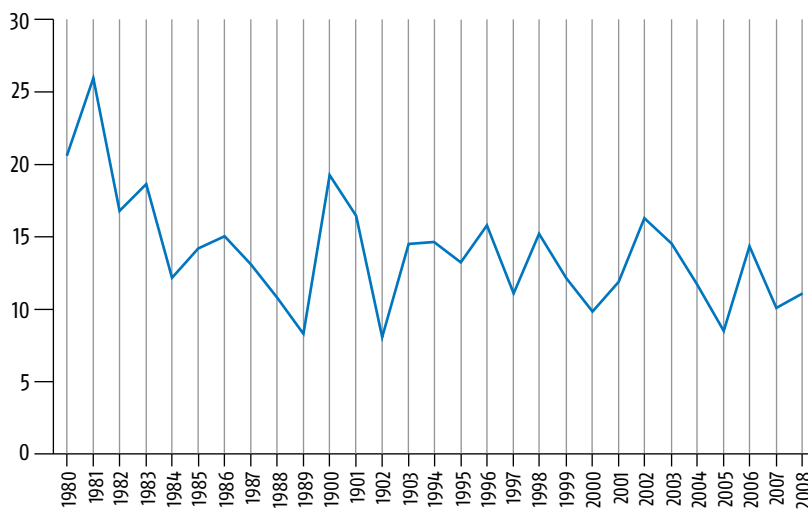


kg	Chile verde	kg	Chile verde	kg	Chile verde
1980	9.807	1990	9.731	2000	14.425
1981	7.739	1991	8.977	2001	15.723
1982	7.739	1992	13.127	2002	14.017
1983	7.348	1993	11.852	2003	13.559
1984	9.281	1994	8.811	2004	13.992
1985	10.160	1995	10.193	2005	15.536
1986	9.231	1996	9.757	2006	14.927
1987	9.836	1997	16.312	2007	16.413
1988	8.595	1998	16.213	2008	13.860
1989	9.731	1999	15.203		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Frijol

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008



**kg Frijol**

1980 20.604

1981 25.966

1982 16.793

1983 18.646

1984 12.169

1985 14.197

1986 15.943

1987 13.103

1988 10.797

1989 8.299

1990 19.264

1991 16.454

1992 8.072

1993 14.510

**kg Frijol**

1994 14.644

1995 13.236

1996 15.795

1997 11.092

1998 15.210

1999 12.138

2000 9.838

2001 11.893

2002 16.289

2003 14.536

2004 11.725

2005 8.500

2006 14.350

2007 10.089

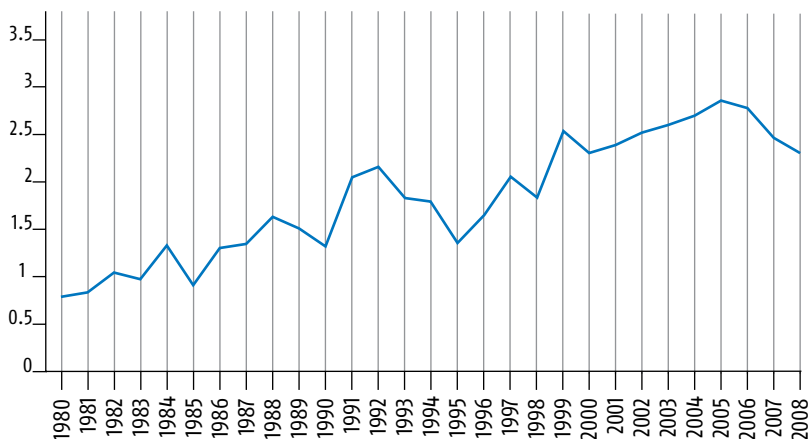
2008 11.091

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.



## Lechuga

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980–2008

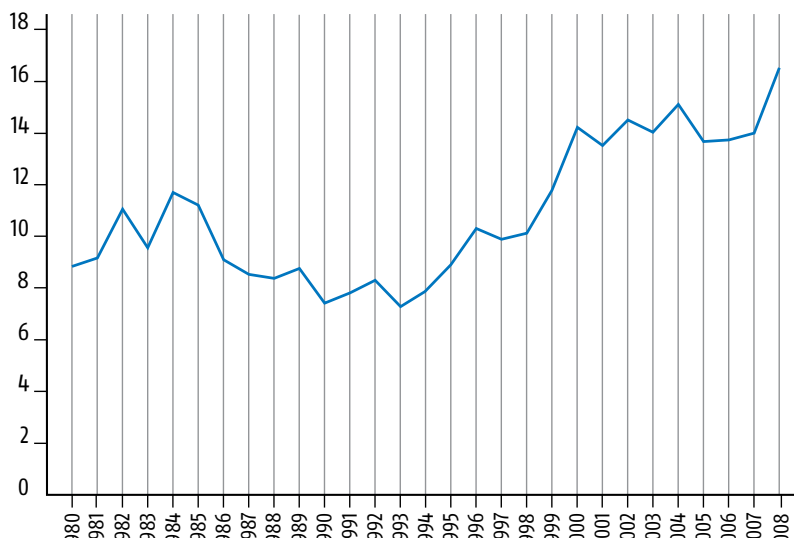


kg	Lechuga	kg	Lechuga
1980	0.788	1995	1.356
1981	0.835	1996	1.651
1982	1.044	1997	2.055
1983	0.974	1998	1.835
1984	1.330	1999	2.536
1985	0.911	2000	2.305
1986	1.303	2001	2.389
1987	1.346	2002	2.520
1988	1.632	2003	2.601
1989	1.509	2004	2.699
1990	1.320	2005	2.858
1991	2.049	2006	2.779
1992	2.159	2007	2.465
1993	1.830	2008	2.304
1994	1.793		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Limón y lima

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008



#### kg Limón y lima

1980 8.836

1981 9.164

1982 11.051

1983 9.558

1984 11.695

1985 11.206

1986 9.095

1987 8.530

1988 8.376

1989 8.758

1990 7.418

1991 7.816

1992 8.302

1993 7.284

1994 7.867

#### kg Limón y lima

1995 8.898

1996 10.303

1997 9.886

1998 10.121

1999 11.776

2000 14.212

2001 13.510

2002 14.497

2003 14.024

2004 15.099

2005 13.663

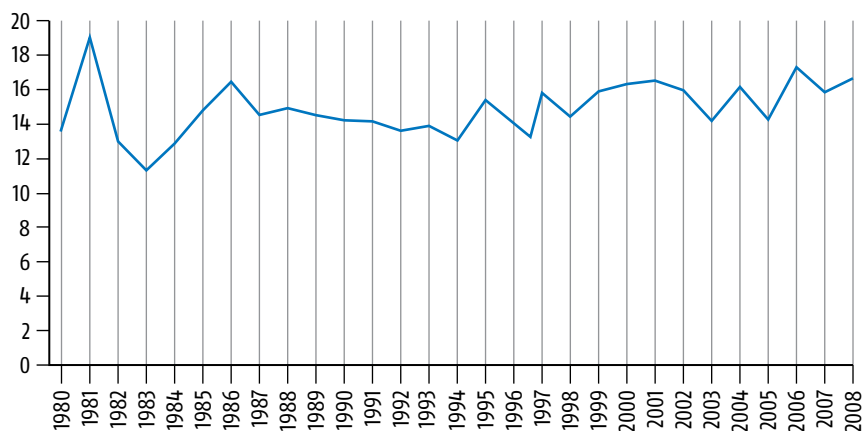
2006 13.726

2007 13.989

2008 16.513

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Mangos, mangostanes y guayabas Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008

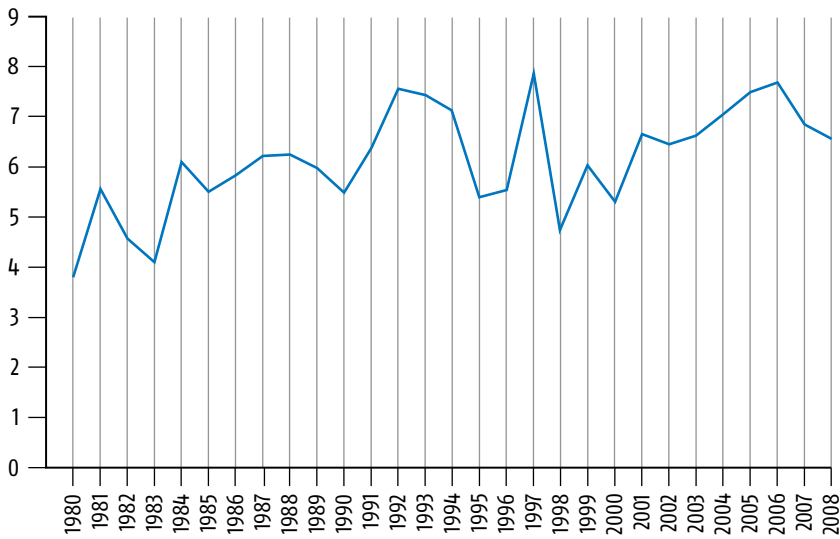


kg	Mangos, mangostanes y guayabas	kg	Mangos, mangostanes y guayabas
1980	13.571	1995	15.400
1981	19.040	1996	13.259
1982	12.995	1997	15.815
1983	11.314	1998	14.438
1984	12.873	1999	15.904
1985	14.803	2000	16.332
1986	16.464	2001	16.533
1987	14.536	2002	15.970
1988	14.931	2003	14.191
1989	14.523	2004	16.164
1990	14.224	2005	14.269
1991	14.162	2006	17.309
1992	13.616	2007	15.856
1993	13.899	2008	16.665
1994	13.051		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Manzanas

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008

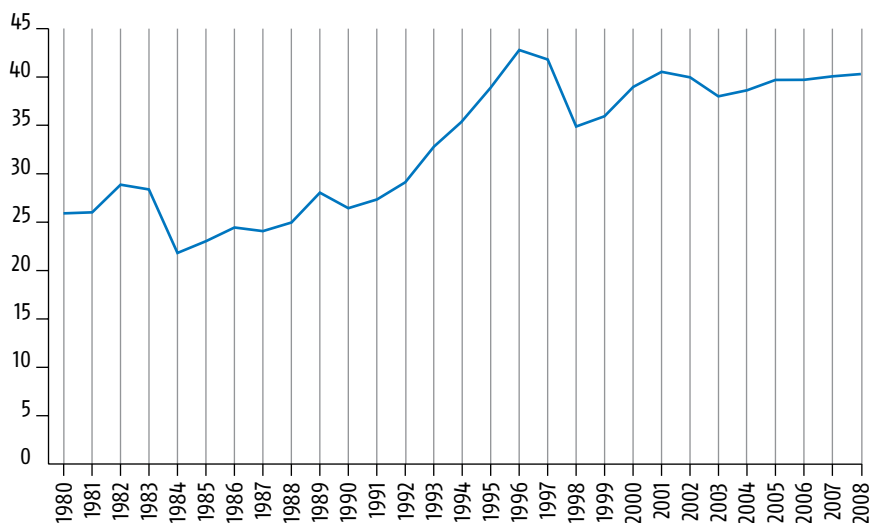


kg	Manzana	kg	Manzana
1980	3.799	1995	5.397
1981	5.561	1996	5.541
1982	4.571	1997	7.867
1983	4.101	1998	4.742
1984	6.100	1999	6.034
1985	5.506	2000	5.306
1986	5.836	2001	6.657
1987	6.221	2002	6.454
1988	6.249	2003	6.627
1989	5.980	2004	7.055
1990	5.489	2005	7.495
1991	6.380	2006	7.687
1992	7.562	2007	6.850
1993	7.436	2008	6.562
1994	7.131		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Naranjas

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980–2008

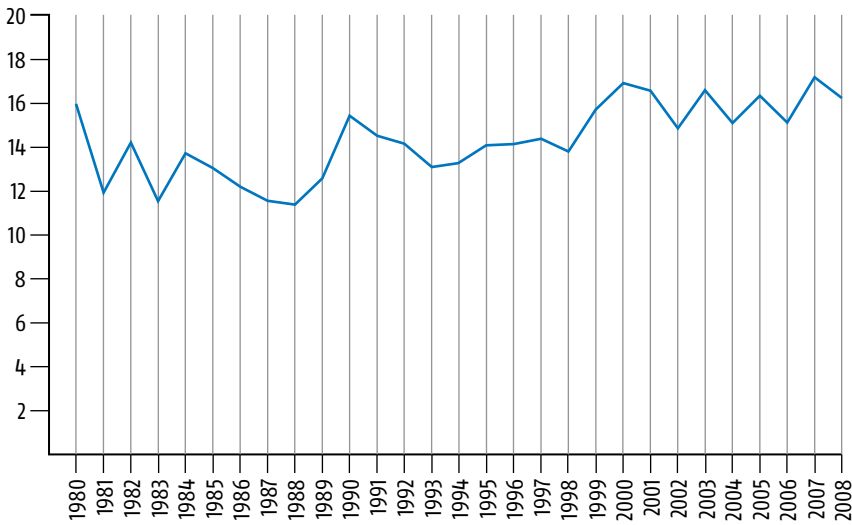


	kg	Naranja		kg	Naranja
1980	25.911		1995	38.881	
1981	26.017		1996	42.791	
1982	28.874		1997	41.812	
1983	28.384		1998	34.887	
1984	21.820		1999	35.946	
1985	23.032		2000	38.980	
1986	24.450		2001	40.538	
1987	24.075		2002	39.967	
1988	24.966		2003	38.005	
1989	28.049		2004	38.630	
1990	26.446		2005	39.701	
1991	27.351		2006	39.713	
1992	29.123		2007	40.071	
1993	32.808		2008	40.310	
1994	35.361				

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Papa

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008

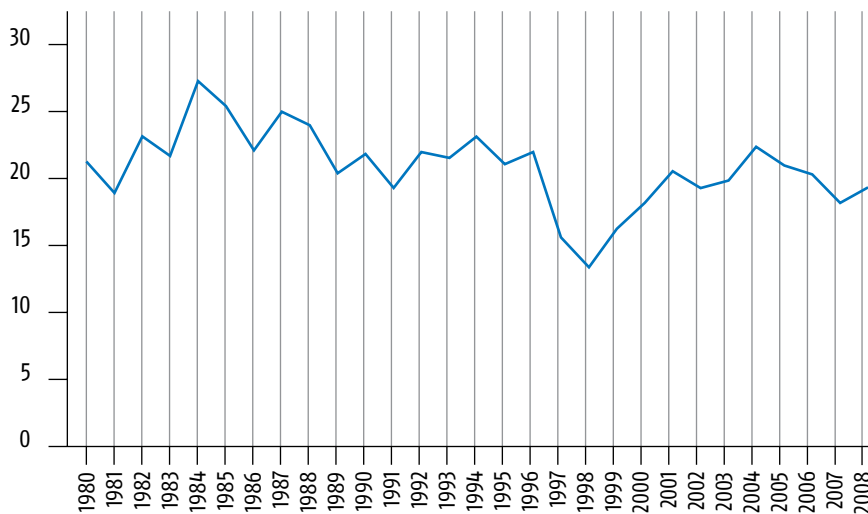


kg	Papa	kg	Papa
1980	15.982	1995	14.092
1981	11.938	1996	14.149
1982	14.217	1997	14.391
1983	11.550	1998	13.810
1984	13.729	1999	15.718
1985	13.058	2000	16.927
1986	12.206	2001	16.580
1987	11.565	2002	14.867
1988	11.391	2003	16.604
1989	12.586	2004	15.108
1990	15.441	2005	16.352
1991	14.528	2006	15.130
1992	14.167	2007	17.193
1993	13.103	2008	16.246
1994	13.280		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Platano

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008

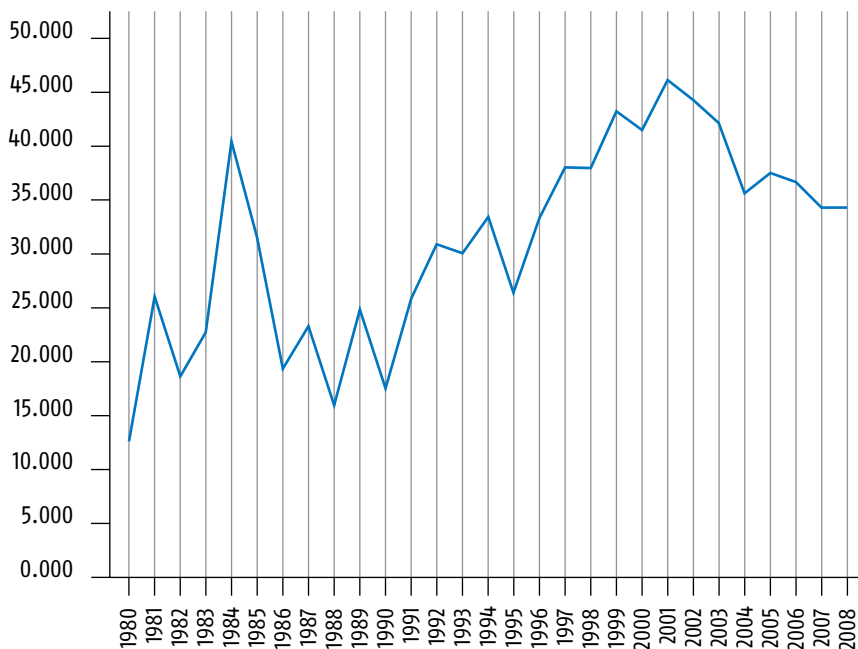


kg	Plátano	kg	Plátano
1980	21.270	1995	21.070
1981	18.920	1996	21.976
1982	23.144	1997	15.604
1983	21.687	1998	13.372
1984	27.272	1999	16.247
1985	25.410	2000	18.180
1986	22.102	2001	20.542
1987	24.985	2002	19.285
1988	23.976	2003	19.847
1989	20.390	2004	22.368
1990	21.831	2005	22.368
1991	19.295	2006	20.306
1992	21.975	2007	18.177
1993	21.975	2008	19.336
1994	23.127		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Soya

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008

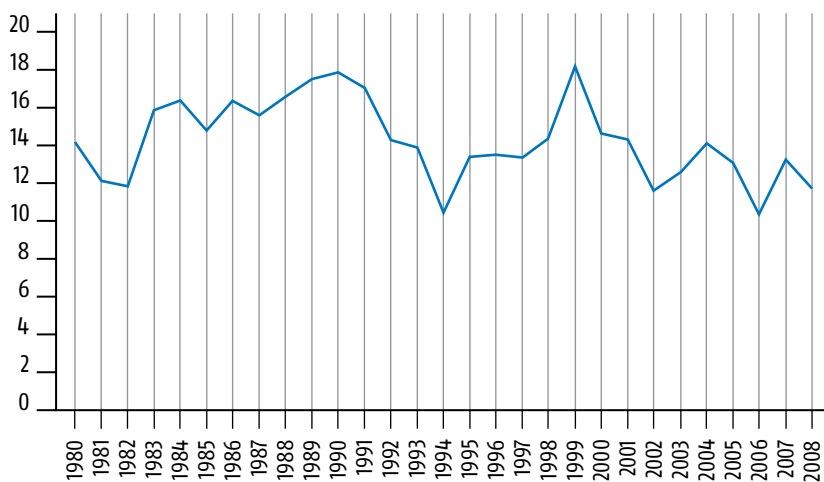


kg	Soya	kg	Soya	kg	Soya
1980	12.622	1990	17.534	2000	41.503
1981	26.044	1991	25.873	2001	46.143
1982	18.644	1992	30.905	2002	44.284
1983	22.733	1993	30.071	2003	42.155
1984	40.439	1994	33.446	2004	35.630
1985	31.531	1995	26.408	2005	37.520
1986	19.357	1996	33.330	2006	36.678
1987	23.300	1997	38.038	2007	34.965
1988	15.969	1998	37.975	2008	34.308
1989	24.837	1999	43.241		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.



## Tomate rojo (Jitomate) Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008

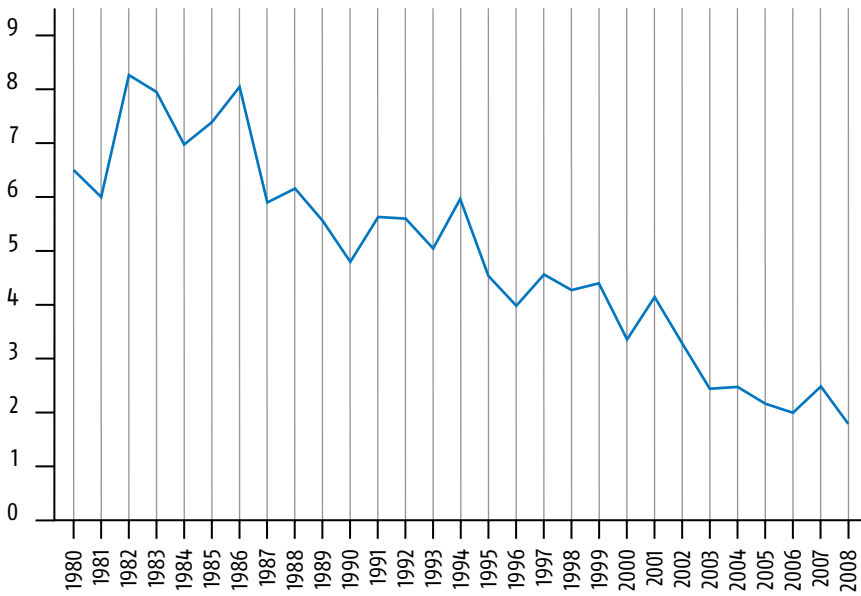


kg	Tomate rojo (Jitomate)	kg	Tomate rojo (Jitomate)
1980	14.178	1995	13.393
1981	12.122	1996	13.533
1982	11.838	1997	13.359
1983	15.862	1998	14.356
1984	16.377	1999	18.179
1985	14.788	2000	14.630
1986	16.387	2001	14.313
1987	15.593	2002	11.606
1988	16.582	2003	12.590
1989	17.509	2004	14.109
1990	17.864	2005	13.074
1991	17.036	2006	10.356
1992	14.283	2007	13.248
1993	13.887	2008	11.719
1994	10.479		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Uva

### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008

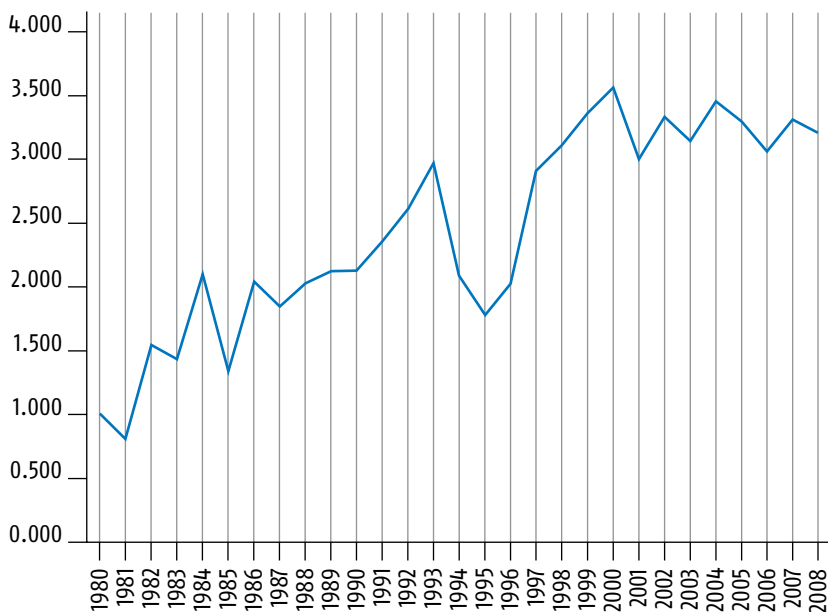


kg	Uva	kg	Uva	kg	Uva
1980	6.500	1990	4.795	2000	3.354
1981	5.998	1991	5.628	2001	4.142
1982	8.263	1992	5.598	2002	3.278
1983	7.950	1993	5.043	2003	2.439
1984	6.973	1994	5.963	2004	2.473
1985	7.388	1995	4.534	2005	2.162
1986	8.044	1996	3.979	2006	1.993
1987	5.898	1997	4.560	2007	2.482
1988	6.156	1998	4.271	2008	1.788
1989	5.556	1999	4.396		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Zanahoria

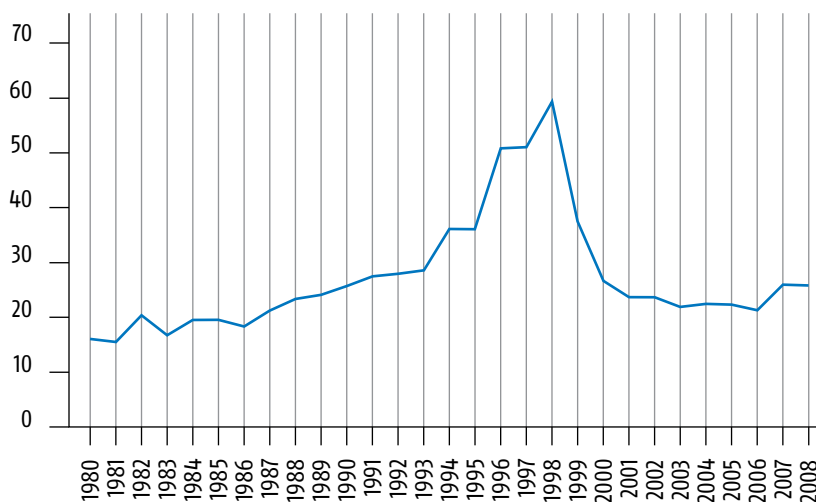
### Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980–2008



kg	Zanahoria	kg	Zanahoria	kg	Zanahoria
1980	1.008	1990	2.129	2000	3.565
1981	0.809	1991	2.357	2001	3.004
1982	1.546	1992	2.615	2002	3.335
1983	1.435	1993	2.972	2003	3.146
1984	2.101	1994	2.090	2004	3.457
1985	1.341	1995	1.781	2005	3.299
1986	2.043	1996	2.026	2006	3.064
1987	1.848	1997	2.911	2007	3.314
1988	2.030	1998	3.111	2008	3.210
1989	2.125	1999	3.364		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Elaboración de aceites y grasas vegetales comestibles Consumo Nacional Aparente *per cápita* (kg); 1980-2008

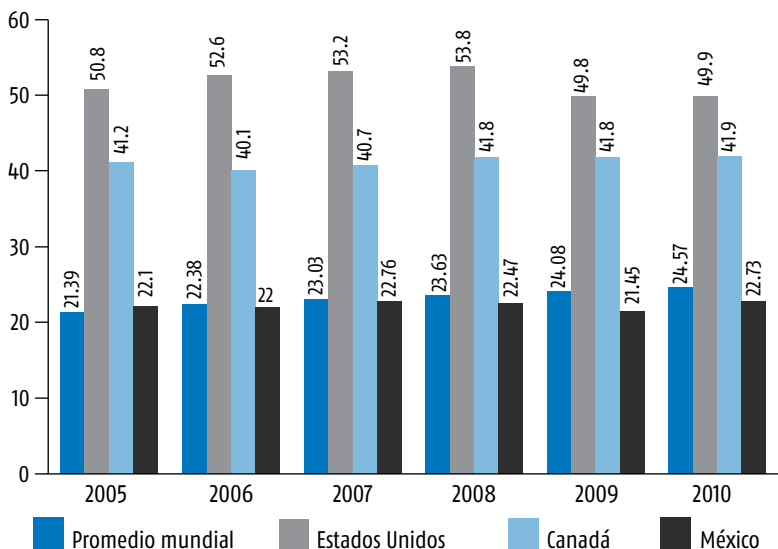


kg	Elaboración de aceites y grasas vegetales comestibles	kg	Elaboración de aceites y grasas vegetales comestibles	kg	Elaboración de aceites y grasas vegetales comestibles
1980	16.095	1990	25.738	2000	26.678
1981	15.540	1991	27.512	2001	23.716
1982	20.408	1992	27.978	2002	23.699
1983	16.770	1993	28.608	2003	21.935
1984	19.557	1994	36.151	2004	22.490
1985	19.583	1995	36.109	2005	22.355
1986	18.365	1996	50.856	2006	21.328
1987	21.266	1997	51.075	2007	25.996
1988	23.388	1998	59.375	2008	25.849
1989	24.140	1999	37.540		

Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

\* De acuerdo a las investigaciones realizadas por CANACINTRA la abrupta subida y descenso del consumo de grasas entre 1994 y 1999 puede deberse a dos factores: la posible duplicidad de los datos o al aumento de los precios de los insumos. Esto pudo dar como resultado la acumulación de inventarios que posteriormente fueron expordos

## Consumo per cápita de aceites y grasas comestibles (kg/habitante)



Fuente: Elaboración propia con datos de ANPRAC, SAGARPA, INEGI, Secretaría de Economía, Banco de México, FAO.

## Desarrollo social y bienestar disponibilidad de calorías y proteínas por habitante

### Calorías diarias por habitante, promedios trienales

	1969-1971	1979-1981	1983-1985	1988-19990	1992
Argentina	3268	31951	31951	3068	2880
Uruguay	2966	2815	2721	2746	2668
México	2626	3000	3147	3123	3129
Cuba	2653	2954	3094	3103	3129
Chile	2633	2645	2589	2484	2582
Paraguay	2667	2660	2813	2789	2684
Belice	2324	2679	2546	2575	2662
Brasil	2504	2707	2629	2730	2824
Costa Rica	2409	2581	2772	2781	2711
Venezuela	2385	2719	2550	2534	2443
Colombia	2059	2409	2578	2453	2677
El Salvador	1835 <sup>a</sup>	2316 <sup>b</sup>	ND	ND	2414 <sup>c</sup>

	1969-1971	1979-1981	1983-1985	1988-19990	1992
Panamá	2372	2321	2420	2484	2269
Nicaragua	2449 <sup>a</sup>	2973 <sup>b</sup>	ND	ND	2414 <sup>c</sup>
Guatemala	2081	2146	2298	2327	2254
Honduras	2160	2133	2208	2138	2210
Perú	2270	2102	2144	2277	2037
Ecuador	2147	2292	2031	2544	2399

## Desarrollo social y bienestar disponibilidad de calorías y proteínas por habitante

### Gramos diarios de proteínas por habitante, promedios trienales

	1969-1971	1979-1981	1983-1985	1988-19990	1992
Argentina	103.6	103.6	104.4	99.2	99.3
Uruguay	86.2	88.3	884.2	84.6	82.4
México	63.2	67.2	77.4	81.0	80.2
Cuba	54.4	68.8	71.8	77.4	73.0
Chile	68.7	73.6	69.4	68,0	71.7
Paraguay	68.2	73.1	74.6	74.2	68.2
Belice	58.4	67.5	66.6	71.5	67.8
Brasil	61.5	60.4	60.6	61.4	65.9
Costa Rica	52.5	59.9	63.3	73.4	63.9
Venezuela	54.7	63.2	68.9	67.1	61.0
Colombia	47.5	51.9	56.7	55.8	60.2
El Salvador	ND	ND	57.3 <sup>b</sup>		58.9 <sup>c</sup>
Panamá	53.3	68.2	57.0	63.3	58.0
Nicaragua	ND	ND	58.9		57.1 <sup>c</sup>
Guatemala	53.8	57.1	53.9	60.2	54.9
Honduras	50.7	52.4	52.2	51.2	54.0
Perú	60.8	58.2	54.8	60.1	53.7
Ecuador	51.0	47.8	49.9	53.6	49.9

Fuente: Elaboración propia con datos del Anuario Estadístico de America Latina y el Caribe (CEPAL), 1995.

a. Se refiere a 1970.

b. Se refiere a 1980.

c. Se refiere a 1990.

## Desarrollo social y bienestar: unidades de vivienda particulares ocupadas por tipo y disponibilidad de servicios, (porcentaje con respecto al total de vivienda ocupadas)

País	Agua por tubería <sup>a</sup>			Inodoro (retrete de agua)			Sistema de eliminación <sup>b</sup>		
	1970	1980	1990	1970	1980	1990	1970	1980	1990
<b>Argentina</b>	ND	86.0	92.5	ND	95.1	85.8	ND	ND	ND
<b>Brasil</b>	32.8	54.9	82.6 <sup>c</sup>	26.6	ND	ND	ND	27.7	52.8 <sup>c</sup>
<b>Chile</b>	81.6	81.4	88.2	98.1	98.7 <sup>e</sup>	ND	ND	ND	69.9
<b>Colombia</b>	67.8	70.5	94.5 <sup>c</sup>	57.6	69.6	ND	51.4	59.4	84.2 <sup>c</sup>
<b>Costa Rica</b>	78.2	86.9	94.7	44.3	88.6	ND	14.8	ND	ND
<b>Cuba</b>	66.7	74.1	ND	43.8	91.0	ND	ND	ND	ND
<b>Ecuador</b>	42.9	51.8	62.7	33.3	46.1	59.9	28.1	51.1	62.4
<b>El Salvador</b>	47.2	ND	ND	22.4	ND	ND	16.1	ND	ND
<b>Guatemala</b>	42.3	52.3	58.2 <sup>c</sup>	17.9	21.4	59.3 <sup>c</sup>	ND	18.6	ND
<b>Honduras</b>	43.1	ND	63.1	17.4	ND	30.6	13	ND	20.4
<b>México</b>	61.0	70.7	79.4	ND	ND	47.9	ND	43.7	52.2
<b>Panamá</b>	52.2	75.4	72.8	40.1	43.6	ND	31.6	33.2	44.2
<b>Paraguay</b>	11.1	20.5	25.4	14.3	26.2	32.5	ND	9.5	7.2
<b>Perú</b>	29.6	37.9	46.7	23.2	ND	ND	22.1	28.9	40.0
<b>Uruguay</b>	80.6	86.5	92.3 <sup>c</sup>	62.2 <sup>e</sup>	73.0 <sup>e</sup>	ND	43.5 <sup>e</sup>	44.2 <sup>e</sup>	56.1 <sup>c</sup>
<b>Venezuela</b>	72.4	85.3	81.4 <sup>g</sup>	77.4	71.3	79.2 <sup>g</sup>	40.3	ND	63.1 <sup>g</sup>

a. Agua por tubería incluye agua dentro de la vivienda, fuera de la vivienda pero dentro del edificio y fuera del edificio a menos de 100 metros de la vivienda.

b. Por sistema de alcantarillado.

c. Cifras obtenidas de tabulaciones especiales de encuestas de hogares. Corresponde a hogares urbanos que cuentan con agua potable por cañería dentro del hogar.

d. Calculado sobre el total de hogares.

e. Se refiere a viviendas convencionales.

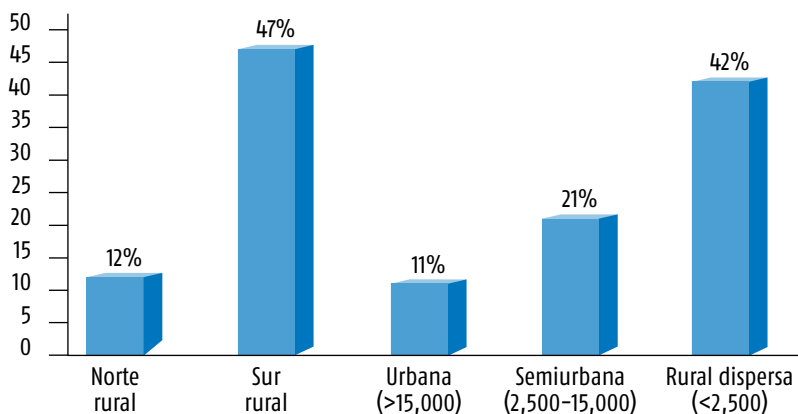
Fuente: Elaboración propia con datos del Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe (CEPAL), 1995.

**Recursos naturales y producción de bienes, índices de volumen físico de la producción de alimentos, (año base: promedio anual trienio 1979–1981 = 100)**

País	1970	1980	1982	1985	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Argentina	80	95	108	108	110	101	110	114	119	112	122
Belice	67	103	112	105	108	110	119	124	125	134	138
Brasil	70	104	110	120	136	142	134	137	146	147	158
Chile	82	98	105	105	121	131	136	139	144	150	157
Colombia	69	99	102	106	125	136	143	143	140	145	151
Costa Rica	73	99	96	107	116	128	138	136	143	149	154
Cuba	98	94	106	110	110	111	108	111	94	75	74
Ecuador	81	101	107	117	125	129	142	149	153	159	165
El Salvador	71	102	84	98	107	106	107	106	115	116	117
Guatemala	75	99	111	117	128	133	143	144	144	144	147
Honduras	77	101	102	103	114	120	126	128	132	138	133
México	65	100	105	115	111	105	115	120	119	128	131
Panamá	73	98	107	111	104	110	112	120	121	118	120
Paraguay	67	98	110	132	151	163	171	155	157	175	175
Perú	103	94	111	114	133	132	119	123	115	122	139
Uruguay	104	96	113	103	113	125	113	114	124	119	126
Venezuela	76	99	101	109	131	131	132	136	143	141	146
Total	75	99	106	114	122	123	125	128	131	133	139



## Variaciones en la pobreza extrema por región y por tamaño de localidad en 2002



Fuente: Banco Mundial, 2005

## Incidencia de la pobreza extrema

	Tasa de pobreza extrema nacional	Tasa de pobreza extrema rural	Proporción de la pobreza extrema nacional en zonas rurales
1950	62%	ND	ND
1956	64%	ND	ND
1958	61%	ND	ND
1963	46%	ND	ND
1968	24%	ND	ND
1977	25%	ND	ND
1984	23%	ND	ND
1989	23%	ND	ND
1992	23%	36%	66%
1994	21%	37%	73%
1996	37%	52%	57%
1998	34%	52%	62%
2000	24%	42%	68%
2002	20%	35%	66%
2004	17%	28%	60%

Fuente: Comité Técnico para la medición de la Pobreza, *Índice CONAPO*, documento anual, [www.sedesol.gob.mx](http://www.sedesol.gob.mx), consultado en septiembre de 2011.

## 1.4 Estudio del gasto en alimentos

### Tamaño promedio de los hogares (número de integrantes) por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de localidad				Total
	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	
A/B	3.6	3.8	5.2	4.9	3.7
C+	4.0	3.8	4.3	3.9	4.0
C	4.1	4.6	4.9	5.1	4.3
D+	3.8	4.4	4.5	4.8	4.1
D	3.2	3.5	3.8	4.2	3.6
E	2.4	2.6	2.8	3.5	3.1
<b>Total</b>	3.7	3.9	4.0	4.2	3.9

Como se puede observar, es en las localidades entre 2,500 y 14,000 y aquellas de menos de 2,500 habitantes donde encontramos un mayor número de integrantes; asimismo, podemos ver que es en los niveles A/B y C, donde se encuentra el menor número de habitantes por hogar. Se puede decir entonces que en los últimos años la tendencia de hogares con un menor número de integrantes va en aumento. En los niveles C y C+ hay hasta cinco habitantes por hogar; esto nos muestra que el crecimiento demográfico de México en el futuro será menor.

El siguiente cuadro nos muestra que la mayoría de los hogares en localidades de más de 100 mil habitantes están en los segmentos C, D+ y D, y que van perdiendo su peso a medida que desciende el número de habitantes; por el contrario, el nivel de más bajos ingresos (E) tiene el mayor número de hogares a nivel rural; por lo que podemos concluir que es en localidades de 100,000 habitantes y más, donde se concentra la mayoría de la población y de ahí la utilidad de analizar sus conductas alimenticias, ya que las tendencias que estudiaremos serán las costumbres del futuro en un México cada día más urbano.

La población al interior de los hogares guarda la misma proporción en los dos cuadros siguientes.

## Número de hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de localidad					Distribución %				
	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total
<b>A/B</b>	70,287	14,974	773	5,219	91,253	0.24	0.05	0.00	0.02	0.31
<b>C+</b>	676,680	87,840	20,049	60,318	844,887	2.33	0.30	0.07	0.21	2.91
<b>C</b>	4,908,895	970,572	593,951	614,074	7,087,492	16.88	3.34	2.04	2.11	24.38
<b>D+</b>	4,236,346	1,212,015	1,024,937	992,292	7,465,590	14.57	4.17	3.53	3.41	25.68
<b>D</b>	4,205,750	1,650,991	1,776,459	2,894,809	10,528,009	14.47	5.68	6.11	9.96	36.21
<b>E</b>	574,753	285,007	551,147	1,646,194	3,057,101	1.98	0.98	1.90	5.66	10.51
<b>Total</b>	14,672,711	4,221,399	3,967,316	6,212,906	29,074,332	50.47	14.52	13.65	21.37	100

## Población de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de localidad					Distribución %				
	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total
<b>A/B</b>	254,295	56,879	3,989	25,527	340,690	0.23	0.05	0.00	0.02	0.30
<b>C+</b>	2,708,534	333,964	87,002	233,896	3,363,396	2.41	0.30	0.08	0.21	2.99
<b>C</b>	19,987,098	4,486,665	2,918,664	3,103,994	30,496,421	17.75	3.98	2.59	2.76	27.08
<b>D+</b>	16,060,043	5,307,148	4,654,337	4,775,612	30,797,140	14.26	4.71	4.13	4.24	27.35
<b>D</b>	13,431,827	5,751,904	6,786,769	12,178,808	38,149,308	11.93	5.11	6.03	10.82	33.88
<b>E</b>	1,364,423	736,869	1,541,926	5,810,410	9,453,628	1.21	0.65	1.37	5.16	8.40
<b>Total</b>	53,806,220	16,673,429	15,992,687	26,128,247	112,600,583	47.79	14.81	14.20	23.20	100

## Ingreso trimestral de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de localidad					Distribución %				
	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total
<b>A/B</b>	31,526,244,348	6,850,039,979	341,111,488	2,267,365,704	40,984,761,519	2.97	0.65	0.03	0.21	3.86
<b>C+</b>	118,049,135,740	15,145,899,614	3,389,835,555	9,517,115,201	146,101,986,111	11.13	1.43	0.32	0.90	13.77
<b>C</b>	316,505,752,564	60,505,297,425	35,987,930,548	37,245,438,533	450,244,419,071	29.84	5.70	3.39	3.51	42.44
<b>D+</b>	131,497,057,359	37,721,596,012	31,638,169,562	30,381,338,072	231,238,161,004	12.40	3.56	2.98	2.86	21.80
<b>D</b>	71,964,371,354	27,508,266,967	28,424,238,000	44,249,981,056	172,146,857,377	6.78	2.59	2.68	4.17	16.23
<b>E</b>	4,004,367,986	1,927,557,766	3,788,820,339	10,414,731,879	20,135,477,970	0.38	0.18	0.36	0.98	1.90
<b>Total</b>	673,546,929,351	149,658,657,763	103,570,105,492	134,075,970,445	1,060,851,663,051	63.49	14.11	9.76	12.64	100

El ingreso total trimestral, nos demuestra que es en los segmentos C, D+ y D y en las localidades de más de 100,000 habitantes, donde se encuentra el mayor porcentaje de ingreso y donde, por lo tanto, habrá el mayor gasto en alimentos.

### Ingreso promedio mensual de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Rango ingreso mensual		Tamaño de localidad				Total
	Desde	Hasta	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	
A/B	98,500	y más	149,512	152,487	147,094	144,815	149,711
C+	40,600	98,499	58,151	57,475	56,359	52,594	57,642
C	13,500	40,599	21,492	20,780	20,197	20,218	21,176
D+	7,880	13,499	10,347	10,374	10,289	10,206	10,325
D	3,130	7,879	5,704	5,554	5,334	5,095	5,450
E	0	3,129	2,322	2,254	2,291	2,109	2,195
<b>Total</b>	No aplica		15,302	11,817	8,702	7,193	12,163

El cuadro anterior describe los segmentos de ingresos de acuerdo con los parámetros de la AMAI que mencionamos al principio del estudio, y es muy importante para poder cuantificar los ingresos promedio de cada uno de los niveles socioeconómicos, en las distintas localidades.

El siguiente cuadro describe el gasto trimestral en alimentos para cada uno de los segmentos de niveles socioeconómicos así como por el tamaño de localidad y nos demuestra que hay una estrecha correlación entre los hogares, habitantes e ingreso monetario, que se reflejarán en el gasto que hacen en alimentos y bebidas.

## Gasto trimestral en alimentos y bebidas de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de localidad					Total	Distribución %				Total
	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	100,000 y más		15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500		
<b>A/B</b>	2,143,652,979	240,590,668	24,553,907	51,199,785	2,459,997,339	0.95	0.11	0.01	0.02	1.09	
<b>C+</b>	13,183,823,983	1,296,380,679	268,085,083	615,496,970	15,363,786,714	5.84	0.57	0.12	0.27	6.80	
<b>C</b>	55,712,689,817	10,813,026,093	6,309,070,584	5,857,342,155	78,692,128,650	24.67	4.79	2.79	2.59	34.85	
<b>D+</b>	33,659,159,951	9,792,402,106	8,489,221,771	7,124,504,422	59,065,288,251	14.91	4.34	3.76	3.16	26.16	
<b>D</b>	24,160,971,664	9,720,480,335	10,279,277,096	14,835,927,490	58,996,656,585	10.70	4.30	4.55	6.57	26.13	
<b>E</b>	2,321,598,418	1,118,616,334	2,170,991,377	5,618,756,492	11,229,962,621	1.03	0.50	0.96	2.49	4.97	
<b>Total</b>	131,181,896,812	32,981,496,214	27,541,199,819	34,103,227,314	225,807,820,159	58.09	14.61	12.20	15.10	100.00	

## Gasto trimestral en alimentos y bebidas como porcentaje del ingreso total de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de localidad				Total
	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	
A/B	6.8	3.5	7.2	2.3	6.0
C+	11.2	8.6	7.9	6.5	10.5
C	17.6	17.9	17.5	15.7	17.5
D+	25.6	26.0	26.8	23.5	25.5
D	33.6	35.3	36.2	33.5	34.3
E	58.0	58.0	57.3	54.0	55.8
<b>Total</b>	19.5	22.0	26.6	25.4	21.3

El gasto trimestral en bebidas como porcentaje del ingreso total representa la capacidad que tienen los hogares, para lograr satisfacer sus necesidades alimentarias. Este porcentaje está de acuerdo con la curva de Engel, que mide la relación existente entre el ingreso y el gasto en el consumo de cualquier bien. Es importante enfatizar que las diferencias son muy grandes, tanto a nivel socioeconómico como por localidad; encontrando que entre el nivel de más altos ingresos y el más bajo, ésta es de ocho veces en el mundo urbano; mientras que, en el rural, es de 23,5 veces.

A continuación se desglosan las diferencias a nivel monetario que mencionamos con respecto al cuadro anterior.



### Gasto trimestral en alimentos y bebidas dentro de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de localidad					Distribución %				
	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total
A/B	999,554,144	155,461,614	15,375,793	35,904,955	1,206,296,506	0.56	0.09	0.01	0.02	0.67
C+	7,231,319,489	813,707,999	173,350,672	391,929,427	8,610,307,587	4.03	0.45	0.10	0.22	4.80
C	39,508,509,804	8,309,423,960	4,890,174,003	4,731,878,954	57,439,986,722	22.01	4.63	2.72	2.64	31.99
D+	27,660,113,301	8,175,103,070	7,412,357,648	6,218,659,028	49,466,233,047	15.41	4.55	4.13	3.46	27.55
D	20,855,708,896	8,474,844,800	9,310,023,521	13,864,311,418	52,504,888,636	11.62	4.72	5.19	7.72	29.24
E	1,950,884,063	994,915,178	2,017,368,877	5,347,548,191	10,310,716,308	1.09	0.55	1.12	2.98	5.74
<b>Total</b>	<b>98,206,089,697</b>	<b>26,923,456,621</b>	<b>23,818,650,514</b>	<b>30,590,231,973</b>	<b>179,538,428,805</b>	<b>54.70</b>	<b>15.00</b>	<b>13.27</b>	<b>17.04</b>	<b>100</b>

## Gasto trimestral en alimentos y bebidas fuera del hogar por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de localidad					Distribución %				
	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total
<b>A/B</b>	1,144,098,835	85,129,054	9,178,114	15,294,830	1,253,700,833	2.47	0.18	0.02	0.03	2.71
<b>C+</b>	5,952,504,494	482,672,680	94,734,410	223,567,543	6,753,479,127	12.86	1.04	0.20	0.48	14.60
<b>C</b>	16,204,180,013	2,503,602,133	1,418,896,581	1,125,463,201	21,252,141,928	35.02	5.41	3.07	2.43	45.93
<b>D+</b>	5,999,046,650	1,617,299,036	1,076,864,124	905,845,394	9,599,055,204	12.97	3.50	2.33	1.96	20.75
<b>D</b>	3,305,262,768	1,245,635,535	969,253,575	971,616,071	6,491,767,949	7.14	2.69	2.09	2.10	14.03
<b>E</b>	370,714,355	123,701,156	153,622,501	271,208,301	919,246,313	0.80	0.27	0.33	0.59	1.99
<b>Total</b>	32,975,807,115	6,058,039,593	3,722,549,305	3,512,995,341	46,269,391,354	71.27	13.09	8.05	7.59	100

Es importante mencionar que el cuadro anterior que muestra el gasto que hacen las personas fuera de sus hogares porque coincide con el resto de los estudios que describiremos más adelante, tanto de Consulta Mitofsky, como de CANAINCA.

### Gasto trimestral en alimentos y bebidas fuera del hogar como porcentaje del gasto trimestral en alimentación y bebidas de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de localidad				Total
	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	
A/B	53.4	35.4	37.4	29.9	51.0
C+	45.2	37.2	35.3	36.3	44.0
C	29.1	23.2	22.5	19.2	27.0
D+	17.8	16.5	12.7	12.7	16.3
D	13.7	12.8	9.4	6.5	11.0
E	16.0	11.1	7.1	4.8	8.2
<b>Total</b>	25.1	18.4	13.5	10.3	20.5

Aquí mostramos en porcentajes cómo el gasto fuera de los hogares es mayor en los niveles A/B y C en todas las localidades, descendiendo a medida que el ingreso es menor, especialmente en la población rural.

### Gasto trimestral en alimentos y bebidas por nivel socioeconómico: distribución porcentual por grupo de alimento

Grupo	A/B	C+	C	D+	D	E	Total
Cereales	5.0	7.1	11.8	16.1	19.1	21.8	14.9
Carnes	10.6	11.5	16.9	19.5	19.1	15.4	17.6
Pescado	3.6	3.0	2.3	1.8	1.7	1.6	2.1
Leche	7.4	7.8	9.6	10.6	10.0	8.4	9.7
Huevo	0.6	0.8	1.8	2.8	3.9	4.9	2.7
Aceites	0.5	0.6	0.9	1.4	1.9	3.0	1.4
Tubérculos	0.4	0.7	1.0	1.3	1.6	1.8	1.3
Verduras	4.6	5.0	7.4	10.0	12.1	16.0	9.6

Grupo	A/B	C+	C	D+	D	E	Total
Frutas	4.6	4.1	3.7	3.3	2.9	2.4	3.4
Azúcar	0.2	0.4	0.6	1.0	1.5	2.9	1.0
Café	0.9	0.8	0.7	0.8	1.0	1.5	0.8
Espicias	0.6	0.7	0.7	0.9	0.8	0.9	0.8
Otro alimento	5.0	6.7	8.2	6.8	5.5	4.3	6.8
Bebidas	5.2	6.8	7.3	7.6	7.9	7.0	7.4
Subtotal en el hogar	49.0	56.0	73.0	83.7	89.0	91.8	79.5
Fuera del hogar	51.0	44.0	27.0	16.3	11.0	8.2	20.5
Total	100	100	100	100	100	100	100

### Gasto trimestral en alimentos y bebidas por tamaño de localidad: distribución porcentual por grupo de alimento

Grupo	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total
Cereales	12.6	16.1	18.4	19.5	14.9
Carnes	17.1	18.6	19.6	17.4	17.6
Pescado	2.2	2.0	1.9	2.0	2.1
Leche	10.1	9.8	9.5	8.7	9.7
Huevo	2.3	2.7	3.2	4.0	2.7
Aceites	0.9	1.3	2.0	2.8	1.4
Verduras	8.0	9.4	12.1	13.7	9.6
Frutas	3.6	3.0	3.0	3.0	3.4
Azúcar	0.7	0.9	1.4	2.3	1.0
Café	0.7	0.7	1.0	1.3	0.8
Espicias	0.7	0.7	0.9	0.9	0.8
Otro alimento	7.5	7.4	5.1	4.8	6.8

En los dos cuadros anteriores se puede observar claramente la dieta del mexicano, entendiendo que los cereales, las carnes, la leche, las verduras y las bebidas representan la mayor proporción del gasto.

Enseguida, mostramos los cuadros sobre la ingesta diaria per cápita en gramos y litros de alimentos y bebidas, por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad, así como los cuadros de los precios promedio.

## Ingesta diaria *per cápita* en gramos y mililitros por rubro de alimentos y nivel socioeconómico

Rubro de alimentos	A/B	C+	C	D+	D	E	Total
<b>Cereales y derivados</b>	166.2	175.4	200.5	239.5	273.0	320.7	245.0
<b>Maíz y derivados</b>	96.4	110.0	141.6	180.1	216.8	267.0	187.0
Tortilla de maíz	75.9	89.9	125.1	153.0	160.4	113.4	142.5
<b>Derivados del maíz</b>	20.5	20.1	16.5	27.1	56.4	153.5	44.5
<b>Trigo y derivados</b>	46.8	46.3	43.8	43.7	40.1	34.3	41.8
<b>Harina de trigo</b>	0.1	1.7	2.1	3.1	3.9	2.9	3.0
Pan blanco	17.5	16.0	15.2	14.6	10.8	5.9	12.8
<b>Pan dulce</b>	9.5	10.2	10.3	10.3	9.5	9.0	9.9
Galletas dulces	6.6	6.5	4.5	4.4	4.7	5.7	4.7
<b>Galletas saladas</b>	1.5	0.7	0.8	0.6	0.6	0.5	0.6
Pastas	7.1	4.3	5.0	6.1	7.3	8.8	6.4
<b>Pasteles y pastelillos</b>	0.4	1.3	1.5	0.8	0.3	0.2	0.8
Tortilla de harina	3.9	5.2	4.1	3.5	2.8	1.2	3.3
<b>Otros productos de trigo</b>	0.4	0.5	0.2	0.3	0.3	0.1	0.3
Arroz	10.3	9.1	9.2	10.8	12.5	16.6	11.4
Otros cereales	12.7	10.0	5.9	4.9	3.5	2.8	4.7
<b>Carnes</b>	168.8	127.4	114.4	100.7	84.8	55.7	96.2
Carne y vísceras de res	52.5	32.4	30.9	25.0	19.1	11.0	23.7
<b>Carne y vísceras de cerdo</b>	25.1	20.6	21.9	22.2	19.1	11.6	20.1
Carne de ave	51.0	46.5	40.9	38.1	33.6	24.4	36.5
<b>Pescado y mariscos</b>	30.3	17.1	10.5	6.9	6.3	5.1	7.9
Otras carne y procesados	9.9	10.8	10.1	8.6	6.6	3.6	8.0
<b>Leche y derivados</b>	236.0	191.1	153.1	132.3	99.4	66.6	123.4
Leche	175.6	150.0	125.7	109.4	82.6	55.1	101.6
<b>Queso</b>	28.7	14.0	11.5	10.1	8.3	6.0	9.7
Derivados de leche	31.7	27.2	15.9	12.9	8.5	5.5	12.1
<b>Huevo</b>	21.6	26.8	29.6	34.2	37.5	35.2	33.9
<b>Aceites y grasas</b>	10.3	11.9	12.3	15.3	17.1	19.5	15.3
<b>Aceites y grasas animales</b>	0.8	2.4	1.9	2.1	1.8	2.0	1.9
Aceites y grasas vegetales	9.6	9.5	10.4	13.2	15.3	17.5	13.4
<b>Tubérculos y raíces (papa)</b>	16.4	16.0	18.8	19.5	20.1	17.3	19.2

Rubro de alimentos	A/B	C+	C	D+	D	E	Total
<b>Leguminosas</b>	11.1	9.3	14.9	22.1	27.6	41.6	23.2
<b>Frijol</b>	10.0	8.5	13.6	20.4	25.0	39.5	21.4
Otras leguminosas	1.1	0.8	1.2	1.7	2.6	2.2	1.9
<b>Verduras (hortalizas frescas)</b>	191.1	135.5	124.0	121.0	110.8	99.6	117.2
Frutas frescas	221.3	144.1	88.2	68.5	52.0	32.5	67.9
<b>Azúcares</b>	6.5	11.9	11.4	14.5	17.7	27.4	15.7
Azúcar	5.9	10.2	10.5	13.8	17.4	26.6	15.1
<b>Dulces, cajeta y miel</b>	0.6	1.7	0.8	0.7	0.3	0.8	0.6
Frutas y legumbres procesadas	3.1	2.9	2.2	2.0	2.1	1.3	2.1
<b>Refrescos envasados</b>	39.6	48.3	49.1	44.3	38.1	25.1	42.0

### Ingesta diaria *per cápita* en gramos y mililitros por rubro de alimentos y tamaño de localidad

Rubro de alimentos	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total
<b>Cereales y derivados</b>	208.8	251.1	292.1	286.7	245.0
<b>Maíz y derivados</b>	148.0	194.1	234.0	234.2	187.0
Tortilla de maíz	139.0	173.4	168.2	114.3	142.5
Derivados del maíz	9.0	20.7	65.8	119.8	44.5
<b>Trigo y derivados</b>	45.2	40.9	40.7	36.1	41.8
<b>Harina de trigo</b>	1.8	2.2	4.5	5.1	3.0
Pan blanco	16.4	12.5	11.2	6.4	12.8
<b>Pan dulce</b>	9.8	10.2	10.9	9.4	9.9
Galletas dulces	4.7	4.5	3.9	5.3	4.7
<b>Galletas saladas</b>	0.7	0.6	0.5	0.5	0.6
Pastas	6.0	6.1	6.9	7.0	6.4
<b>Pasteles y pastelillos</b>	1.1	0.5	0.4	0.4	0.8
Tortilla de harina	4.2	3.9	2.0	1.9	3.3
<b>Otros productos de trigo</b>	0.3	0.2	0.4	0.1	0.3
Arroz	9.7	11.1	13.3	13.9	11.4
<b>Otros cereales</b>	5.9	5.0	4.1	2.5	4.7
Carnes	110.3	101.4	91.9	66.6	96.2

Rubro de alimentos	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total
<b>Carne y vísceras de res</b>	28.6	25.5	21.6	14.0	23.7
Carne y vísceras de cerdo	22.2	22.8	21.0	13.6	20.1
<b>Carne de ave</b>	40.9	36.6	35.6	27.8	36.5
Pescado y mariscos	8.9	7.6	7.2	6.3	7.9
<b>Otras carnes y procesados</b>	9.7	8.9	6.4	4.8	8.0
<b>Leche y derivados</b>	152.0	129.7	107.2	70.2	123.4
<b>Leche</b>	124.9	108.7	88.0	57.3	101.6
Queso	10.9	9.8	9.5	7.2	9.7
<b>Derivados de leche</b>	16.1	11.3	9.8	5.7	12.1
<b>Huevo</b>	35.1	33.5	33.8	31.7	33.9
<b>Aceites y grasas</b>	12.3	14.2	19.0	20.1	15.3
Aceites y grasas animales	1.7	2.2	2.2	2.1	1.9
<b>Aceites y grasas vegetales</b>	10.6	12.1	16.8	18.0	13.4
<b>Tubérculos y raíces (papa)</b>	19.8	18.3	18.5	19.1	19.2
<b>Leguminosas</b>	16.2	24.1	30.1	32.9	23.2
Frijol	14.9	22.2	27.0	30.8	21.4
<b>Otras leguminosas</b>	1.4	1.9	3.0	2.2	1.9
<b>Verduras (Hortalizas frescas)</b>	124.6	116.2	123.8	98.6	117.2
<b>Frutas frescas</b>	85.4	61.5	56.6	43.0	67.9
Azúcares	11.7	13.7	19.0	23.3	15.7
<b>Azúcar</b>	10.9	13.3	18.3	22.9	15.1
Dulces, cajeta y miel	0.8	0.4	0.7	0.5	0.6
<b>Frutas y legumbres procesadas</b>	3.0	2.4	0.8	0.8	2.1
Refrescos envasados	49.7	42.7	37.0	28.8	42.0

## Análisis de precios promedio

### Precio promedio por nivel socioeconómico

Rubro de alimentos	A/B	C+	C	D+	D	E	Promedio	Unidad de medida
Aceites y grasas animales	103.9	41.7	40.1	35.7	31.3	26.4	35.0	1,000 g
Aceites y grasas vegetales	34.7	27.9	22.1	20.2	19.9	20.2	20.7	1,000 g
Arroz	17.8	14.6	13.4	13.6	13.4	12.9	13.4	1,000 g
Azúcar	15.9	13.2	14.4	14.1	14.0	13.7	14.1	1,000 g
Carne de ave	59.7	48.5	39.5	36.6	35.0	32.9	37.3	1,000 g
Carne y vísceras de cerdo	64.6	57.9	54.7	52.3	50.2	51.7	52.6	1,000 g
Carne y vísceras de res	68.0	70.4	63.1	60.3	55.8	53.9	60.3	1,000 g
Cereales preparados	54.3	57.9	43.4	38.5	35.3	28.8	40.2	1,000 g
Derivados de leche	30.4	34.0	35.1	32.8	34.9	35.1	34.3	1,000 g
Derivados del maíz	8.6	9.1	10.4	7.6	5.2	4.1	5.9	1,000 g
Dulces, cajeta y miel	49.0	72.0	33.5	27.6	24.9	14.3	31.4	1,000 g
Frijol	18.2	17.8	16.9	17.1	17.1	16.7	17.0	1,000 g
Frutas frescas	16.3	13.9	11.7	10.1	9.5	9.7	10.8	1,000 g
Frutas y legumbres procesadas	23.6	33.2	26.6	24.3	20.9	21.0	24.0	1,000 g
Galletas dulces	52.1	44.9	40.1	35.7	31.9	26.0	35.0	1,311 g
Galletas saladas	35.9	45.5	37.8	40.1	34.8	34.1	37.5	1,168 g
Harina de trigo	42.9	16.6	13.1	11.8	9.4	8.9	10.8	1,000 g
Hortalizas frescas	16.3	15.0	13.4	12.9	12.9	12.8	13.1	1,000 g
Huevo	21.0	15.9	17.5	17.4	17.6	18.2	17.5	1,000 g
Leche	12.4	12.4	11.2	10.7	10.8	10.2	10.9	1,000 ml
Otras carnes y procesados	144.6	80.7	77.5	67.1	59.5	50.3	68.7	1,000 g
Otras leguminosas	23.7	20.5	17.3	17.5	15.9	16.4	16.6	1,000 g
Otros productos de trigo	29.0	16.0	25.8	17.8	13.1	17.6	18.1	1,000 g
Pan blanco	34.4	29.4	27.3	25.0	23.9	24.0	25.6	885 g



Rubro de alimentos	A/B	C+	C	D+	D	E	Promedio	Unidad de medida
Pan dulce	42.3	40.2	38.6	34.5	31.3	27.6	34.3	670 g
Papa	14.2	14.8	12.1	11.8	11.9	12.2	12.0	1,000 g
Pastas	20.3	20.3	20.5	19.6	20.0	19.7	20.0	1,000 g
Pasteles y pastelillos	115.4	104.1	80.8	89.1	59.0	27.6	80.3	1,485 g
Pescado y mariscos	93.3	88.9	62.5	56.3	46.4	41.9	57.6	1,000 g
Queso	91.3	79.2	62.1	56.3	55.4	53.5	59.0	1,000 g
Refrescos envasados	8.1	8.2	7.6	7.4	7.5	8.0	7.6	355 ml
Tortilla de harina	41.7	21.3	22.8	21.5	19.8	19.2	21.5	1,000 g
Tortilla de maíz	10.6	10.5	9.9	9.7	9.7	9.7	9.8	1,000 g

## Precio promedio por tamaño de localidad

Rubro de alimentos	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Promedio	Unidad de medida
Aceites y grasas animales	39.9	34.7	30.9	29.6	35.0	1,000 g
Aceites y grasas vegetales	21.0	20.7	20.4	20.4	20.7	1,000 g
Arroz	13.6	13.6	13.4	13.1	13.4	1,000 g
Azúcar	14.5	13.8	14.0	13.8	14.1	1,000 g
Carne de ave	38.4	36.7	36.4	35.4	37.3	1,000 g
Carne y vísceras de cerdo	53.1	51.4	53.2	51.3	52.6	1,000 g
Carne y vísceras de res	62.6	58.7	57.2	55.2	60.3	1,000 g
Cereales preparados	43.4	35.5	34.6	36.5	40.2	1,000 g
Derivados de leche	33.2	35.9	34.3	38.2	34.3	1,000 g
Derivados del maíz	14.7	8.2	5.3	4.4	5.9	1,000 g
Dulces, cajeta y miel	37.3	35.5	18.7	20.4	31.4	1,000 g
Frijol	17.3	16.0	17.5	16.9	17.0	1,000 g
Frutas frescas	11.2	10.5	9.9	9.9	10.8	1,000 g
Frutas y legumbres procesadas	23.8	23.0	25.7	26.5	24.0	1,000 g
Galletas dulces	37.8	35.7	33.8	30.0	35.0	1,311 g
Galletas saladas	38.1	36.7	36.2	36.9	37.5	1,168 g
Harina de trigo	12.8	12.1	10.3	9.3	10.8	1,000 g
Hortalizas frescas	13.2	12.9	13.2	13.2	13.1	1,000 g

Rubro de alimentos	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Promedio	Unidad de medida
Huevo	17.2	17.3	17.8	18.2	17.5	1,000 g
Leche	11.3	10.6	10.2	10.7	10.9	1,000 ml
Otras carnes y procesados	73.5	67.0	59.6	58.1	68.7	1,000 g
Otras leguminosas	17.8	17.4	15.4	15.7	16.6	1,000 g
Otros productos de trigo	20.9	23.5	8.7	15.8	18.1	1,000 g
Pan blanco	25.9	26.6	24.2	24.2	25.6	885 g
Pan dulce	38.0	34.5	32.5	27.4	34.3	670 g
Papa	11.8	11.9	12.0	12.5	12.0	1,000 g
Pastas	19.8	20.2	20.1	20.2	20.0	1,000 g
Pasteles y pastelillos	78.1	66.4	126.9	77.5	80.3	1,485 g
Pescado y mariscos	64.3	57.6	49.0	44.1	57.6	1,000 g
Queso	61.9	55.2	56.7	55.2	59.0	1,000 g
Refrescos envasados	7.5	7.7	7.6	7.8	7.6	355 ml
Tortilla de harina	21.9	21.2	21.4	19.9	21.5	1,000 g
Tortilla de maíz	9.8	9.7	9.7	9.8	9.8	1,000 g

## 1.5 Tendencias de la alimentación urbana

A continuación mostramos el estudio que realizó el Instituto de Investigaciones Sociales, donde se describe el ingreso y egreso en materia de alimentos en México.

### Rangos de gasto monetario mensual en alimentos y bebidas

	A/B	C+	C	D+	D	E
Alimentos y bebidas consumidas dentro del hogar	\$10,342.50 ó más	Máximo	Máximo	Máximo	Máximo	\$1,167.11 o menos
		\$15,661.34	\$8,485.19	\$3,806.71	\$2,686.73	
Alimentos y bebidas consumidas fuera del hogar	\$6,008.50 ó más	Mínimo	Mínimo	Mínimo	Mínimo	\$234.67 o menos
		\$6,455.40	\$2,821.50	\$2,222.16	\$1,067.33	
Alimentos y bebidas consumidas dentro del hogar	\$6,008.50 ó más	Máximo	Máximo	Máximo	Máximo	\$234.67 o menos
		\$6,303.93	\$2,720.13	\$796.44	\$441.22	
Alimentos y bebidas consumidas fuera del hogar	\$6,008.50 ó más	Mínimo	Mínimo	Mínimo	Mínimo	\$234.67 o menos
		\$2,598.40	\$904.50	\$464.92	\$175.28	

De acuerdo con esta distribución, encontramos que entre el segmento

de mayor ingreso y el de menor ingreso, hay una diferencia de gasto de casi 10 veces en lo que se gasta en alimentos dentro del hogar y de 25 veces fuera del hogar. Por eso, podemos concluir que los niveles de marginación de la población urbana se encuentran dentro de los segmentos socioeconómicos D y E, ya que estos tienen que dedicar más de la tercera parte de su ingreso para poder alimentarse.

Otro de los requerimientos fundamentales, además de los alimentos, es la necesidad de hidratación. A continuación describimos cómo lo hacen los hogares urbanos:

### Gasto en agua por segmento socioeconómico

	Total	A/B	C+	C	D+	D	E
Beben Agua de Garrafón o de Botella	78.9%	82.3%	85.2%	83.1%	80.5%	70.7%	63.1%
La toman tal como la obtienen de la llave	10.2%	3.5%	5.5%	9.4%	9.8%	15.0%	20.7%
La hierven	5.6%	2.4%	2.6%	2.8%	5.3%	10.0%	13.0%
La filtran o purifican por otro método	3.8%	11.1%	5.8%	4.1%	2.9%	1.7%	1.3%
Le echan cloro o gotas	1.5%	0.7%	1.0%	0.6%	1.5%	2.6%	1.9%

En el caso del agua para beber, la mayoría de la población urbana tiene que comprar garrafones o agua embotellada para beber y sólo en los segmentos de más bajo ingreso una quinta parte la bebe directamente de las redes públicas de suministro.

Un aspecto importante es el abasto de agua a los diversos segmentos socioeconómicos, como lo vemos en la siguiente tabla:

## Abastecimiento de agua

	Total	A/B	C+	C	D+	D	E
Red pública dentro de la vivienda	85.9%	98.4%	98.0%	97.2%	91.6%	64.5%	39.1%
Red pública fuera de la vivienda	10.8%	0.3%	1.1%	1.6%	6.0%	29.0%	47.4%
Red pública de otra vivienda	0.7%	0.0%	0.3%	0.2%	0.4%	1.2%	4.9%
Llave pública o hidrante	0.3%	0.0%	0.1%	0.2%	0.2%	0.6%	1.5%
Pipa	1.1%	0.3%	0.2%	0.3%	0.6%	2.95	3.1%
Pozo	0.9%	0.7%	0.1%	0.3%	0.95	1.6%	3.7%
Río, arroyo, lago u otro	0.2%	0.3%	0.2%	0.3%	0.3%	0.1%	0.3%
Promedio de días en que llega el agua	6.2	6.6	6.5	6.4	6.3	5.8	5.5

A continuación mostramos un cuadro donde se demuestra cómo, poco a poco, el abasto de agua potable y la instalación de drenaje fue creciendo en México, hasta el año de 1990. Este índice fue elaborado por la CEPAL y aparece en el Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe de 1995.

## Desarrollo social y bienestar: unidades de vivienda particulares ocupadas por tipo y disponibilidad de servicios (porcentaje respecto del total de viviendas ocupadas)

País	Agua por tubería*			Inodoro (Retrete de agua)			Sistema de eliminación**		
	1970	1980	1990	1970	1980	1990	1970	1980	1990
Argentina	-	86.0	92.5	-	95.1	84.8	-	-	-
Brasil	32.8	54.9	82.6 <sup>a</sup>	26.6	-	-	-	27.7	52.8 <sup>a</sup>
Chile	81.6	81.4	88.2	98.1	98.7 <sup>c</sup>	-	-	-	69.9
Colombia	67.8	70.5	94.5 <sup>a</sup>	57.6	69.6	-	51.4	59.4	84.2 <sup>a</sup>
Costa Rica	78.2	86.9	94.7	44.3	88.6	-	14.8	-	-
Cuba	66.7	74.1	-	43.8	91.0	-	-	-	-
Ecuador	42.9	51.8	62.7	33.3	46.1	59.9	28.1	51.1	62.4
El Salvador	47.2	-	-	22.4	-	-	16.1	-	-
Guatemala	42.3	52.3	58.2 <sup>a</sup>	17.9	21.4	59.3 <sup>a</sup>	-	18.6	-
Honduras	43.1	-	63.1	17.4	-	30.6	13	-	20.4

País	Agua por tubería*			Inodoro (Retrete de agua)			Sistema de eliminación**		
	1970	1980	1990	1970	1980	1990	1970	1980	1990
<b>México</b>	61	70.7	79.4	-	-	47.9	-	43.7	52.2
<b>Panamá</b>	52.2	75.4	72.8	40.1	43.6	-	31.6	33.2	44.2
<b>Paraguay</b>	11.1	20.5	25.4	14.3	26.2	32.5	-	9.5	7.2
<b>Perú</b>	29.6	37.9	46.7	23.2	-	-	22.1	28.9	40.0
<b>Uruguay</b>	80.6	86.5	92.3 <sup>a</sup>	62.2 <sup>c</sup>	73.0 <sup>c</sup>	-	43.5 <sup>c</sup>	44.2 <sup>c</sup>	56.1 <sup>a</sup>
<b>Venezuela</b>	72.4	85.3	81.4 <sup>e</sup>	77.4	71.3	79.2 <sup>e</sup>	40.3	-	63.1 <sup>e</sup>

Fuente: Elaboración de Canacindra con datos del *Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe* (CEPAL), 1995.

\* Agua por tubería incluye agua dentro de la vivienda, fuera de la vivienda pero dentro del edificio y fuera del edificio a menos de 100 metros de la vivienda.

\*\* Por sistema de alcantarillado.

a. Cifras obtenidas de tabulaciones especiales de encuestas de hogares. Corresponde a hogares urbanos que cuentan con agua potable por cañería dentro del hogar.

b. Se refiere a viviendas urbanas, datos sobre alumbrado público que no figuran en esta tabla.

c. Calculado sobre el total de hogares.

d. Incluye unidades de habitación con algún tipo de retrete distinto del inodoro (letrina, pozo ciego, excusado lavable, etcétera).

e. Se refiere a viviendas convencionales.

Por último, según las Estadísticas del Agua en México de 2010 que difundió la SEMARNAT<sup>14</sup> en 2007, el 89.9% de la población nacional contaba con agua potable, mientras que el 86.1% ya gozaba de servicios de alcantarillado. Aún así, hay entidades de la República Mexicana que todavía tienen un rezago notable en cuanto a agua entubada; en Guerrero el 37% de los hogares carece de este servicio, lo mismo pasa en Oaxaca en un 29.4%, así como en Chiapas en un 25.8%, Tabasco en un 25.6% y Veracruz en un 23.4%.

La dotación de agua potable y alcantarillado, tanto en el ámbito rural como urbano, fue mucho más lenta en México que en otros países, debido a dos factores: por un lado, el impresionante crecimiento demográfico que trataremos más adelante en este trabajo y, por el otro, el extraordinario proceso de urbanización de la población mexicana, pues implicó que, en muy pocos años, se construyeran miles de casas, muchas a través de

14. Comisión Nacional del Agua, Estadísticas del Agua en México, Edición 2010, México, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2010.

la autoconstrucción, sin que se tomara en cuenta la dotación de servicios y de infraestructura que los asentamientos urbanos requieren; por eso, la dotación de servicios tuvo un ritmo distinto al del crecimiento urbano.

A partir de los años noventa y, dado el aumento de dotación de agua entubada tanto en las regiones rurales como urbanas, aparece una industria que va creciendo poco a poco, dedicada a la venta de agua purificada y embotellada. En 2009, había 13,206 unidades de negocio en este rubro en todo el territorio nacional; de las cuales, el 92% son micro, pequeñas y medianas empresas, ya que todas éstas tienen menos de diez empleados y están localizadas hasta en los municipios más pequeños.

Resulta paradójico por un lado, tener un abasto de agua a través de la red pública dentro o fuera de la casa o en la red pública general, o cuando ésta no existe, en pipas, y contar con tinacos o cisternas para el almacenamiento y, por el otro, que la gente tenga que adquirir el agua para beber en garrafones o embotellada. La respuesta tiene que ver con que la inmensa mayoría de los hogares utilizan tinacos, cisternas o tambos para almacenar este líquido, pero debido a la falta de costumbre de limpiar y dar mantenimiento tanto a las tuberías como a los contenedores, el agua se contamina. La otra respuesta es la inmensa campaña que durante años, han realizado las autoridades pidiendo que se hierva o purifique el agua para evitar enfermedades.

En principio, esto nos explica que el mexicano utiliza para hidratarse agua embotellada (simple o de sabor) además de refrescos, pues esto le garantiza higiene, seguridad y practicidad para satisfacer sus necesidades; además de que el refresco y las aguas frescas aportan energía barata por la adición de azúcares.

Podríamos considerar que, a partir de los años 50 —cuando comienza la urbanización, la necesidad de hidratarse con higiene y seguridad—, se abrió una ventana de oportunidad a la industria refresquera con el fin de satisfacer la demanda de la población.

## **1.6 Estudio de las tendencias alimentarias**

Para facilitar la comprensión del análisis de las tendencias alimentarias, proponemos seguir la estructura y el orden con que fue realizado. En algunas partes, lo encontrarán repetitivo, pues conceptos como *comida*, *sabor*, *desayuno*, *nutrición*, o *llenador*, aparecen en cada una de las secciones en que está estructurado. Sin embargo, es muy importante conservar los calificativos y las cualidades de cada alimento, para comparar estas

descripciones con las tablas de gasto en cada uno de ellos y consumo en gramos y litros ya que, podremos darle a los fríos números, las cualidades, percepciones y conductas que caracterizan a los consumidores concretos y que, en la mayoría de los estudios no son considerados. Por ejemplo, la leche es considerada nutritiva, saludable, rica, divertida; o el pan: llenador, nutritivo; y así con casi la mayoría de los productos enlistados en los estudios anteriores. De tal suerte que no solamente podremos medir el consumo, sino saber qué es lo que motiva o frena a las personas para consumir más o dejar de hacerlo. Metafóricamente, podríamos decir que es «*la voz de los consumidores*».

Con el fin de definir las tendencias alimentarias, empezaremos con un estudio antropológico que sigue este orden:

- Objetivos y método.
- Tendencias en el consumo fuera del hogar.
- Tendencias en el consumo dentro del hogar.
- Tendencias de los distintos tipos de empaques.
- Tendencias de los distintos tipos de categorías de alimentos.
- Tendencias alimenticias desde la perspectiva de los expertos.
- Impacto de los nuevos productos industrializados en los cambios alimenticios.
- Impacto de tendencias en la Industria Restaurantera y Comida Fusión.
- Impacto de las Tendencias en el Marco Regulatorio.

**Objetivo:** Entender cuáles son las nuevas tendencias en alimentación que están teniendo impacto en los consumidores mexicanos así como aquellas tendencias mundiales de alimentación.

**Método:** Se efectuaron 10 etnografías domésticas con entrevista a profundidad, como sigue:

Número	Características	NSE y Cultural
2	Hogar (los dos trabajan y no tienen hijos)	C+B
2	Familia Nuclear (dos o más hijos)	C+B
2	Familia Nuclear (dos o más hijos)	C Típico
2	Familia Nuclear (dos o más hijos)	D
2	Hogar madre soltera (dos o más hijos)	C-

## Monografía en la vía pública

Número	Características	NSE y Cultural
1	Restaurantes de cadena	C+B/C
1	Fonda / Supercocina	C-/D
1	Food Court	C+B/C

## Entrevistas a profundidad con expertos

Número	Características
4	Nutriólogos
2	Personas con experiencia en R & D en empresas alimenticias
4	Responsables de restaurantes de cadena y de comedores industriales
10	TOTAL

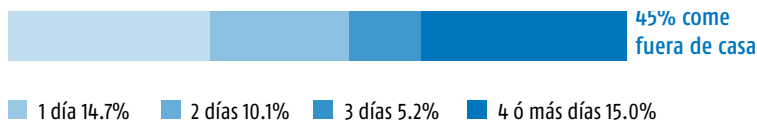
En el estudio se les preguntó dónde efectuaban el consumo de alimentos fuera del hogar y la respuesta que se obtuvo fue la siguiente: *muy poco* en los restaurantes de cadena, *igual que* en fondas y supercocinas; *mucho* en puestos y changarros ambulantes y *lo mismo* que en los comedores industriales.

Además, las tiendas de conveniencia, empiezan a tener peso y actualmente representan otra alternativa para comprar alimentos.

Con respecto a la comida rápida, destacan las pizzas que al día de hoy se han diversificado para incluir baguettes, sushi, tortas y ensaladas.

Por último, hay un aumento en las máquinas de autoservicio (*vending*) en oficinas y escuelas.

Consulta Mitofsky preguntó a los encuestados cuántos días a la semana acostumbra comer fuera de su casa y encontró que el 45% de los mayores de 18 años come al menos un día fuera de su casa.





Por sexo e ingreso, la costumbre de comer fuera de casa es diferente: los hombres, por su rol económico y laboral, tienden a comer fuera de casa; el 52% de ellos al menos un día a la semana, mientras que las mujeres, sólo el 38%.

Tanto hombres como mujeres de 50 años o más comen en casa en un 70% de las ocasiones; los casados tienen mayor costumbre a comer en ella, sobre todo, en los niveles económicos más bajos, donde sólo una de cada tres personas acostumbra salir fuera del hogar para consumir alimentos.

Los jóvenes y adultos jóvenes, de 18 a 29 años, muestran una menor tendencia a comer fuera de casa.

El comer fuera del hogar es una costumbre urbana, donde el 51% de los habitantes come al menos una vez a la semana fuera del hogar; en cambio, en las zonas rurales este porcentaje no llega al 28%.

### Hogares con consumo de varios tipos de alimentos por deciles.\* 2008

Decil	Alimentación fuera del hogar		Total de Hogares
	Hogares	%	
I	557,797	21%	2,666,615
II	878,517	33%	2,667,620
III	950,200	36%	2,672,737
IV	1,100,430	41%	2,669,389
V	1,177,394	44%	2,672,764
VI	1,333,032	50%	2,672,197
VII	1,373,145	51%	2,673,259
VIII	1,524,822	57%	2,673,259
IX	1,673,999	63%	2,673,259
X	1,873,244	70%	2,673,263
<b>Total</b>	<b>12,442,580</b>	<b>47%</b>	<b>26,714,362</b>

Fuente: Incide Social, «Alimentación fuera de los hogares», en *Observatorio Política Social*, México, 2008. *Proporción de hogares que gastan en productos alimenticios según deciles de ingreso, 2008*. Consultado en [http://www.observatoriopoliticasocial.org/images/PDF\\_SIDESC/alimentacion/2010accesibilidad\\_hogares\\_consumo\\_alimentos\\_deciles\\_2008.xls](http://www.observatoriopoliticasocial.org/images/PDF_SIDESC/alimentacion/2010accesibilidad_hogares_consumo_alimentos_deciles_2008.xls), en Julio de 2011.

\* Los deciles se refieren a la distribución del ingreso entre número de hogares en México para poder resaltar la concentración de la riqueza.

La zona del país donde se concentra el número de comidas fuera del hogar es el centro, sobre todo la Ciudad de México, que por su tamaño y tiempos de traslado los motiva a alimentarse mayormente fuera del hogar. Luego, le sigue la región norte del país.

En la relación de la comida y la apariencia física, ha habido un cambio paulatino en la imagen que los mexicanos tienen de sí mismos. Antes, la mayoría de la gente consideraba que ser bajitos, llenitos, gorditos y panzones era algo natural. Ahora, la nueva tendencia es procurar abandonar dicho estereotipo y buscar ser más esbeltos.

Antes, respondían que les gustaban las tortillas, la comida grasosa, los tacos, los antojitos y lo picoso. Ahora confiesan que, aunque comen lo mismo, procuran hacerlo en menor cantidad y frecuencia.

Se percibe en los jóvenes una tendencia a beber más agua y a comer más alimentos naturales: como verduras y ensaladas. Esta tendencia es mayor en los niveles de ingresos altos y particularmente en las mujeres.

**¿Qué buscan al comer fuera de casa?** En el desayuno: economía y rapidez; en la comida, economía, cantidad (ansiedad y hambre) y cercanía geográfica a su trabajo; en la cena, socializar, disfrutar y ser permisivos.

**¿Qué buscan en la comida?** El sabor es lo fundamental, así como la sensación de saciedad, aunque entre jóvenes y mujeres, más que en los hombres, aumenta la tendencia a vincularse con lo sano; por ejemplo: la verdura y lo crudo. Para los hombres, la necesidad básica es tener energía.

En el desayuno, en las fondas, puestos ambulantes y restaurantes de cadena, se comen huevos en todas sus modalidades, jugo de naranja, café y pan dulce, en los puestos ambulantes: licuados, atole, tamales y chilaquiles; en algunos restaurantes de cadena, también es costumbre la fruta picada o en rebanadas, molletes y machaca con huevo.

El fin de semana se come lo mismo pero en mayores cantidades y más tarde que de costumbre (almuerzo), aparecen hot cakes (especialmente en restaurantes de cadena); pancita, pozole, enchiladas y carnitas (fondas y puestos ambulantes).

Una tendencia que se nota día a día, es el mayor uso de edulcorantes, sobre todo en el caso de las mujeres preocupadas por la ingesta calórica y su apariencia personal.

En los puestos ambulantes se busca la rapidez, economía y la posibilidad de llevar los alimentos a su lugar de trabajo; en los restaurantes: rapidez, satisfacción y comodidad. Sin embargo, la gente se queja de los restaurantes de cadena porque, dicen, el servicio es malo durante las horas pico y esto provoca estrés tanto a los comensales como a los meseros.

En la comida, las fondas ofrecen menús de tres tiempos: sopa, arroz (a veces con huevo) o pasta y guisado; acompañado con tortillas de maíz y salsas. Se toma agua de frutas y a veces refresco.

**¿Qué buscan en la comida?** Rapidez, satisfacción, socializar y economía.

En los casos de los restaurantes de cadena, la comida es de dos tiempos, que pueden ser plato fuerte solo o con sopa; el plato fuerte viene con guarnición de verduras, papas a la francesa y en algunos casos los platos fuertes se acompañan con frijoles y ensaladas, así como con pan blanco o integral, totopos y salsas.

**¿Qué buscan en la comida en restaurantes de cadena?** Rapidez, satisfacción, socializar y comodidad.

En los restaurantes de comida rápida, sobresalen las hamburguesas y el pollo, acompañados con papas a la francesa; las mujeres y los adolescentes tienden a buscar ensaladas. Se toman refrescos de mayor tamaño. Además, se busca, como en los otros casos, rapidez, satisfacción, socializar y economía.

A la hora de la comida, la carne juega un papel importante; en la fonda es más empanizada; en los restaurantes, asada y en los de comida rápida, se prepara en hamburguesas y baguettes.

Es notable que la gente que come en los restaurantes de comida rápida busca finalizar con postre, que se caracteriza por helado, donas y pastelillos. Al contrario de los otros dos establecimientos, donde ofrecen frutas y gelatina.

El desayuno, durante los fines de semana, se hace entre las 10 y las 12 del día, se acostumbra comer en familia y disfrutar el tiempo y los alimentos; mientras que la comida se realiza entre las 4 y las 6 de la tarde. En muchos casos se come fuera durante el fin de semana o, en los niveles más bajos, se compra comida fuera de casa.

En el momento de la cena, se tiende a comer más ligero; en las fondas ofrecen tacos, hamburguesas, tortas y quesadillas; en los restaurantes de cadena, carne o pollo, sándwiches, tacos, molletes y café en todas sus variedades, apareciendo el té como una nueva tendencia; en los restaurantes de comida rápida, la cena es dulce pues ofrecen donas, pasteles y café.

Durante el fin de semana, las fondas ofrecen el mismo menú que entre semana, en los restaurantes de cadena sobresalen los sándwiches y molletes, café y té, además de pastel; en los de comida rápida, lo dulce como donas, pastelitos, helados y café. El sushi es una tendencia nueva para la comida y cena.

La cena de los fines de semana es más ligera y los jóvenes tienden a salir más, pues se observan grupos de adolescentes y parejas en los establecimientos.

Existen diferencias en los lugares dependiendo de los momentos del día. Los restaurantes de cadena, las fondas y los puestos ambulantes tienen mayor importancia durante el desayuno y comida, sobre todo entre la gente que trabaja. Entre comidas, baja la asistencia a los restaurantes, pues acuden a ellos grupos de mujeres, la mayoría de los segmentos A, B y C, en edades mayores a los 30 años. Los estudiantes son clientes regulares de los puestos ambulantes.

En la comida, los restaurantes y las fondas, los puestos ambulantes y los lugares de comida rápida, son frecuentados por gente que trabaja. Estos últimos lugares, tienen importancia en las tardes así como algunos restaurantes para los adolescentes. En la cena, solamente los restaurantes de cadena tienen un peso relativo.

Los tres tipos de establecimientos son percibidos de la siguiente manera:

- Las supercocinas y fondas se valoran por económicas y afectivas, por la costumbre así como la cantidad y la confianza que dan; aunque, reconocen, que hay menos control sanitario, reutilizan los alimentos y emplean demasiado aceite.
- Los restaurantes de cadena se perciben como un lugar para ir con la familia, hay mayor higiene, confort, tranquilidad/intimidad y confianza en los alimentos; pero son caros, lentos en el servicio y presionan a los comensales para que realicen un mayor consumo y aumente el pago en los alimentos.
- En los sitios de comida rápida se reconoce la practicidad, lo rápido, la cercanía, el sabor diferente y la existencia de antojos, además de un abanico de posibilidades, dada la diversidad de las cadenas, resaltan los postres, lo lúdico, lo permisivo, lo relajado; en síntesis, resalta por ser diferente al hogar. Por el contrario, se desconoce cómo se elaboran los alimentos, hay un trato descortés, a veces el espacio es limitado y son caros para comer a diario. La comida se percibe como engordante.

Consulta Mitofsky, en su estudio *Hábitos de Alimentación y Ejercicio* concuerda con el de CANAINCA y descubre que existe una tendencia mayor de las mujeres a consumir frutas, agua y ensaladas, cuando comen fuera de sus hogares.

Un punto interesante de ese mismo estudio de Consulta Mitofsky, es el hecho de que a mayor edad se van transformando los hábitos alimenticios con respecto a lo que consumen los adolescentes.

Consulta Mitofsky en el estudio ya mencionado, ha seguido la ingesta de 8 productos que encontró que se consumen regularmente. En el caso de alimentos y bebidas, encontró una frecuencia del 77% en el consumo de frutas, 63% en el de agua embotellada, 58% en el de ensaladas y el 52% en el de refrescos. Por el contrario, hay poca frecuencia de frituras (30%), pasteles (20%), comida enlatada (19%) y sopas instantáneas (16%).

El estudio revela también que en estos 8 productos, aumenta su consumo a mayor ingreso y nivel de urbanización, por lo que están relacionados con la capacidad de compra y el tamaño de la localidad.

Un cambio de tendencias de la comida fuera del hogar es la disminución del consumo de carne en las mujeres; mientras que para los hombres se mantiene la ingesta de carne, pollo y pescado.

En las verduras y ensaladas, existe un aumento generalizado, mientras que en las frutas se mantiene el consumo.

En cuanto al azúcar, baja la tendencia, suben los edulcorantes no calóricos y el azúcar mascabado.

En el caso del pan, se come la misma cantidad pero varían los tipos. Hay más consumo de panes integrales y con semillas y menos de pan blanco.

Los aderezos para ensaladas tienden a subir, pero la mantequilla, la mermelada, el picante y las salsas en las mesas, se consumen menos.

En el caso de la tortilla de maíz, ésta mantiene su preferencia pero en menor cantidad.

El café tiende a la baja a pesar de que aumenta el gusto por el capuchino solo y de sabores; también aumenta el té en todas sus diversas variedades.

El consumo de refrescos tiende a bajar y hay una fuerte presencia de productos *light*, con un lento aumento en el consumo de jugos y una creciente ingesta de agua sola.

La globalización ha traído tendencias de consumo de comidas de otros países, encontrándose que muchos de los platillos tienden a tropicalizarse para incorporar productos mexicanos como el chile, el aguacate, la salsa picante y tortillas; así, se puede decir que en los restaurantes de comida rápida y cadenas, se mantiene una tendencia a mexicanizar estos platillos. Por ejemplo: sushi de aguacate con chipotle; pizzas con rajas, al pastor y chile morrón; crepas a la mexicana, con chorizo y queso Oaxaca; toda clase de comida *chilli* como *chicken chilli* o *chilli* con carne.

Hay que puntualizar que tanto los restaurantes tradicionales como los restaurantes de comida rápida, donde se nota más el efecto de la globalización, son caros y a ellos sólo asiste regularmente la gente de nivel socioeconómico alto, como lo demuestra el estudio de Alduncin y Asociados que exponemos más adelante.<sup>15</sup>

### 1.6.1 Comida dentro de los hogares

El estudio de De la Riva<sup>16</sup> analiza cuáles son los factores que influyen en lo que se consume en los hogares y encontramos lo siguiente:

- Mayor influencia de la familia, sobre todo las madres y esposas.
- La información en etiquetas y empaques.
- Los especialistas: médicos, homeópatas, pediatras y nutriólogos (sobre todo en las escuelas), han cobrado cada día una mayor importancia.
- Con menor influencia, la publicidad de los puntos de venta, sobre todo en los productos nuevos.
- Otras personas (compañeros de trabajo, vecinos, amigos).
- Viajes (en niveles altos).
- Por último, los medios de comunicación (tv, radio y revistas).
- Los cambios en la dieta alimentaria tienen dos disparadores básicos:
  - En los puntos de venta donde se puede revisar la información de los empaques y encontrar los nuevos productos; y
  - Los especialistas aumentan su influencia: nutriólogos y médicos que atienden a niños en las escuelas.

**¿Cuál es la población más expuesta a estas influencias?** La respuesta abrumadora es: «la mujer». Los nutriólogos y médicos proyectan a través de ellas, los consejos de las nuevas tendencias.

**¿Qué eventos provocan cambio de alimentación?** Existen tres eventos fundamentales:

Primero, el trabajo, por cambios en la jornada laboral que determinan tiempos y lugares de comida; así como el aumento gradual a que mujeres y madres solteras ingresen al mercado de trabajo en circunstancias parecidas a los hombres.

---

15. Alduncin y Asociados, *Demanda de alimentos preparados en los estratos populares del Distrito Federal. Resumen ejecutivo*, México, 2006.

16. De la Riva y Asociados, *Tendencias en Alimentación, estudio antropológico*, México, 2006.

Cada día aumenta la costumbre de preparar comida para llevar al trabajo. En el caso de mujeres y madres solteras que trabajan, éstas delegan en familiares (abuelas, tías o hermanas) la elaboración de la comida y en los niveles altos, en las empleadas domésticas; buscando en todo momento la practicidad y la economía.

El segundo evento de cambio lo constituyen las enfermedades gastrointestinales y metabólicas que provocan la modificación de costumbres, pues se reduce el consumo de la carne, se come más fibra, se toma menos refresco y más agua, disminuye el consumo de huevos, quesos, irritantes y condimentos y aumenta el número de comidas pero con menor cantidad, incluyendo una mayor proporción de frutas y vegetales.

El tercer evento es la transición de solteros a casados, el embarazo y las fases de desarrollo de los niños, pues obligan a las madres a adecuarse a su condición o al horario de alimentación de los niños y en el caso de los recién casados, a su nueva condición de familia.

## El desayuno

Los hombres tienden a desayunar: fruta, huevos, café y en los niveles medios y bajos, guisados; se acompaña a veces con jamón, salchicha, tocino, chorizo o frijoles (este tipo de desayuno se da casi siempre entre semana).

Las mujeres y los niños desayunan: leche, jugos, yogurt, cereales, sándwich, fruta y huevos, aunque los niños los consumen en menor cantidad.

En el desayuno, los niños comen en su mayoría (más de la mitad) en su casa, lo que les prepara su mamá; un 20% en desayunos formales organizados en las escuelas, un 15% en el lunch que les preparan en su casa y el restante compran alimentos y bebidas en la escuela.

En las mujeres hay la costumbre, de entre un 10 a un 15%, de llevar comida preparada en el hogar.

Hay un cambio en el desayuno de los niños, pues pierde relevancia el hacerlo en casa y aumenta el de las otras tres formas de hacerlo.

El desayuno de las mujeres se hace en casa en más del 50%, principalmente las que no trabajan. Sigue en importancia en un 25%: las que compran comida alrededor de los lugares de trabajo, en changarros y puestos ambulantes o en el trabajo mismo, en las máquinas *vending*, sobre todo en las de medios y bajos ingresos. Un 15% lo hacen en restaurantes, principalmente las de más altos ingresos. Un 10% desayunan con sus madres o parientes si se encuentran cerca del lugar de trabajo.

La tendencia de las mujeres de desayunar fuera tiene que ver con motivos laborales, cosa que afecta los hábitos en el desayuno de los hijos, sobre todo en las grandes ciudades, donde los tiempos de traslado y la falta del mismo para preparar alimentos en casa, agudiza este fenómeno.

En lo que respecta al desayuno de los hombres, más del 50% lo hacen en su casa por economía, sobre todo en los niveles más bajos y por cercanía al trabajo, en casi todos los niveles. Le siguen en importancia con un 40% particularmente en los niveles bajos, los que compran en puestos ambulantes, changarros o fondas; además, hay una pequeña cantidad que lleva comida preparada en casa. Por último, un 10% lo hacen en restaurantes y son los del segmento socioeconómico más alto.

Los hombres tienden más a desayunar fuera de casa, pero cuidando de manera especial el aspecto económico.

## **La comida**

Los niños comen casi en su totalidad en casa. Las mujeres en un 60% lo hacen en el hogar y sólo un 40% comen fuera de ahí. En el caso de los hombres la proporción es contraria; la mayoría lo hace fuera de casa y sólo un 30% lo hace en el hogar.

En el caso de la comida, los mexicanos siguen la tendencia tradicional a la comida de cuatro tiempos: sopa, arroz (a veces pasta), guisado y postre (gelatinas, helado o fruta, sobre todo en los niveles bajos).

Las bebidas varían según el nivel socioeconómico. En el caso de los segmentos A, B y C+ se tiende a tomar agua natural o agua de frutas. En los niveles más bajos, el refresco es seguido por el agua de frutas o preparada con saborizantes. En los segmentos C-, D y E, se consumen refrescos de tamaño familiar para dosificar durante la comida.

Los alimentos se acompañan usualmente de tortillas de maíz, pan blanco o de caja, salsas hechas en casa o chiles enlatados. En el caso de los niños, se ven pocos acompañantes, salvo la tortilla.

Los hombres tienden a comer más, pues manifiestan tener más hambre y necesidad de energía.

Las mujeres, muchas de ellas trabajan medio tiempo u horarios corridos, por lo cual pueden comer en casa. La comida sigue siendo uno de los principales alimentos del día y es algo en lo que México difiere de muchos otros países (donde la cena es la importante) a pesar de este detalle, hay mucha gente que le confiere al desayuno la importancia de ser el momento principal de alimentación.



En el estudio México: *Hábitos alimenticios y comida chatarra*, de Consulta Mitofsky,<sup>17</sup> cerca de la mitad de los encuestados consideró que el desayuno es la comida más importante; un 45% dijo que la comida, mientras que la mayoría le restó a la cena.

En la encuesta de De la Riva,<sup>18</sup> esta tendencia es parecida aunque algunos manifiestan que el principal alimento del día es la comida.

## La cena

La cena tanto, en hombres como mujeres y niños, se realiza la mayoría de las veces en casa y sólo de manera eventual fuera de ella. Se considera un momento de reunión familiar, por lo que priman valores como la convivencia y el cariño; asimismo, actitudes más permisivas en los alimentos y se tiende a un ambiente más relajado. De hecho, la costumbre general es cenar juntos en familia.

Los niños cenan quesadillas, sándwiches y sincronizadas o cereal con leche. En los niveles medios y altos la leche es saborizada y en los niveles más bajos persiste la costumbre del café con leche.

Las mujeres cenan cereales con leche, procurando que sean *light* y altos en fibra; café con pan dulce, ensaladas en los niveles más altos y frutas en los más bajos. El té es una nueva tendencia que se asocia con un poder relajante.

Los hombres cenan guisados —la mayoría de ellos recalentados— sobre todo en los niveles ingreso de bajos; ensaladas en los niveles altos, embutidos, café y yogurt y ocasionalmente toman vino.

## 1..2 Alimentos durante el fin de semana

### El desayuno

El desayuno se realiza entre las 10 y las 12 del día. En general, los hábitos alimenticios son parecidos al desayuno de entre semana, aunque se añaden chilaquiles y hot cakes. En niveles medios y bajos se comen carnitas, tamales, atole y barbacoa, que se compran en mercados públicos y puestos ambulantes.

---

17. Consulta Mitofsky, *México: hábitos alimenticios y comida chatarra*, México, enero 2011, p. 4.

18. De la Riva y Asociados, *Op. Cit.*

## La comida

La comida se realiza entre las 16 y las 18 horas y sigue la misma rutina de entre semana, salvo en los niveles medios y altos, que se añaden una mayor cantidad de mariscos, carnes, embutidos, vino, cerveza, quesos y ensaladas.

Si se sale del hogar, ya sea en restaurantes o en casa de otras personas, tiende a comerse platillos de cocina internacional o fusión.

El desayuno y la comida tienden a ser un momento de convivencia y cariño, donde se busca además consentirse. Se nota una costumbre mayor a desayunar y comer fuera de casa para evitarle a la mujer la labor de preparar los alimentos, pues muchas de ellas trabajan entre semana.

## La cena

La mayoría de las veces se suprime, pues se come muy tarde o suele ser ligera con alguna fruta o leche y pan.

**¿Qué se come entre comidas?** Los niños en la mañana acostumbran comer chocolates, sandwiches, Yakult, frutas y yogurt; las mujeres: papaya con avena, yogurt, barras de linaza, café y agua; los hombres: pan, refrescos y en algunos casos, tacos.

A media tarde los niños consumen alguna gelatina, galletas, botanas, chocolates, helados y cereales en cajas pequeñas; las mujeres, refrescos, botanas, quesos, embutidos, galletas y palomitas.

Consumir entre comidas no es un hábito común en todos los niveles socioeconómicos, además entre el desayuno y la comida se acostumbra comer algo nutritivo y entre la comida y la cena se come por antojo.

## Importancia e intensidad emocional en los diferentes momentos de la alimentación

Los momentos más importantes para la familia son el desayuno y la comida, hablando nutricionalmente. La cena es un momento de menor ingesta (sobre todo mujeres y niños) pero de mayor intensidad emocional porque implica un encuentro familiar.

## 1.7 Tendencias de los distintos tipos de categorías de alimentos

### 1.7.1 Vegetales y frutas

Desde hace diez años, la tendencia de consumo de vegetales y frutas ha ido en aumento; principalmente de las frutas naturales, enlatadas y después las deshidratadas y congeladas. Tanto las enlatadas como deshidratadas o congeladas, se consumen por su practicidad y durabilidad. A las congeladas se les percibe como de alta calidad y las naturales se prefieren sobre las enlatadas.

Aunque las frutas y verduras congeladas cuestan más, su consumo va en aumento, pues se mantienen durante más tiempo y la gente confía en su calidad.

El aumento en el consumo de vegetales y frutas puede deberse a que son percibidos como comida saludable.

### Hogares con consumo de frutas por deciles, 2008

Decil	Hogares	%	Total de hogares
I	865,775	32%	2,666,615
II	1,077,635	40%	2,667,620
III	1,239,155	46%	2,672,737
IV	1,380,531	52%	2,669,389
V	1,364,352	51%	2,672,764
VI	1,541,461	58%	2,672,197
VII	1,488,701	56%	2,673,259
VIII	1,578,802	59%	2,673,259
IX	1,726,059	65%	2,673,259
X	1,812,023	68%	2,673,263
Total	14,074,494	53%	26,714,362

Fuente: Incide Social, «Accesibilidad de los hogares en el consumo de alimentos» en *Observatorio Política Social*, México, 2008.

### 1.7.2 Lácteos

La leche mantiene su nivel de consumo, especialmente gracias a la cantidad de productos diferenciados que han aparecido en el mercado.

Los yogurts han tenido un aumento en los últimos años, particularmente los líquidos en mujeres y niños. Las cremas se mantienen sin ningún aumento. La ingesta de quesos ha aumentado, principalmente en la presentación *light*, descremados y se mantiene en los untados, rebanados y preempaquetados.

La mantequilla ha sufrido una caída por su asociación con el colesterol y el sobrepeso.

### Hogares con consumo de lácteos y sus derivados por deciles, 2008

Decil	Hogares	%	Total de hogares
I	1,582,326	59%	2,666,615
II	1,928,071	72%	2,667,620
III	2,042,527	76%	2,672,737
IV	2,155,055	81%	2,669,389
V	2,252,408	84%	2,672,764
VI	2,318,508	87%	2,672,197
VII	2,305,747	86%	2,673,259
VIII	2,295,236	86%	2,673,259
IX	2,337,170	87%	2,673,259
X	2,307,973	86%	2,673,263
<b>Total</b>	<b>21,525,021</b>	<b>81%</b>	<b>26,714,362</b>

Fuente: Incide Social, «Accesibilidad de los hogares en el consumo de alimentos» en *Observatorio Política Social*, México, 2008.

#### 1.7.3 Carne, pollo y pescado

Las tendencias de consumo de pollo van en aumento pues éste se percibe más sano que la carne roja, además de que es más económico. Asimismo hay que recordar que el pollo es un ingrediente esencial en muchos guisados, especialmente, en la comida tradicional mexicana.

El atún tiene un consumo permanente, ya que se come con ensaladas o en algunos guisos.

Las carnes de res y de puerco, a pesar de su fuerte presencia, tienden a bajar por su precio (en los casos de los niveles socioeconómicos más bajos) y por considerarla dañina y con alto contenido de colesterol (en niveles más altos).

El pescado sigue teniendo un consumo muy bajo a pesar de que reconocen aún en los niveles más bajos, que es saludable y nutritivo.

## Hogares con consumo de carne por deciles, 2008

Decil	Hogares	%	Total de hogares
I	1,725,167	65%	2,666,615
II	2,036,387	76%	2,667,620
III	2,139,005	80%	2,672,737
IV	2,224,138	83%	2,669,389
V	2,328,389	87%	2,672,764
VI	2,360,242	88%	2,672,197
VII	2,364,324	88%	2,673,259
VIII	2,348,556	88%	2,673,259
IX	2,368,821	89%	2,673,259
X	2,285,178	85%	2,673,263
<b>Total</b>	<b>22,180,207</b>	<b>83%</b>	<b>26,714,362</b>

Fuente: Incide Social, «Accesibilidad de los hogares en el consumo de alimentos» en Observatorio Política Social, México, 2008. Consultado en [http://www.observatoriopoliticasocial.org/images/PDF\\_SIDEESC/alimentacion/2010/accesibilidad\\_hogaresconsumo\\_alimentos\\_deciles\\_2008.xls](http://www.observatoriopoliticasocial.org/images/PDF_SIDEESC/alimentacion/2010/accesibilidad_hogaresconsumo_alimentos_deciles_2008.xls), en julio de 2011.

### 1.8 Tendencias y características de alimentación en México

El eje de la alimentación del mexicano está basado en tres productos principalmente: maíz, luego el frijol y por último el chile, ordenados de mayor a menor consumo.

Cada día aumenta la asistencia de personas de niveles medios y altos de ingreso a los restaurantes de comida (*slow food*), ya que ésta se caracteriza por ser más pausada y se prefiere porque se busca lo natural, el regreso a las raíces culturales, lo orgánico, la convivencia y el disfrute, contra lo que sucede en los restaurantes de comida rápida.

#### 1.8.1 Comida rápida (*fast food*)

Aunque en la comida rápida predominan las frituras, se nota una mayor presencia de verduras, pues la percepción es que son útiles para el consumo rápido y prácticas para llevar a casa.

### 1.8.2 Nutracéuticos

Ha aumentado el consumo de fibras, linaza, soya y lácteos adicionados con nutrientes.

En la comida casera, sobre todo en la tradicional, el sabor y la grasa son los ingredientes esenciales, además de salsas tanto industrializadas como preparadas en el hogar. Esta comida representa la costumbre y aunque su consumo tiende a ir en declive, es vista como especial para la familia y el espacio doméstico.

La comida rápida se caracteriza por gran cantidad de aceites y su sazón se percibe artificial e intenso; sin embargo, su consumo crece porque hay establecimientos cercanos al trabajo y representa una tendencia individualista.

La comida *slow food* utiliza aceites de oliva y linaza y apuesta a sabores más naturales y a una mayor variedad. Es una tendencia que prioriza el disfrute organoléptico y la sociabilidad.

La comida rápida es más característica de niños, adolescentes y jóvenes adultos; aunque está bien posicionada, su importancia tiende a decrecer.

Los nutracéuticos son consumidos principalmente por las mujeres pero influyen mucho en niños y hombres, y su presencia en la dieta es cada vez mayor.

Los consumidores tienen cada día una mayor influencia en el desarrollo de la industria alimentaria; y ésta, a su vez, se ve afectada por los medios de comunicación y la normativa gubernamental; por ello se recurre a los consejos de especialistas.

Además, en México, el efecto globalizador es cada vez más evidente en los cambios de las costumbres alimenticias.

### 1.8.3 Impacto de los nuevos productos industrializados

Los consumidores tienen una mayor curiosidad por los nuevos productos y paradójicamente, por las esperanzas nutricionales que estos representan, aunque existen frenos en su consumo por falta de información, lo que genera inseguridad, desconfianza y muchos mitos.

Los consumidores buscan información clara y entendible contra datos mágicos y crípticos, requieren mayor explicación de qué son y qué hacen los omegas, antioxidantes, la leche deslactosada, la linaza y las vitaminas A, B y C. Se han apropiado de nuevos significados como *light* y orgánico, y rechazan en su mayoría lo transgénico.

La tendencia a procurar una buena imagen corporal ha hecho que aumente la conciencia sobre la salud.

El sabor es un elemento esencial para que los productos sean aceptados por los consumidores. Además, los empaques deben generar confianza en cuanto a higiene, calidad y durabilidad.

Ante el avance de propuestas innovadoras, el consumidor se siente confundido, pues no tiene información y conciencia profunda de los beneficios tanto nutricionales como de salud. Lo motiva consumir productos prácticos, de buen sabor, precio y calidad, aunque estén generalizados los mitos y las creencias no fundamentadas y haya aumentado también la medicalización nutricional (complementos).

Los frenos, como ya lo comentamos, son la utilización del lenguaje lejano a la mayoría de los consumidores, el precio, algunas resistencias al cambio y una percepción de la baja calidad.

Entre los mitos y creencias, están las posturas contra los transgénicos pues, aunque no hay argumentos concluyentes, el conflicto entre los que los satanizan y los que los promueven, hace que la gente se resista a ellos.

Lo *light*, que empezó como una tendencia de moda y estatus, se ha generalizado, pero su consumo disminuye cuando no se notan los resultados esperados e, inclusive, algunos consumidores dudan de sus beneficios.

Las fibras y complementos nutricionales forman parte de un pensamiento mágico, pues aunque no se ven, se espera que curen o substituyan lo que no se come; justifican prácticas sedentarias y transforman hábitos, el orden alimenticio y los estilos de vida.

Las pastillas y las cápsulas han tenido éxito para evitar la descalcificación y la falta de hierro. Las barras (energizantes para los deportistas y dietéticas para evitar el sobrepeso) son percibidas como nutritivas por la gente que trabaja y tiene poco tiempo para comer.

Las bebidas energizantes son consumidas para reponer fuerzas, quemar grasas y las proteínicas para compensar dietas o en situaciones de enfermedad.

Cada día hay una mayor cantidad de chocolates, galletas y dulces sin azúcar, con fructuosa y con alta cantidad de fibra.

En los restaurantes se nota una creciente tendencia a revalorar la comida mexicana tradicional frente a la comida internacional e incorporar en ésta, elementos tradicionales mexicanos, como ya se ha mencionado.

En síntesis, el consumidor activo busca en la alimentación: lo nutritivo, lo económico, lo sensorial, lo higiénico y las tendencias provocan cambios de estilo de vida.

El estudio de De la Riva y Asociados<sup>19</sup> se focalizó únicamente en tres estratos socioeconómicos (C+, B/C y D); a pesar de eso, podemos empezar a definir quién come en los diversos expendios de alimentos que hay en las zonas urbanas:

Segmento	Porcentaje
AB	7.2%
C+	14%
C	entre 5 y 7% del estrato

Los hogares del segmento AB pueden acudir frecuentemente a restaurantes, *fast food courts* y restaurantes de cadena. En el nivel C+ la frecuencia es menor así como en el segmento superior de C. En total, podríamos decir que entre el 26 y el 28% de los habitantes de estos hogares tienen la mayor opción de alimentos fuera de casa.

En cuanto a los segmentos C, D y E, estos asisten a puestos semifijos o desmontables, locales de fondas o puestos fijos en tianguis.

#### 1.8.4 Unidades económicas que prepara alimentos

¿Qué tantas unidades económicas preparan alimentos en el país?

- Restaurantes con servicio completo (cocina, salón, meseros, baños, garroteros, lavalozas, etc.) = 8,883. La mayoría de estos tienen personal que va de 11 a 50 empleados.
- Restaurantes de autoservicio y comedores industriales = 8,457 y van de 1 a 6 empleados en promedio.
- Fondas, loncherías, puestos en la calle, tianguis y mercados. Existen 372,539 unidades en el país; 199,524 tienen de 0 a 2 empleados y 125,896 de 3 a 5 empleados; esto equivale al 87.35% de las unidades que expenden alimentos. Así, podemos concluir que la inmensa mayoría de los estratos C, D y E comen cuando están fuera de casa en estos lugares, con una mayor incidencia por parte de los hombres.<sup>20</sup>

19. *Ibidem.*

20. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Censo Económico 2004*, México, INEGI, 2004.



A pesar de que tienen ingresos suficientes como para asistir a cualquier restaurante, los integrantes del segmento C+ asisten frecuentemente a establecimientos como fondas, loncherías, tianguis y mercados.

Aunque el estudio de Alduncin y Asociados se refiere sólo al Distrito Federal y zona metropolitana, los resultados pueden ser indicativos de lo que sucede en otras ciudades de gran tamaño.

A la pregunta **¿dónde comió en la última semana?**, los encuestados respondieron:

Lugar	Promedio	Hombre	Mujer
Calle puesto móvil o semifijo, bote o tamales	28.2	27.2	29.1
Calle puesto móvil o semifijo desmontable	27.4	28.6	26.0
Calle puesto fijo sin sillas	18.0	21.4	14.2
En local fonda	17.8	19.3	16.2
Calle puesto fijo con sillas y mesas	16.2	15.1	17.6
Calle puesto fijo tianguis	15.4	17.2	13.5
Local de mercado	14.5	16.0	12.8
Calle puesto móvil o semifijo camioneta coche	12.4	11.4	13.5
Local de comida rápida de cadena	10.0	9.3	10.8
Local restaurante	7.6	7.5	7.8
Local restaurante de cadena	5.9	4.5	7.4

Fuente: Alduncin y Asociados. *Demanda de alimentos preparados en los estratos populares del Distrito Federal, resumen ejecutivo*, México, 2006.

A la pregunta de **¿cuánto pagó por su comida y bebida?**, contestaron:

Lugar	E	D	C	C+
Calle puesto móvil o semifijo, bote o tamales	\$15.50	\$17.60	\$15.90	\$16.80
Calle puesto móvil o semifijo desmontable	\$28.10	\$32.90	\$31.00	\$21.00
Calle puesto móvil o semifijo camioneta	\$27.70	\$24.60	\$27.50	\$33.00
Calle puesto fijo tianguis	\$30.30	\$31.40	\$3.00	\$31.80
Calle puesto fijo sin sillas	\$23.10	\$26.60	\$32.40	\$29.20
Calle puesto fijo con sillas y mesas	\$48.50	\$43.40	\$37.40	\$34.00
Local de mercado	\$68.00	\$39.60	\$36.60	\$39.80
Local fonda	\$28.20	\$41.80	\$39.10	\$33.00
Local comida rápida de cadena	\$115.00	\$89.50	\$70.60	\$66.70
Local restaurante de cadena	-	\$77.60	\$80.00	\$115.70
Local restaurante	-	\$103.00	\$124.50	\$130.00

Fuente: Alduncin y Asociados, *Demanda de alimentos preparados en los estratos populares del Distrito Federal, resumen ejecutivo*, México, 2006.

Como lo indican los estudios de De la Riva y el del Instituto de Investigaciones Sociales,<sup>21</sup> el ingreso es un factor determinante, pues podemos observar cómo aumenta el gasto en alimentación fuera del hogar a medida que analizamos los segmentos de más altos ingresos. Estos datos varían por tamaño de la ciudad pero, sobre todo por regiones del país. Tenemos que considerar que el Distrito Federal y su área metropolitana tienen características especiales pero, aún así nos permite tener una idea de lo que sucede en otras ciudades.

21. De la Riva, *Op. Cit.* y López Romo, Heriberto, *Op. Cit.*

## Comidas que realizan fuera de su hogar o de entrega a domicilio a la semana

Modalidad	Promedio	Hombre	Mujer
Desayuno	2.42	2.5	2.4
Café o bocadillo mañana	2.37	2.2	2.5
Comida	3.10	3.2	2.9
Café o bocadillo tarde	1.99	1.9	2.0
Cena	1.77	1.9	1.7
Otra	1.83	2.4	1.4
<b>Total veces por semana</b>	<b>13.48</b>	<b>14.1</b>	<b>12.9</b>

Fuente: Alduncin y Asociados. *Demanda de alimentos preparados en los estratos populares del Distrito Federal, resumen ejecutivo*, México, 2006.

Este estudio de Alduncin y Asociados concuerda con los otros realizados por de la Riva y Mitofsky al concluir que, entre semana, la mayoría de las personas comen fuera de su casa más por motivos laborales y de distancia del hogar, y menos por gusto. A medida que bajan los ingresos (en los segmentos C, D y E), tal como lo señalan estos resultados, sólo al 15.5% le gusta comer fuera de casa, al 64.4% «algo», al 19.1% «poco» y al 1% «nada».

En cambio, cuando se preguntó a hombres y mujeres qué tanto les gustaba comer en casa, el nivel socioeconómico E lo prefiere en un 89.9%, el D un 85.5%, el C un 80.1% y C+ un 81% y es menor que en el segmento AB.

Cuando se les preguntó cuáles eran los factores que buscaban al comer fuera de casa, respondieron en orden de mayor a menor importancia: limpieza e higiene, precios bajos, buen trato, servicio, comida fresca, seguridad, atención, sazón, comida caliente, variedad para escoger y ubicación cercana.

A pesar de los matices propios que tienen las encuestas, podemos observar que la mayoría de los elementos esenciales, concuerdan en diversos estudios.

Consulta Mitofsky en su estudio denominado *México: hábitos alimenticios y comida chatarra* preguntó:

«Al pasar un día fuera de casa y tiene hambre, ¿qué es lo que come?» y éstas son las respuestas que se obtubieron:

<b>Modalidad</b>	<b>%</b>	<b>Modalidad</b>	<b>%</b>
Tacos	31.7	Jugo	2.1
Tortas	18.6	Pizza	2.0
Comida corrida	10.4	Burritos	1.7
Fruta	9.8	Yogurt	1.6
Quesadillas, sopes, gorditas, tlayudas	8.9	Caldos de pollo o gallina	1.6
Papas, frituras	5.7	Ensaladas	1.5
Hamburguesas	3.5	Espera a llegar a casa	3.3
Refresco	2.9	Mariscos	1.3
Sándwich	2.8	Agua	1.1
Hot dogs	2.7	Tamales	1.0
Galletas	2.5	Sopas instantáneas	0.9
Pan dulce	2.3	Nachos	0.7
Pollo rostizado	2.2	Tortilla	0.6
		Llevo comida de casa	0.6

Fuente: Consulta Mitofsky, *México: hábitos alimenticios y comida chatarra*, México, 2011.

En las fondas, loncherías y puestos con sillas en la calle, la comida se trata del menú clásico de cuatro tiempos que hemos descrito previamente.

Los tres estudios<sup>22</sup> coinciden en la lista de alimentos antes descrita.

Siguiendo con el estudio de Consulta Mitofsky, en éste se preguntó por la comida chatarra y las respuestas obtenidas fueron las siguientes:

22. Los estudios de Alduncin, De la Riva y Mitofsky.

Cuando se les preguntó «¿A qué comida se refieren cuando se habla de «comida chatarra»?», las respuestas obtenidas fueron:

Modalidad	%	Modalidad	%	Modalidad	%
Frituras, charritos, papas fritas	49.3	Hamburguesas	4.3	Churros	1.3
Refresco	16.4	Sopas Instantáneas	4.1	Elotes y esquites	1.2
Quesadillas, gorditas, sopes, tlayudas	12.5	Tortas	4.1	Embutidos, carnes frías	1.1
Comida de calle	11.2	Comida rápida	2.9	Pan	1.0
Tacos	10.5	Pastelitos	2.8	Nachos	1.0
Dulces	9.9	Pizza	2.1	Chocolates	0.8
Chicharrones preparados	5.9	Pasteles	2.0	Enlatados	0.7
		Hot dogs	1.8	Tamales	0.7
		Galletas	1.7		
		Semillas	1.3		

Fuente: Consulta Mitofsky, *México: hábitos alimenticios y comida chatarra*, México, 2011.

A fin de corroborar los hallazgos del estudio de Consulta Mitofsky, recurrimos a otro estudio hecho por la organización no gubernamental denominada Observatorio Política Social que elaboró un índice social con información de la ENIGH 2008, INEGI y del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). Dicho estudio guarda relación con los resultados del estudio de Mitofsky, en el cual se comprueba que tanto en el medio rural como en el urbano, los productos denominados «chatarra» —a excepción de los refrescos— tienen un bajo consumo en la población. En algunos casos, se podría decir que es marginal y que, por lo tanto, tiene una importancia muy relativa en el consumo de alimentos como se ve en la tabla siguiente.

## Indicadores sobre el consumo de comida chatarra dentro de los hogares, según ámbito rural o urbano, 2008

Productos	Clave*	Ámbito	Hogares en donde se consumieron los productos					Hogares en donde se consumieron los productos chatarra						
			Hogares (absolutos)			Porcentajes		Hogares (absolutos)			Porcentajes			
			No	Sí	Total	No	Sí	Total	No	Sí	Total	No	Sí	Total
Refrescos de cola y de sabores	A220	Urbano	6,900,440	14,309,841	21,210,281	32.5%	67.5%	100.0%	7,487,860	13,722,421	21,210,281	35.3%	64.7%	100%
		Rural	2,266,357	3,255,956	5,522,313	41.0%	59.0%	100.0%	2,526,996	2,995,317	5,522,313	45.8%	54.2%	100%
		<b>Total</b>	<b>9,166,797</b>	<b>17,565,797</b>	<b>26,732,594</b>	<b>34.3%</b>	<b>65.7%</b>	<b>100.0%</b>	<b>10,014,856</b>	<b>16,717,738</b>	<b>26,732,594</b>	<b>37.5%</b>	<b>62.5%</b>	<b>100%</b>
Galletas dulces	A010	Urbano	16,533,044	4,677,237	21,210,281	77.9%	22.1%	100.0%	16,804,272	4,406,009	21,210,281	79.2%	20.8%	100%
		Rural	4,005,425	1,516,88	5,522,313	72.5%	27.5%	100.0%	4,105,753	1,416,560	5,522,313	74.3%	25.7%	100%
		<b>Total</b>	<b>20,538,469</b>	<b>6,194,125</b>	<b>26,732,594</b>	<b>76.8%</b>	<b>23.2%</b>	<b>100.0%</b>	<b>20,910,025</b>	<b>5,822,569</b>	<b>26,732,594</b>	<b>78.2%</b>	<b>21.8%</b>	<b>100%</b>
Concentrados y polvo para preparar bebidas	A219	Urbano	18,174,373	3,035,908	21,210,281	85.7%	14.3%	100.0%	18,262,905%	2,947,376	21,210,281	86.1%	13.9%	100%
		Rural	4,658,522	863,791	5,522,313	84.4%	15.6%	100.0%	4,698,884	823,429	5,522,313	85.1%	14.9%	100%
		<b>Total</b>	<b>22,832,895</b>	<b>3,899,699</b>	<b>26,732,594</b>	<b>92.0%</b>	<b>8.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>22,961,789</b>	<b>3,770,805</b>	<b>26,732,594</b>	<b>85.9%</b>	<b>14.1%</b>	<b>100%</b>
Frituras, palomitas, cheetos, doritos, etc.	A022	Urbano	19,586,342	1,623,939	21,210,281	92.3%	7.7%	100.0%	19,710,684	1,499,597	21,210,281	92.9%	7.1%	100%
		Rural	5,020,384	501,929	5,522,313	90.9%	9.1%	100.0%	5,056,836	456,477	5,522,313	91.6%	8.4%	100%
		<b>Total</b>	<b>24,606,726</b>	<b>2,125,868</b>	<b>26,732,594</b>	<b>92.0%</b>	<b>8.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>24,767,520</b>	<b>1,965,074</b>	<b>26,732,594</b>	<b>92.6%</b>	<b>7.4%</b>	<b>100%</b>
Galletas saladas	A011	Urbano	20,142,757	1,067,524	21,210,281	95.0%	5.0%	100.0%	20,189,330	1,020,951	21,210,281	95.2%	4.8%	100%
		Rural	5,270,132	252,181	5,522,313	95.4%	4.6%	100.0%	5,289,348	232,965	5,522,313	95.8%	4.2%	100%
		<b>Total</b>	<b>25,412,889</b>	<b>1,319,705</b>	<b>26,732,594</b>	<b>95.1%</b>	<b>4.9%</b>	<b>100.0%</b>	<b>25,478,678</b>	<b>1,253,916</b>	<b>26,732,594</b>	<b>95.3%</b>	<b>4.7</b>	<b>100%</b>
Papas fritas en bolsa o a granel	A106	Urbano	19,915,676	1,294,605	21,210,281	93.9%	6.1%	100.0%	19,998,209	122,072	21,210,281	94.3%	5.7%	100%
		Rural	5,284,610	273,703	5,522,313	95.0%	5.0%	100.0%	5,276,310	246,003	5,522,594	94.5%	5.5%	100%
		<b>Total</b>	<b>25,164,286</b>	<b>1,568,308</b>	<b>26,732,594</b>	<b>94.1%</b>	<b>5.9%</b>	<b>100.0%</b>	<b>25,274,519</b>	<b>1,458,075</b>	<b>26,732,594</b>	<b>94.5%</b>	<b>5.5%</b>	<b>100%</b>

## Hogares en donde se consumieron los productos

## Hogares en donde se consumieron los productos chatarra

Productos	Clave*	Ámbito	Hogares (absolutos)			Porcentajes			Hogares (absolutos)			Porcentajes		
			No	Sí	Total	No	Sí	Total	No	Sí	Total	No	Sí	Total
Sopas instantáneas	A023	Urbano	20,642,849	567,423	21,210,281	97.3%	2.7%	100%	20,664,500	545,781	21,210,281	97.4%	2.6%	100%
		Rural	5,350,008	172,305	5,522,313	96.9%	3.1%	100%	5,358,592	163,721	5,522,313	97.0%	3.0%	100%
		<b>Total</b>	<b>25,992,857</b>	<b>739,737</b>	<b>26,732,594</b>	<b>97.2%</b>	<b>2.8%</b>	<b>100%</b>	<b>26,023,092</b>	<b>709,502</b>	<b>26,732,594</b>	<b>97.3%</b>	<b>2.7%</b>	<b>100%</b>
Pizzas	A198	Urbano	20,711,664	498,617	21,210,281	97.6%	2.4%	100%	20,742,871	467,410	21,210,281	97.8%	2.2%	100%
		Rural	5,506,069	16,244	5,522,313	99.7%	0.3%	100%	5,506,812	15,501	5,522,313	99.7%	0.3%	100%
		<b>Total</b>	<b>26,217,733</b>	<b>514,861</b>	<b>26,732,594</b>	<b>98.1%</b>	<b>1.9%</b>	<b>100%</b>	<b>26,249,683</b>	<b>482,911</b>	<b>26,732,594</b>	<b>98.2%</b>	<b>1.8%</b>	<b>100%</b>
Pasteles y pasteillos y pasteillos empaquetados	A017	Urbano	20,815,184	395,097	21,210,281	98.1%	1.9%	100%	20,840,341	369,940	21,210,281	98.3%	1.7%	100%
		Rural	5,457,122	65,191	5,522,313	98.8%	1.2%	100%	5,463,710	58,603	5,522,313	98.9%	1.1%	100%
		<b>Total</b>	<b>26,272,306</b>	<b>460,288</b>	<b>26,732,594</b>	<b>98.3%</b>	<b>1.7%</b>	<b>100%</b>	<b>26,304,051</b>	<b>428,543</b>	<b>26,732,594</b>	<b>98.4%</b>	<b>1.6%</b>	<b>100%</b>
Pasteles y pasteillos en pieza o a granel	A016	Urbano	20,945,124	265,157	21,210,281	98.7%	1.3%	100%	21,020,382	198,899	21,210,281	99.1%	0.9%	100%
		Rural	5,498,377	23,936	5,522,313	99.6%	0.4%	100%	5,510,405	11,908	5,522,313	99.8%	0.2%	100%
		<b>Total</b>	<b>26,443,501</b>	<b>289,093</b>	<b>26,732,594</b>	<b>99.6%</b>	<b>1.1%</b>	<b>100%</b>	<b>26,530,787</b>	<b>201,807</b>	<b>26,732,594</b>	<b>99.2%</b>	<b>0.8%</b>	<b>100%</b>
Total refrescos y comida chatarra	Todas las claves	Urbano	4,822,732	16,387,549	21,210,281	22.7%	77.3%	100%	5,394,791	15,815,490	21,210,281	25.4%	74.6%	100%
		Rural	1,419,603	4,102,710	5,522,313	25.7%	74.3%	100%	1,654,390	3,867,923	5,522,313	30.0%	70.0%	100%
		<b>Total</b>	<b>6,242,335</b>	<b>20,490,259</b>	<b>26,732,594</b>	<b>23.4%</b>	<b>76.6%</b>	<b>100%</b>	<b>7,049,181</b>	<b>19,683,413</b>	<b>26,732,694</b>	<b>26.4%</b>	<b>73.6%</b>	<b>100%</b>

\* Las claves de ésta y la siguiente tabla corresponden a la clasificación de la Encuesta Nacional Ingreso-Gasto en los Hogares 2008.

## Indicadores sobre el consumo de comida chatarra dentro de los hogares, según gasto trimestral, 2008

Productos	Clave	Ámbito	Gasto promedio trimestral por hogar (que gastan en los productos seleccionados)*	Gasto total trimestral en los productos seleccionados*	Porción del gasto corriente total del hogar destinado al producto	Litros o kilogramos semanales consumidos por persona al interior del hogar** (promedio)
Refrescos de cola y de sabores	A220	Urbano	509.167918	6,987,016,531	0.0223392	1.605811
		Rural	436.536614	1,307,565,541	0.04446629	1.324624
		Total	496.1546783	8,294,583,920	0.0263023	1.535691
Galletas dulces	A010	Urbano	220.888258	973,235,653	0.0105862	0.172072
		Rural	182.778479	258,916,682	0.0221775	0.152764
		Total	211.6166089	1,232,152,307	0.0134067	0.167328
Concentrados y polvos para preparar bebidas	A219	Urbano	149.9184143	441,865,936	0.0077718	0.035156
		Rural	141.4816525	116,500,096	0.0136842	0.029543
		Total	148.0760996	558,366,097	0.0090633	0.033921
Frituras, palomitas, cheetos, doritos, etc.	A022	Urbano	161.9872683	242,925,622	0.0064265	0.095121
		Rural	121.1586529	56,396,566	0.0104968	0.122033
		Total	152.3160404	299,312,291	0.0073906	0.101492
Galletas saladas	A011	Urbano	159.21612336	162,551,861	0.0068697	0.145461
		Rural	132.8474629	30,948,809	0.0137366	0.091545
		Total	154.3170944	193,500,674	0.0081455	0.135239
Papas fritas en bolsa o a granel	A106	Urbano	193.6558615	234,724,847	0.006939	0.080711
		Rural	137.6464177	33,861,432	0.0138686	0.052164
		Total	184.2061498	268,586,382	0.0081091	0.075862



Productos	Clave	Ámbito	Gasto promedio trimestral por hogar (que gastan en los productos seleccionados)*	Gasto total trimestral en los productos seleccionados*	Porción del gasto corriente total del hogar destinado al producto	Litros o kilogramos semanales consumidos por persona al interior del hogar** (promedio)
Sopas instantáneas	A023	Urbano	172.1990843	93,982,988	0.0093179	0.099220
		Rural	158.3425545	25,924,001	0.0161222	0.076110
		Total	169.0016265	119,906,992	0.0108888	0.093836
Pizzas	A198	Urbano	1503.404647	702,706,366	0.0359901	0.375472
		Rural	1271.481485	19,709,234	0.0507417	0.280624
		Total	1495.95986	722,415,472	0.0364636	0.372480
Pasteles y pastelillos empaquetados	A017	Urbano	198.4713889	73,422,506	0.006349	0.108913
		Rural	124.3359566	7,286,460	0.0093004	0.074179
		Total	188.3334057	80,708,963	0.0067526	0.104114
Pateles y pastelillos en pieza o a granel	A016	Urbano	1288.739662	244,730,373	0.0321164	0.340007
		Rural	950.1680247	11,314,601	0.0341964	0.948323
		Total	1268.761999	256,0456,053	0.0322391	0.390891
Total refrescos y comida chatarra	Todas las claves	Urbano	642.2282	10,157,153,675	0.0272882	nd
		Rural	483.056	1,868,423,413	0.0495732	nd
		Total	610.9498	12,025,577,236	0.0316674	nd

\* Pesos constantes (agosto 2008).

\*\* Para refrescos se usan litros, para los demás productos se usan kilogramos.

Fuente: Elaborado por Incidencia Social con información de la ENIGH 2008, INEGI y el CONEVAL. Consumo y gasto al interior del hogar de alimentos chatarra y refrescos, según deciles de ingreso. 2008. Consultado en [http://www.observatoriopoliticasocial.org/images/PDF\\_SIDESC/alimentacion/2010/calidad\\_alimentacion\\_consumo\\_gasto\\_deciles\\_2008.xls](http://www.observatoriopoliticasocial.org/images/PDF_SIDESC/alimentacion/2010/calidad_alimentacion_consumo_gasto_deciles_2008.xls), en julio de 2011.

Para complementar el estudio anterior, incluimos la tabla «Indicadores sobre consumo de comida chatarra dentro de los hogares, según deciles de ingreso 2008» en el CD adjunto a esta obra.

Asimismo, con el fin de comprobar los hallazgos de estos estudios, acudimos al Índice Nacional de Precios al Consumidor,<sup>23</sup> Base 2 Q (Diciembre de 2010) y encontramos que los ponderadores que aparecen en este índice corroboran el gasto que hacen los mexicanos de estos productos:

<b>Producto</b>	<b>Gasto en pesos sobre \$100.00</b>
Refrescos	1.14
Galletas dulces	0.18
Concentrados y polvo para preparar bebidas	0.08
Frituras, palomitas, Cheetos, Doritos, etc.	0.08
Galletas saladas	0.18
Papas fritas en bolsa o a granel	0.08
Sopas instantáneas	0.01
Pizzas	0.11
Pasteles y pastelillos empaquetados	0.05
Pasteles y pastelillos en pieza o a granel	0.04

Esta tabla nos indica que de cada 100 pesos que los mexicanos dedican a los alimentos considerados como «chatarra», el gasto es menor a \$1.00, exceptuando los refrescos en los que invierte \$1.14. Así, podemos ver que tanto el estudio de Mitofsky como los del Observatorio Política Social y del Banco de México son coincidentes y consecuentes, al demostrar que la ingesta de comida denominada «chatarra» no representa de ninguna manera una ingesta generalizada e importante en lo que come el mexicano diariamente.

Por lo tanto, la percepción que tiene la población del concepto de comida «chatarra» es diferente a la realidad y distinta a lo que dicen los expertos pues, aunque la ingesta de papas y frituras es baja, solamente

23. Banco de México, *Índice Nacional de Precios al Consumidor*, México, Banxico, 2010.

el 49% la considera comida chatarra. De hecho, el refresco es un caso especial pues para los niveles de bajos ingresos, este producto es muy importante y sólo el 16% de los encuestados lo considera chatarra. Por el contrario, tacos, tortas o comidas rápidas, son considerados en su mayoría como parte esencial de la dieta.

Es importante reflexionar que para la mayoría de los mexicanos, los tacos, las tortas, la comida corrida, las quesadillas, los sopos, las gorditas así como los guisos tradicionales, son considerados necesarios y nutritivos. Muchos de estos alimentos provienen desde antes de la Conquista o de la gastronomía que fue creándose durante la Colonia, por lo que su consumo tiene valores tradicionales importantes.

### **1.8.5 Los alimentos entre comidas**

Con el fin de corroborar qué tanto es el consumo de la comida denominada «chatarra» reproducimos las respuestas que los encuestados dieron en el estudio de De la Riva y Asociados.

Entre el desayuno y la comida, los niños respondieron que consumen: chocolates, dulces, sándwiches, yogurt y frutas. Durante la tarde, predomina el antojo de: gelatinas, galletas, frutas, cacahuates, chocolates y helados.

Las mujeres contestaron que en la colación de la mañana comen más frutas con avena, yogurt, barras de linaza, café y agua; mientras que por las tardes prefieren los refrescos, las nueces, algunos embutidos, galletas, papas, quesos y palomitas.

Los hombres dicen tomar refresco, barras, yogurt, papas y pastelillos entre comidas.

Hay que notar que muchos de estos alimentos no se ingieren para substituir las comidas principales, sino para atenuar el hambre o la sed con una necesidad importante de autocomplacencia.

### **1.8.6 La comida en las casas**

Como ya lo hemos analizado, la comida en casa tiene características muy especiales: está constituida por la clásica y tradicional comida de cuatro tiempos (sopa, arroz o pasta, guisado y postre); por el desayuno (en el que se sirven huevos, fruta y cereales) y por una cena ligera.

En cuanto a los niños, los más pequeños comen casi siempre en su casa y dependen de lo que sus mamás preparen. A medida que crecen, en

la adolescencia tienden a comer solos si sus madres trabajan o con algún pariente; pero siempre con una comida tradicional de cuatro tiempos.

### **¿Qué compran para la comida en los hogares?**

En el segmento AB, el gasto en frutas, pescado, productos lácteos y otros alimentos, es significativamente mayor que el de cualquier otro segmento; al grado que, en el caso del pescado, su consumo es tres veces mayor al del resto de los segmentos, compran cuatro veces más fruta así como una y media veces más lácteos que los de menores ingresos. En cambio, las carnes, el aceite y el huevo tienen un menor consumo. Se podría decir que en los integrantes de este segmento prevalece el ideal de comer saludable y cuidar la figura.

De igual manera, aunque con algunas limitaciones, lo hace el segmento C+; sin embargo, a partir de los segmentos C, D+, D y E, aumenta el consumo de huevo, aceite, verduras y cereales; por lo que podríamos decir que la dieta está polarizada y condicionada a las posibilidades del ingreso de cada uno de los hogares. Como ejemplo, mientras en los hogares de altos ingresos el consumo de carne de res o de puerco es considerado dañino para la salud, en los de ingresos más bajos se trata de un alimento aspiracional.

Otro caso peculiar es el de los refrescos y aguas de fruta. En los segmentos AB y parte del C, los refrescos son considerados como engordantes; por lo tanto, tienden a tomar bebidas light y en las aguas de frutas, emplean endulzantes no calóricos. En cambio, en los segmentos de ingresos bajos tanto los refrescos como las aguas son considerados fuente de energía, por eso se compran refrescos de mayor tamaño para dosificar en la comida.

Ahora bien, es importante recordar que las aguas de fruta son una costumbre tradicional de los mexicanos pues de hecho, ya existían antes de la Conquista y eran preferidas durante la Colonia, época en la que se registraron hasta 20 variedades diferentes.

### **1.8.7 ¿Qué tanto satisfacen las personas sus necesidades de alimentación?**

Para responder a esta pregunta, reproducimos un cuadro donde aparecen por segmentos los problemas relacionados con el consumo de alimentos.

## Problemas relacionados con el gasto en alimentación por segmento socioeconómico a nivel urbano (localidades de más de 100,000 habitantes)

<b>Alguna vez usted o un adulto de su hogar:</b>	<b>Total</b>	<b>A/B</b>	<b>C+</b>	<b>C</b>	<b>D+</b>	<b>D</b>	<b>E</b>
<b>Tuvo una alimentación poco variada</b>	29.7%	3.6%	9.3%	19.4%	32.0%	49.7%	64.7%
<b>Dejó de desayunar, comer o cenar</b>	11.4%	0.8%	1.7%	4.8%	11.6%	21.6%	33.7%
<b>Comió menos de lo que usted hubiera pensado que debía comer</b>	91.6%	1.9%	4.6%	11.4%	21.1%	34.2%	47.3%
<b>Se quedó sin comida</b>	6.2%	0.3%	0.9%	2.4%	6.0%	11.1%	23.4%
<b>Sintió hambre pero no comió</b>	9.7%	0.3%	1.7%	4.6%	11.4%	17.8%	29.2%
<b>Sólo comió una vez al día o dejó de comer todo un día</b>	7.7%	0.3%	1.1%	3.3%	7.7%	14.2%	24.5%
<b>Alguna vez un menor de 18 años de su hogar:</b>	<b>Total</b>	<b>A/B</b>	<b>C+</b>	<b>C</b>	<b>D+</b>	<b>D</b>	<b>E</b>
<b>Tuvo una alimentación poco variada</b>	23.7%	2.6%	7.6%	17.1%	24.3%	41.1%	49.3%
<b>Comió menos de lo que usted hubiera pensado que debía comer</b>	11.5%	1.1%	2.5%	5.85	11.1%	22.1%	32.3%
<b>Sintió hambre pero no comió</b>	5.6%	0.1%	0.6%	2.5%	5.6%	10.8%	17.6%
<b>Se acostó con hambre</b>	6.0%	0.1%	1.0%	3.1%	5.9%	10.9%	18.9%
<b>Comió una vez al día o dejó de comer en todo el día</b>	4.5%	0.1%	0.3%	2.3%	4.3%	8.4%	16.3%
<b>Alguna vez tuvieron que disminuir la cantidad servida en las comidas a algún menor de 18 años</b>	13.5%	1.2%	3.0%	8.7%	13.4%	24.2%	35.6%

Fuente: López Romo, Heriberto, *Ilustración de los Niveles Socio Económicos en México*, México, Instituto de Investigaciones Sociales, SC, 2010.

Si bien el cuadro anterior muestra las carencias en alimentación por niveles socioeconómicos, a continuación describimos en un cuadro similar, las carencias a nivel nacional, urbano y rural.

## Hogares según distintas situaciones de hambre a nivel nacional entre sus miembros, 2008

	Nacional				Urbano				Rural			
	Sí		No		Sí		No		Sí		No	
	Hogares	%	Hogares	%	Hogares	%	Hogares	%	Hogares	%	Hogares	%
<b>Alguna vez usted o un adulto de su hogar:</b>												
Tuvo una alimentación poco variada	10,444,704	39.1%	16,287,890	60.95	7,271,967	34.3%	13,938,314	65.7%	3,172,737	57.5%	2,349,576	42.5%
<b>Dejó de desayunar, comer o cenar</b>												
Comió menos de lo que usted hubiera pensado que debía comer	3,884,293	14.5%	22,848,301	85.5%	2,752,708	13.0%	18,457,573	87.0%	1,131,585	20.5%	4,390,728	79.5%
<b>Sintió hambre pero no comió</b>												
Sólo comió una vez al día o dejó de comer todo un día	6,538,788	24.5%	20,193,806	75.5%	4,629,338	21.8%	16,580,943	78.2%	1,909,450	34.6%	3,612,863	65.4%
<b>Alguna vez se quedaron sin comida</b>												
Alguna vez se quedaron sin comida	3,351,243	12.5%	23,381,351	87.5%	2,330,409	11.05	18,879,872	89.05	1,020,834	18.5%	4,501,479	81.5%
	2,636,555	9.9%	24,096,039	90.1%	1,847,495	8.7%	19,362,786	91.3%	789,060	14.3%	4,733,253	85.7%
	2,377,563	8.9%	24,355,031	91.1%	1,627,103	7.7%	19,583,178	92.3%	750,460	13.6%	4,771,853	86.4%

	Nacional				Urbano				Rural			
	Sí		No		Sí		No		Sí		No	
	Hogares	%	Hogares	%	Hogares	%	Hogares	%	Hogares	%	Hogares	%
<b>Alguna vez usted o un adulto de su hogar:</b>												
Comió sólo una vez al día o dejó de comer todo un día	1,052,073	6.0%	16,456,342	94.0%	708,850	5.2%	12,897,746	94.8%	343,223	8.8%	3,558,596	91.2%
<b>Comió menos de lo que debía</b>	2,639,338	15.1%	14,869,077	84.9%	1,751,968	12.9%	11,854,628	87.1%	887,370	22.7%	3,014,449	77.3%
Sintió hambre pero no comió	1,335,841	7.6%	16,172,574	92.4%	854,604	6.3%	12,751,992	93.7%	481,237	12.3%	3,420,582	87.7%
Tuvo que disminuir la cantidad servida en las comidas	2,961,090	16.9%	14,547,325	83.1%	2,011,958	14.8%	11,594,638	85.2%	949,132	24.3%	2,952,687	75.7%
<b>Se acostó con hambre</b>	1,373,787	7.8%	16,134,628	92.2%	918,233	6.7%	12,688,363	93.3%	455,554	11.7%	3,446,265	88.3%

Fuente: Observatorio Política Social en su Sección Incide Social, con información de la ENIGH 2008. Consultado en [http://www.observatoriopolitica-social.org/images/PDF\\_SIDESC/alimentacion2010/accesibilidad\\_eventos\\_de\\_hambre\\_08.xls](http://www.observatoriopolitica-social.org/images/PDF_SIDESC/alimentacion2010/accesibilidad_eventos_de_hambre_08.xls), en julio de 2011.

Para comprender mejor las cifras del cuadro anterior, recurriremos a la definición que hace la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) sobre el concepto de pobreza, tomando en cuenta los criterios que utiliza esta dependencia para clasificarla en tres niveles:

1. Alimentaria: también llamada pobreza extrema, cuando los miembros de un hogar no son capaces de alcanzar un nivel aceptable de ingesta de alimentos.
2. Capacidades: pobreza de capacidad o moderada, cuando se logra un nivel aceptable de ingesta de alimentos pero no se puede invertir en salud y educación.
3. Patrimonio: pobreza de ingresos, cuando se puede invertir en salud y educación pero no puede pagarse por vivienda, ropa o transporte.<sup>24</sup>

Observando los datos que arrojan los cuadros anteriores, podemos decir que la pobreza en las localidades urbanas obliga a dejar de comer o a tener una alimentación poco variada en los niveles socioeconómicos D y E, a pesar de que dedican más del 50% de sus ingresos para adquirir los alimentos. En lo que respecta a las localidades rurales se agudiza la situación, pues es ahí donde se encuentra la mayor parte de la pobreza alimentaria.

Según datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en su publicación *Política Agropecuaria y Pesquera en México*,<sup>25</sup> la pobreza urbana alcanza el 11% en poblaciones de 15,000 habitantes y más, así como el 21% en poblaciones semirurales (de 2,500 a 15,000 habitantes).

Los datos de los diversos estudios que hemos presentado reflejan la importancia del consumo de los alimentos, la bebida y el tabaco en las poblaciones semiurbanas y urbanas de México, pero no incluyen a las poblaciones rurales que trataremos más adelante, ya que las ponderaciones que incluye el Índice Nacional de Precios al Consumidor, proceden de la encuesta levantada por el Banco de México que sólo considera poblaciones de 20,000 habitantes y más.

A continuación reproducimos el Índice Nacional de Precios al Consumidor, Base 2Q, Diciembre de 2010 = 100 valores de los ponderadores

---

24. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, *Política Agropecuaria y Pesquera en México*, México, 2007, p. 63.

25. *Ibidem*, p. 64.



nacionales y subíndices que lo componen. Se encuentran en color azul tenue las más importantes; en color gris tenue las importantes pero con menor peso; en azul medio las regulares; en gris medio las de menor importancia y, por último, en blanco las que tienen menor peso.

Las ponderaciones mayores a 1, son las más importantes y las menores a 1 las que tienen menor peso en el consumo.

## Índice Nacional de Precios al Consumidor

Base 2 Q Diciembre de 2010 = 100

### Ponderadores nacionales y subíndices que lo componen

Concepto	INPC	Concepto	INPC
<b>Índice general</b>	<b>100.00000</b>	<b>Índice general</b>	<b>100.00000</b>
<b>Alimentos y bebidas (refrescos y agua embotellada)</b>		Otras legumbres	0.20705
Carne de res	1.79145	Queso fresco	0.20638
Tortilla de maíz	1.58664	Azúcar	0.19771
Leche pasteurizada y fresca	1.44288	Yogurt	0.19687
Pollo	1.31802	Cereales en hojuelas	0.19395
Refrescos envasados	1.14486	Plátanos	0.18430
Otros alimentos cocinados	1.01825	Galletas	0.18092
Carne de cerdo	0.69147	Manzana	0.17725
Huevo	0.62302	Pan de caja	0.17192
Jitomate	0.56471	Barbacoa o birria	0.17104
Pan dulce	0.55828	Jamón	0.14959
Chorizo	0.55074	Queso Oaxaca o asadero	0.14673
Pollos rostizados	0.45157	Cebolla	0.14255
Agua embotellada	0.39297	Tomate verde	0.12726
Pan blanco	0.35049	Atún y sardina en lata	0.12406
Frijol	0.28115	Calabacita	0.12379
Papa y otros tubérculos	0.26832	Otras frutas	0.12344
Aceites y grasas vegetales comestibles	0.25818	Arroz	0.12151
Pescado	0.25535	Crema de leche	0.11786
Limón	0.21533	Pasta para sopa	0.11773
Jugos o néctares envasados	0.21386	Pizzas	0.11552
Otros quesos	0.20907	Otros chiles frescos	0.11251
		Salchichas	0.10967
		Papaya	0.10940

Concepto	INPC	Concepto	INPC
<b>Índice general</b>	<b>100.0000</b>	<b>Índice general</b>	<b>100.0000</b>
Carnitas	0.10497	Pastelillos y pasteles a granel	0.04301
Leche en polvo	0.10370	Dulces, cajetas y miel	0.04278
Aguacate	0.10281	Chile poblano	0.04237
Lechuga y col	0.10271	Guayaba	0.04016
Chiles envasados, moles y salsas	0.10205	Maíz	0.03948
Café soluble	0.09752	Otros pescados y mariscos en conserva	0.03869
Tortillas de harina de trigo	0.09724	Durazno	0.03854
Papas fritas y similares	0.08606	Leche evaporada, condensada y maternizada	0.03788
Concentrados para refrescos	0.08040	Pera	0.03668
Camarón	0.07926	Vísceras de res	0.03554
Nopales	0.07861	Café tostado	0.03483
Verduras envasadas	0.07800	Harinas de trigo	0.03315
Uva	0.07500	Helados	0.03313
Queso manchego o Chihuahua	0.07478	Pepino	0.03275
Chayote	0.07147	Chile seco	0.03190
Tostadas	0.07100	Ejotes	0.03061
Zanahoria	0.07064	Sandía	0.02910
Chile serrano	0.06783	Mantequilla	0.02604
Otras legumbres secas	0.06632	Tocino	0.02374
Melón	0.06353	Gelatina en polvo	0.02371
Naranja	0.06205	Chícharo	0.02263
Carnes secas y otros embutidos	0.06119	Otros mariscos	0.02161
Mayonesa y mostaza	0.06066	Piña	0.02108
Masa y harinas de maíz	0.05617	Queso amarillo	0.02088
Pasteles, pastelillos y pan dulce empaquetado	0.05519	Otras conservas de frutas	0.01942
Chocolate	0.05207	Frutas y legumbres preparadas para bebés	0.01548
Frijol procesado	0.04989	Otros condimentos	0.01493
Concentrados de pollo y sal	0.04718	Sopas instantáneas y puré de tomate	0.01447

Fuente: Banco de México, *Índices de Precios al Consumidor y Metodología para el Cambio de Base del INPC*, junio de 2002 y enero de 2011.

## Gasto en alimentación de acuerdo a la media de cada uno de los conceptos

Con el fin de conocer las diferencias en el gasto de alimentos entre los segmentos socioeconómicos, calculamos el porcentaje del mismo con respecto a la media aritmética según el consumo de varios productos. Para lograr este cálculo, primero sacamos un porcentaje promedio de gasto (la media), este porcentaje se consideró como un valor de 100% y contra él se contrastó cuánto gastaba cada nivel socioeconómico; así, los resultados obtenidos son una parte proporcional, mayor o menor a esta media.

	MEDIA	A-B	C	E
Carnes	22.6%	98.67%	100.44%	88.05%
Cereales	17.7%	73.32%	93.79%	136.72%
Leche	13.6%	109.56%	108.82%	70.42%
Verduras	10.4%	85.58%	93.31%	124.04%
Bebidas	10.1%	98.02%	105.9%	95.05%
Otros alimentos (de menor consumo)*	9.9%	128.28%	110.1%	76.70%
Frutas	4.8%	160.42%	95.83%	56.25%
Huevo	3.3%	57.5%	87.8%	157.58%
Pescado	2.4%	170.83%	108.33%	50.00%
Aceite	1.5%	80.0%	93.3%	140.0%
Tubérculos	1.3%	92.31%	100.0%	115.0%
Especias	0.9%	88.89%	111.11%	88.89%
Café	0.8%	137.5%	100.0%	125.0%
Azúcar	0.6%	83.33%	100.0%	133.0%

Fuente: Calculado por CANACINTRA, a partir de series estadísticas de Heriberto López Romo, *Op. Cit.*

\*Esto incluye alimentos como productos importados y de lujo (latería y carnes frías).

**Carnes.** En cuanto a las carnes encontramos que, a pesar de ser el gasto más importante en el segmento más alto, están debajo de la media pues como se indicó antes, se trata de un segmento preocupado por temas de salud como el control del colesterol o los triglicéridos y esto hace que consuman menos este producto. En el segmento C se consume la media y, en el segmento E, el consumo es menor por falta de ingresos y, como también se mencionó antes, representa más bien una aspiración.

**Cereales.** Como se puede observar, a medida que aumenta el ingreso se come menos tortilla, pan y arroz, llegando a ser casi el doble en los segmentos de menor ingreso (E).

**Leche.** El efecto del gasto es inverso al de los cereales, donde los segmentos de altos ingresos consumen más y los de más bajo ingreso ni siquiera llegan a la media.

**Verduras.** Aquí también la gente de altos ingresos tiene un consumo menor y la de menos ingreso consume un 40% más.

**Bebidas.** Como ya lo describimos y comentamos en las tablas anteriores, la población urbana se hidrata a través de agua embotellada o refrescos. En las ciudades, donde no hay confianza para consumir el agua que se suministra directamente a las casas, tanto la higiene como la salud son aspectos de vital importancia; de ahí que el agua embotellada y los refrescos son la única opción de certeza para evitar enfermedades. Además de que, como ya lo mencionamos, los refrescos y aguas de fruta brindan energía de una forma práctica y económica.

**Otros alimentos.** Los hogares de altos y medianos ingresos tienen una mayor posibilidad de adquisición de otros alimentos que les permita variar la dieta; en cambio, los de menores ingresos que están determinados por su capacidad económica tienen dietas monótonas. Este rubro incluye productos importados y de lujo, como enlatados, lácteos y carnes frías.

**Frutas.** En México existe una larga cadena de intermediación de la producción al consumo, que va desde la huerta a los mercados públicos, tianguis, mercados sobre ruedas, tiendas de autoservicio y pequeñas unidades económicas que expenden fruta. Según el informe *Política Agropecuaria y Pesquera en México* de la OCDE,<sup>26</sup> el 30% de frutas y legumbres se pierde en el manejo y transporte de ellas.

A medida que aumenta el tamaño de las ciudades es mayor el nivel de intermediación y de control por pequeños grupos de comerciantes mayoristas; por ejemplo, en el caso extremo de la Ciudad de México, son 6 los introductores que controlan el comercio de frutas de la Central de Abastos.

Estas circunstancias hacen que los precios suban de tal manera que impiden el acceso a muchos productos, sobre todo, en los hogares de ingresos medios y bajos. Mientras que en los segmentos A y B se observa un 60% más de consumo de frutas que la media, los de menor ingreso están cerca de la mitad de la media.

**Huevo.** Al contrario de la fruta, el huevo es consumido en gran cantidad por los niveles bajo y medio y mucho menos en los altos, que alegan motivos de salud (como el nivel de colesterol) para no consumir este

---

26. *Ibidem*.

producto, a pesar de ser uno de los artículos con mayor accesibilidad en el mercado, junto con la carne de pollo.

**Pescado.** A pesar de que México es un país con una gran cantidad de litorales, el consumo de pescado es muy bajo y su precio es alto, por lo que solamente la gente de mayor ingreso lo consume en cantidades significativas.

**Aceite.** Al igual que en otros productos, el consumo asciende a medida que baja el ingreso (D y E), porque en la comida con grasa y los guisos tradicionales es el aceite el que acentúa el sabor.

**Tubérculos.** Tienen la misma tendencia que la verdura: a menor ingreso, mayor consumo.

**Especias.** Como condimentos de la comida, tienen un comportamiento distinto al de los demás artículos pues su función es resaltar el sabor de la misma.

**Café.** Su consumo es pequeño e importante para todos los sectores como una bebida para hidratar, de acompañamiento y de socialización.

**Azúcar.** A pesar de todo lo que se ha dicho sobre el consumo de azúcar refinada, éste representa el gasto más pequeño en los hogares mexicanos y, aunque los de menor ingreso la utilizan en mayor cantidad, el monto de consumo equivale casi a la mitad del gasto en tubérculos.

Con las diferentes formas de consumo del mundo urbano expuestas en la tabla anterior, podemos notar que el ingreso es el factor determinante; de hecho, en el caso de los niveles de mayor ingreso, el consumo se antoja más parecido a los de países más desarrollados, y los de menor ingreso al de los países más pobres. Esto implica que cualquier variación en los precios o aumento en los impuestos afectaría de forma importante al 60.8% de los hogares mexicanos, especialmente al 11% que la SEDESOL<sup>27</sup> considera personas marginadas o en pobreza alimentaria, que exhiben carencias y limitaciones mayores que las otras dos categorías de pobreza.

### 1.8.8 ¿Cuánto tiempo emplean los habitantes de las ciudades en comer?

El mundo urbano impone a sus habitantes tiempos limitados para comer o para el ocio. Consulta Mitofsky en su estudio *México: hábitos Alimenticios y Comida Chatarra*,<sup>28</sup> menciona que los mexicanos utilizan en

---

27. OCDE, *Op. Cit.*

28. Consulta Mitofsky, *Op. Cit.*, p. 10.

promedio 85 minutos en las tres comidas, siendo los extremos: el 17% que utiliza menos de 30 minutos y otro 16% que utiliza más de dos horas.

### **Por edad, escolaridad y zona geográfica**

Consulta Mitofsky encuentra que los habitantes de menor edad, los de menor escolaridad y los habitantes de zonas rurales, dedican más tiempo a comer, así como los del centro del país que dedican hasta 101 minutos.

Estos datos se refieren a los días normales de trabajo, pues los fines de semana en los hogares mexicanos del medio urbano, el tiempo de la comida o del desayuno es mayor, ya que la sociabilidad, el contacto con la familia y la complacencia individual, son factores importantes para romper con la rutina de la semana.

Por último, Consulta Mitofsky preguntó en el mismo estudio cuánto cuesta comer sanamente. Los resultados fueron los siguientes: el 47% afirma que comer sanamente es caro y un 38.7% que es barato. Encontramos diferencias importantes sobre todo en los habitantes de mayor edad que, como es lógico, con ingresos menores y con requerimientos especiales de alimentación, consideran que comer sanamente es caro casi en un 60%. Asimismo, la gente con menor educación respondió en un 60% que el comer sano es caro y por regiones, en el sureste donde hay mayores índices de marginación y pobreza, el 61.7% lo considera caro también.

Estos resultados están directamente determinados por el ingreso de los segmentos socioeconómicos y refuerzan la afirmación de que, para el 60% de los hogares urbanos, cualquier cambio en costo o costumbre, deberá considerar primero el ingreso.

Finalmente, el estudio de De la Riva y Asociados<sup>29</sup> prevé una serie de tendencias que se darán durante los próximos cinco años:

- Aumento en el consumo fuera de los hogares y de la cultura *on the go* (en el camino), donde restaurantes, *fast-food courts*, lugares de trabajo o de estudio tendrán un mayor peso. Esto propiciará la aparición de más productos portables, individuales, fáciles de transportar, de abrir y volver a cerrar.
- Una mayor conciencia de lo natural («regreso a la naturaleza»), con productos procesados y frescos que puedan percibirse más naturales,

---

29. De la Riva y Asociados, *Op. Cit.*

empaques y envases que resalten la naturalidad, mayor cantidad de fibra y lo orgánico, aunque con ciertas reservas.

- Fuerte necesidad de productos prácticos, como resultado de lo fácil y rápido, con una alta exigencia de disponibilidad, sobre todo cerca de domicilios, centros laborales o lugares de estudio, con productos que puedan almacenarse, transportarse y prepararse rápidamente.
- Incremento del consumo de alimentos considerados más sanos, como verduras, ensaladas, yogurt, agua y cereales.
- Se seguirán consumiendo platillos tradicionales aunque en menor cantidad y frecuencia (tortilla, carne, huevo, arroz y platillos mexicanos).
- Una mayor tendencia a la medicalización de los alimentos, que se justifica como una mejor nutrición. Esto, más que cambiar de hábitos, ofrecerá una alimentación más rápida, sencilla y balanceada.

### **1.9 Motivaciones, frenos y aspectos simbólicos y sociales de la comida**

La alimentación no es solamente el acto por el cual satisfacemos una necesidad fisiológica. La alimentación tiene una dimensión simbólica y psicológica que determina los hábitos y las costumbres, más allá del hecho mecánico de comer.

Una cuestión muy importante del aspecto simbólico de la alimentación es la forma en que, de generación en generación, se van transmitiendo pautas y costumbres, pues la cultura de una sociedad tiende a ser similar en muchos aspectos de una generación a otra. En parte, esta continuidad de estilos de vida se mantiene gracias al proceso conocido como endoculturación, una experiencia de aprendizaje —parcialmente consciente y parcialmente inconsciente— a través de la cual, la generación de más edad incita, induce y obliga a la generación más joven a adoptar modos de pensar y comportarse tradicionalmente. En este aspecto, los padres —y sobre todo la madre— juegan un papel esencial en la alimentación, pues no sólo indican qué comer, sino cuándo y cómo comer.

Este proceso tiene algunos límites; de hecho, uno de los más evidentes en las sociedades industriales modernas —donde la innovación y el cambio rebasan el conocimiento de los mayores— es el que hace que los más jóvenes adquieran pautas distintas a través de la difusión de la información, aspecto esencial para cambiar, crear o recrear conductas. La difusión de la información también logra, a través del proceso de educación y la acción de los medios de comunicación, inculcar

hábitos y en muchos casos costumbres de otras sociedades en niños y jóvenes. En este apartado examinaremos algunos de estos aspectos divididos por edades: niños, jóvenes, adultos jóvenes, mamás y hombres maduros.

Aunque en este estudio se trata de remarcar los cambios en los deseos y motivaciones que tiene la gente por nuevos productos, debemos considerar que aquellos que se consumen comúnmente, no son tan mencionados porque se consideran como tradicionales, es decir, parte de la cultura interiorizada, y lo que se trata, es de destacar el impacto de los alimentos y su influencia emocional en las distintas etapas de la vida.

Los productos tradicionales están más asociados con el *deber ser* (es decir, con las conductas y hábitos de consumo que se suponen generalmente aceptados) y lo que se investiga son aquellos que están asociados con el *ser* (es decir, con los hábitos y conductas individuales que generan placer), ya que tienen una fuerte vinculación con lo *ideal*, entendiendo esto, como una forma aspiracional relacionada a la espera consciente de satisfacción de deseos y emociones que se acoplan a un arquetipo como modelo de dicha satisfacción, y que muestran conductas independientes de lo que comúnmente consumen.

El estudio elaborado por De la Riva y Asociados,<sup>30</sup> plantea la realización de 16 páneles de los niveles socioeconómicos C+ y D, así como la revisión de aproximadamente 1,300 sesiones de grupo hechas en los últimos 3 años y la realización de 24 investigaciones etnográficas en espacios públicos, como sigue:

- Cuatro páneles entre niños de 5° de primaria; revisión de aproximadamente 100 sesiones hechas con el segmento y realización de seis etnográficas.
- Cuatro páneles con adolescentes de 1° de preparatoria; revisión de aproximadamente 250 sesiones hechas con el segmento y realización de seis etnográficas.
- Cuatro páneles entre mujeres y hombres de 20 a 29 años; revisión de aproximadamente 150 sesiones hechas con el segmento y realización de seis etnográficas.
- Cuatro páneles entre mujeres de 30 a 45 años; revisión de aproximadamente 500 sesiones hechas con el segmento y realización de seis etnográficas.

---

30. De la Riva y Asociados, *Op. Cit.*



- Cuatro páneles entre hombres de 30 a 45 años; revisión de aproximadamente 300 sesiones hechas con el segmento y realización de seis etnográficas.

## 1.9.1 Niños

### Consumo Ideal

Teniendo en cuenta que los niños no tienen capacidad de compra *per se*, sus respuestas son relevantes para entender la socialización de la infancia en materia de consumo de alimentos. La primera pregunta dirigida a los niños fue «¿qué comprarías para la despensa?» y entre las respuestas que se obtuvieron están: «lo de costumbre», «lo que siempre se come en casa», «lo que hace mi mamá» (pollo, carne, huevos), «lo práctico» (cereal, sándwich, hot dog, hamburguesas), «lo que llena el hueco» (fruta, jamón, leche, galletas). Asimismo, conscientes de la salud y de la nutrición, hablan de lo que «hace bien» (agua, tortilla, huevo, pollo) y lo que «hace bien, me gusta y es práctico» (yogurt, pan, leche). Se percibe una corriente clara hacia los productos sanos y nutritivos, aunque sin rechazar otros alimentos ya que, a pesar de la influencia de los padres, los niños ya empiezan a distinguir los atractivos y beneficios emocionales de nuevas presentaciones de productos.

Se les preguntó qué alimentos son percibidos como divertidos. Las niñas hablan de pan, cereal, aguas, ensaladas, y las de más altos ingresos (C+), de jugos. Los niños del nivel D se inclinaron por los tacos, hamburguesas, pizzas botanas y jugos; respuestas que compartieron con el nivel C+.

Lo divertido juega un papel ambivalente; tienden a asociarlo con el deber ser, pero también con aspectos diferentes como la moda. La comida juega un papel socializador tanto en las niñas como en los niños, pues consideran muy importante lo que se come con los amigos. Asimismo, cobra importancia aquello que se come entre comidas y lo que se come informalmente en la casa.

En los ejes del ser contra el deber ser, el placer juega un papel importante; por ejemplo, el almuerzo en las escuelas sirve para tomar alimentos más consistentes y llenadores en un momento de relajación y en compañía de los amigos, y representa la oportunidad de presumir lo que compra y hace su mamá.

En cuanto al entretenimiento, la comida juega tres papeles: en la relación con los amigos, en los momentos de soledad y durante el juego, donde tienen verdadera importancia los alimentos más ligeros.

Por último, en el eje del deber ser, la unión es muy importante, pues se percibe a la comida como un vehículo para estar con la familia completa y dan mucha importancia a los alimentos enfocados a la familia.

Las categorías más importantes, por orden, son las siguientes:

- Pan
- Leche
- Refresco
- Cereal
- Botanas
- Agua
- Tortillas
- Dulces
- Chocolate

#### *Pan*

Las cuatro categorías de pan: de caja, salado de panadería, salado industrial, dulce industrial y dulce de panadería, son identificados con momentos de autonomía y les permiten lograr una identificación con la familia, donde la practicidad, el apapacho, la libertad, la diversión y el premio, alternan con la formalidad que tiene que ver con la tradición y la convivencia.

Durante la cena, el pan dulce se come con leche mientras ven la televisión con la familia y esto es considerado como si fuera un «premio». Cuando están solos, los sándwiches, tortas, hamburguesas y hot-dogs, tienen una connotación de autonomía.

#### *Leche*

La leche remite esencialmente a la madre, la familia, el cariño y, además, a la salud y la nutrición. Gracias a la publicidad, muchos de ellos conocen los atributos que tiene (contenido de calcio, hierro, vitaminas) y notan una marcada diferencia entre tomarla sola y tomarla saborizada. La primera se asocia con la figura materna, la rutina, la obligación, como algo aburrido, que es formal y tradicional; la segunda, ya sea en licuados, con cereal o con café en el caso de los niños de bajos ingresos (D), se asocia con la familia pero de una forma más divertida.

#### *Refrescos*

Estos productos tienen dos valores antagónicos: uno, derivado de la difusión negativa, donde el niño habla de que tiene pintura, que hace daño,

pica los dientes o es poco nutritivo, y por el otro lado, es altamente gratificante ya que lo asocian con los amigos y los fines de semana, así como con la transgresión, pues tomar refrescos significa «travesura» y complicidad; también se les asocia con la idea de «ser más grande», sobre todo en el nivel C.

En el caso de los niveles de bajos ingresos, todas estas afirmaciones se matizan, pues su consumo es un hábito familiar. En cambio, en niveles de altos ingresos los padres controlan el consumo, arguyendo cuidado de la salud. De todas maneras, en todos los niveles, el refresco tiene una fuerte asociación con la idea de premiar a los niños.

### *Cereales*

Los niños tienen gran influencia en la compra del cereal pues reconocen su valor nutritivo y que tiene fibra; además, pueden tomarlo con leche o yogurt. Lo consideran divertido porque incluye personajes, juegos en la caja, sorpresas y promociones; y tiene también una función de botana, entre comidas, tanto en la escuela como en la casa.

### *Botanas*

Las botanas juegan un papel de premio, socialización, diversión, cotidianidad y tradición, que permite al niño ir de su mundo infantil hacia el familiar, influidos por las diversas formas de difusión, aunque siempre el adulto determina muchos de los productos que consumen.

### *Tortilla*

La tortilla tiene un peso tradicional tan fuerte que es un producto prácticamente sin atributos negativos. La consideran combinable, versátil, cotidiana y tradicional, con una fuerte asociación con la familia, la unión y la convivencia. Todos ellos conocen, cuando menos, dos o tres atributos nutricionales y además, lo sienten como un elemento llenador. Juega un papel importante en la parte informal, pues pueden comerla con autonomía, practicidad y comodidad.

### *Dulces*

Al contrario de la tortilla, el dulce es más un producto del *ser* que del *deber ser* y se asocia con el disfrute, la diversión, el premio, la indulgencia, la alta estimulación, el autoapapacho, el placer y hasta como catarsis; por lo que muchos niños lo encuentran entretenido y útil para calmar la ansiedad. Se puede consumir en todas sus texturas y combinación de sabores.

### *Chocolate*

El chocolate está asociado con el hambre, el final de la comida, la diversión, el premio, el frío y los amigos, sirve para socializar y también para calmar el hambre.

Las formas, texturas y sabores son el atractivo especial para ellos. Contrario a lo que pensarían los expertos, no tiene connotaciones negativas y es una indulgencia sin restricciones. El precio es la única barrera que frena su consumo, pues es mucho más caro que los dulces.

### *Agua*

Su consumo se asocia a la satisfacción de la sed y tiene con una gran connotación saludable, producto de la gran difusión y de la endocultura. Se asocia con vitalidad y frescura, con la mamá y con el mundo adulto y familiar. Sola, dada su condición de incolora e insabora, produce aburrimiento y es objeto de obligación; de ahí que haya tendencias a cambiarla por refresco. Con frutas, se reconoce como tradicional, producto de la convivencia y la unión y sirve para apapachar. Con cualquier modificador se encuentra más divertida, placentera y se considera como premio y parte del mundo infantil.

Tanto sola como modificada, el agua en el hogar es provista por las mamás que a su vez preparan cualquiera de las otras modalidades.

## **La alimentación y los espacios de convivencia**

Durante el recreo escolar, los niños y las niñas tienen diferentes momentos de convivencia. La alimentación juega un papel especial en las niñas, reproduciendo pautas de familia al jugar con las muñecas, escuchando música, viendo revistas e intercambiando chismes con las amigas. Los niños, sin embargo, tienen una mayor actividad y juegan entre ellos fútbol o escondidillas.

La alimentación contribuye a la plática y la socialización en este mundo infantil. A la salida de la escuela, los niños interactúan con dos actores principales: las mamás y sus compañeros. Es una conducta común que las madres socialicen entre ellas y por lo tanto, los niños demanden atención; así, muchas compras que se realizan en ese momento se dan para calmar los reclamos de los hijos, mientras la madre indaga, platica o se informa del desempeño del niño en la escuela. También ocasionalmente, la madre compra artículos para ella. La compra puede significar transmisión de amor e incentivo o, en algunos casos, las madres quieren

competir con otras mamás y esto es algo que el niño aprovecha; encontramos entonces que la compra de alimentos en esos momentos tiene una vinculación con la protección, la satisfacción, el premio, el apapacho, la presunción y la superioridad.

En general, los alimentos tienen dos tendencias fundamentales: la primera, en el ámbito familiar, con una fuerte presencia de costumbres y hábitos, y la segunda, la ingesta entre comidas como algo divertido y de convivencia.

El pan y la tortilla no sólo son vistos como alimentos, sino como vehículos para alimentos más sabrosos y divertidos como hamburguesas, hot dogs o quesadillas.

Las niñas tienen una fuerte propensión al cuidado de la figura como algo aspiracional.

El espacio de juego con los amigos le permite al niño socializar, evitar presiones y muchas veces, comprar sin pedir permiso.

Los espacios públicos como los parques, son asociados por el niño con ideas de escape, distracción, reafirmación y socialización con otros niños o hermanos, aunque hay muchos que prefieren jugar solos en casa con sus juguetes. Hay una enorme tentación a alejarse de la vista de los adultos. Los padres encuentran que es una forma de convivencia con los hijos y de intercambio emocional con ellos. En estos espacios y dadas estas circunstancias, hay una menor restricción en el consumo, y adultos y niños comparten la compra.

## **1.9.2 Adolescentes**

### **Consumo Ideal**

La adolescencia, etapa caracterizada por la lucha por la identidad y el logro autónomo, es un período cargado de subversión de los valores in-troyectados por los padres y la sociedad, tal como lo indica Orlando Fals Borda en sus estudios sobre subversión social .

A pesar de lo anterior, en la ingesta alimenticia estarán presentes productos tradicionales, aunque con un sentido de búsqueda y experimentación. Este estudio de De la Riva y Asociados está dividido por dos segmentos sociales, el C+ y el D, que caracterizan al universo de estudio según sus ingresos.

*Principales alimentos de consumo ideal N.S.E. «D»*

En las entrevistas, las mujeres mencionan repetidamente el agua, yogurt, carne, refresco y pan y, con menor alusión, aparecen el chocolate, las bebidas alcohólicas (cerveza, vodka y tequila), la gelatina y los cigarros; por lo que podemos comprender que, en su afán de experimentación y autonomía, empiezan a consumir productos distintos, muchos de ellos clasificados como prohibidos.

Los hombres también mencionan el agua, la fruta, el pan y los frijoles y en un segundo plano, la tortilla, el jamón, los refrescos, dulces, botanas y además, los cigarros.

*Principales alimentos de consumo ideal N.S.E. «C+»*

Como las posibilidades económicas son diferentes en este segmento, el consumo cambia: chocolates, verduras, cereal, fruta y agua, caracterizan el ideal de las mujeres; mientras que la carne, jugos, leches y pan, no tienen la misma cantidad de menciones.

Los hombres de este nivel socioeconómico, consumen pizzas, sushi, sopas instantáneas, refrescos, botanas (por económicas, llenadoras y con sabor), y agua. En menciones menores, las costillas a la *barbecue*, los raviolos, los churros, el ron y los molletes.

*Principales alimentos percibidos como sanos y nutritivos N.S.E. «D»*

Entre las mujeres, los alimentos más mencionados son: yogurt, cereal, fruta, agua y verduras; entre los hombres, agua, frutas, verduras y carne; además, también mencionan a la tortilla y el pan, aunque consideran que debe comerse en pequeñas cantidades.

Aparentemente, ambos sexos aceptan los alimentos de siempre, pero con el condicionante del buen sabor, considerando como muy importante tener una alimentación nutritiva.

*Principales alimentos percibidos como sanos y nutritivos N.S.E. «C»*

Para las mujeres: agua, cereal, frutas y verdura; y menos mencionados: la carne, los jugos, el arroz y la leche.

Los hombres mencionaron la verdura, agua, fruta y carne; y también, aunque en menor medida, la leche, el cereal, el pan y el sushi.

En las mujeres de este segmento, su consumo es más parecido al mundo de los adultos, ya que prevalece su preocupación por la figura. A los hombres les preocupa la salud, aunque siempre son más indulgentes.

*Principales alimentos de consumo de fin de semana N.S.E. «D»*

Como lo mencionamos anteriormente, los alimentos varían durante el fin de semana, ya que se relajan las costumbres y por lo tanto se consumen alimentos que normalmente no se ingieren los otros días.

Entre las mujeres destacan: las botanas, los refrescos, el chocolate, las pizzas, el agua y la carne; entre los hombres, la carne, las botanas, el refresco y la cerveza, productos asociados al consumo del ambiente social, de disfrute y con menor preocupación por la nutrición y la salud. Por lo tanto, las frutas, las galletas y el yogurt, así como el jugo, helados y gelatinas, tienen un bajo nivel de recordación.

*Principales alimentos de consumo de fin de semana N.S.E. «C+»*

Para las mujeres el agua, el helado, los refrescos, la cerveza y la pizza, forman parte del menú de fin de semana y para los hombres, los refrescos, el alcohol, la pizza, carne y botanas. Productos como fruta, cereal, verdura, agua, tortilla, pan y leche, tienen menores menciones.

Para las mujeres, el fin de semana significa momentos de liberación y disminución del sentimiento de culpa; mientras que los hombres buscan la alimentación como vehículo de socialización.

*Principales alimentos percibidos como ricos y divertidos N.S.E. «D»*

Los adolescentes mantienen todavía una percepción de diversión y buen sabor, y la asocian con alimentos muchas veces restringidos o prohibidos en la niñez.

Las mujeres mencionaron: chocolates, galletas, botanas, cerveza y tequila. Los hombres, en cambio, prefieren los chocolates, caramelos, tacos, pizza, galletas y cerveza. Los antojitos, refrescos, palomitas, tlacoyos, fruta, yogurt y helados tienen menos menciones; mientras que los chocolates y la cerveza son dos productos percibidos como divertidos y de buen sabor. Se puede notar que hay una mayor tendencia a rebelarse consumiendo productos que les han sido prohibidos, buscando así la autoafirmación y la complacencia.

*Principales alimentos percibidos como ricos y divertidos ideal N.S.E. «C+»*

Las mujeres mencionan: chocolates, pasteles, galletas y bebidas alcohólicas; mientras que los hombres, pizza, bebidas alcohólicas, chocolates, botanas y galletas.

En este segmento está presente una mayor sensación organoléptica por lo dulce, sobre todo, con lo que se consume el fin de semana y en

convivencia social. Hay un fuerte sentido de autorrecompensa y, aunque existen todavía ciertos tintes de culpabilidad, el disfrute, el placer y la libertad de acción son los principales motivadores del consumo.

Entre los menos mencionados, están los pastelillos, pizzas, botanas y refrescos, así como algunas bebidas alcohólicas.

### **Productos más importantes**

Para los adolescentes, los productos más importantes son el agua, los chocolates y el pan.

El agua tiene cada día una mayor asociación de estatus y de «ser saludable» y tener «energía vital». Esto sucede, en buena medida, como parte de la búsqueda de aceptación social. Al hablar del consumo de agua, son comunes los calificativos de «no engorda», «es esencial para la vida», o «es eficaz para quitar la sed». Esta clase de juicios está presente en todos los niveles socioeconómicos y es una tendencia ascendente que será muy importante en los próximos años.

Para las mujeres, a pesar de que el consumo de chocolate puede producir gordura, está asociado con comportamientos emocionales como la autorrecompensa y se disculpan diciendo que lo consumen sólo el fin de semana, cuando están deprimidas o cuando necesitan energía.

Para los hombres, el chocolate es un producto premio y también se relaciona con el fin de semana y la convivencia. A diferencia de las mujeres, no existe una barrera emocional para justificar su consumo, buscando sólo energía y disculpando su consumo por el buen comportamiento nutricional durante la semana.

El pan tiene cualidades esenciales para ambos sexos, ya que satisface las necesidades de forma rápida, funcional y por lo tanto de consumo frecuente. Lo consideran nutritivo y resaltan su placer organoléptico.

Para el hombre, el pan es llenador, combinable y práctico, fácil de preparar con otros productos y de llevar a la escuela, además aprecian que contiene vitaminas y fibra. Las mujeres que cuidan su figura buscan no consumirlo solo, sino que necesitan combinarlo con otros alimentos.

La mayor inclinación en ambos sexos, es hacia el pan de caja y el consumo está más presente en el nivel socioeconómico D.



### **Productos cercanos**

La verdura y el agua simple son considerados aburridos. Los alimentos ideales son el cereal, la fruta, los jugos, el yogurt y el agua con sabor; mientras que el pan, helados, tacos, pasteles, botanas, pizzas, chocolates y carne son menos consumidos por la estigmatización que existe sobre estos productos y la necesidad de consumir alimentos de imagen saludable (cosa que confiere estatus), con sabor, pero también con beneficios emocionales. Esta actitud ambivalente es inherente al segmento juvenil.

Tanto el yogurt como las aguas saborizadas, son considerados benéficos *per se* y tratan de disociarlos de los valores nutricionales de los adultos.

### **Consumo de productos entre comidas**

Las necesidades fundamentales a satisfacer son las fisiológicas y las emocionales. En las primeras, el hambre está asociada al consumo de tacos, hamburguesas o sándwiches. Los cambios hormonales en ambos sexos se compensan con chocolate; mientras que la sed se apaga con agua, jugo y refresco.

En cuanto a las actitudes emocionales, la introspección está asociada con lo dulce (chocolates y pastelillos) y con los cigarros; mientras que la socialización, con botanas, café, dulces, cigarros; en el caso del nivel socioeconómico C, el consumo de sushi es un buen pretexto para la convivencia.

La actitud de escape hace que los adolescentes coman chocolate, paletas, bebidas alcohólicas, cigarros y, paradójicamente, pan de caja.

Por último, la idea de proyectar una imagen frente a los otros se asocia con paletas, botanas, chicles, galletas, agua, cereales, fruta y cigarros.

En la satisfacción de estas necesidades, es el *ser* en todos los momentos, buscando evadir el *deber ser*.

Para los adolescentes, el desayuno se realiza la mayoría de las veces en la casa, en lugares como la cocina y el automóvil en el caso del nivel C+; en la sala, comedor y en la recámara en los D. Se asocia con la soledad, la prisa y el estrés, así como con ambientes aburridos, formales, angustiantes y familiares. En cambio, fuera de casa (en la escuela o en el camino) la socialización, el juego y el descanso hacen de la comida un momento divertido y placentero. Destaca en el desayuno la cantidad de cereales, leche, yogurt y barras de granola, y en menor medida, la fruta, el pan de caja y la mermelada.

Cuando la comida se realiza en casa, es decir el comedor o la cocina, ésta se asocia con la compañía de los familiares, amigos o hermanos, pero en ambientes aburridos y serios. Fuera del hogar, en la calle, la escuela o los centros comerciales, la consideran más divertida y placentera, aunque hay una presencia importante de algunos familiares y amigos. En la casa, la comida es en general, rápida y con prisa; mientras que en la calle ésta se torna más relajada.

Los alimentos que se consumen son los descritos en la primera parte del estudio y en el caso de los niveles C, mencionan frecuentemente a los restaurantes de comida rápida.

La cena es más informal y relajada; normalmente se hace en casa y en el ambiente familiar; si se hace fuera de casa, se hace en taquerías y torterías, se aprovecha como momento de socialización, libertad, de diversión sin preocupaciones. Destaca nuevamente el consumo de cereales y leche en el hogar y fuera de él, los tacos, las pizzas o el sushi.

### **Dinámicas de consumo en lugares externos**

En el nivel socioeconómico D, el consumo se realiza para satisfacer necesidades fisiológicas, aunque también para socializar.

Se consumen productos funcionales sin importar marca ni lugar, y los lugares preferidos son: parques, banquetas, la tiendita, centros comerciales, cafés y bares.

En el nivel socioeconómico C, la socialización es más importante y se preocupa por crear momentos agradables. En este segmento es importante el consumo de productos *in*, con marcas y lugares específicos, aprovechándose el momento para relacionarse con individuos del otro sexo. Los lugares preferidos son aquellos que están de moda, los centros comerciales o la casa de los amigos.

Es común ver en estas reuniones, a grupos de parejas ya que ha desaparecido el antagonismo de sexos característico de la niñez.

### **Dinámicas de comportamiento en lugares externos**

En el universo socioeconómico D hay grupos pequeños y perfectamente definidos, que utilizan lenguajes propios, por ejemplo los albuces, como una forma de interacción sin importar el sexo, y artículos de juego menos individuales y más colectivos, como la pelota o el resorte.

En el segmento socioeconómico C, los adolescentes socializan en contextos y subgrupos más amplios; existe un uso excesivo de los aparatos de comunicación y aparecen actitudes que denotan sensualidad y coqueteo. Se exageran muchos de los comportamientos para llamar la atención. Destaca la presencia de cigarros como parte de la dinámica de socialización y se comparten productos como elemento de cohesión.

Los fines de semana planean actividades juntos, comparten experiencias previas en antros o fiestas, pasan momentos con la pareja y como parte de su actitud de subversión, critican el entorno, las figuras de autoridad y la familia; fuman y consumen bebidas alcohólicas, pues esto forma parte de su expresión de autonomía y búsqueda de identidad.

### **1.9.3 Adultos jóvenes**

Los adultos jóvenes, en edades entre los 20 y 29 años, tienen una visión de la alimentación en la que paradójicamente vuelve a aparecer el *deber ser* en su ingesta diaria, con un sesgo particular en las mujeres, sobre todo en el nivel socioeconómico D, que tiene ligera preferencia por los alimentos sanos.

#### *Principales alimentos de consumo ideal N.S.E. «D»*

Los alimentos más mencionados son el yogurt por la practicidad, sabor y nutrición; los jugos, por sabor, variedad y practicidad; la fruta, por nutrición; y el agua, por frescura y porque ayuda a conservar la línea. Los menos mencionados son sándwiches y las quesadillas.

Los alimentos que tanto hombres como mujeres consideran como consumo ideal son la tortilla, el pan, la carne, la leche, los antojitos mexicanos y los refrescos, donde reconocen el hábito, el sabor, la añoranza, la versatilidad y la energía.

Los hombres mencionan más la comida mexicana y los licuados, donde la variedad, lo nutritivo y llenador les atrae más, y mencionan menos la avena, la pizza, los tamales y el picante.

Para hombres y mujeres, los menos mencionados son las verduras, las galletas, el atún y el huevo.

#### *Principales alimentos de consumo ideal N.S.E. «C+»*

En las mujeres, los productos que les permiten conservar la figura están más presentes en la alimentación cotidiana; en los hombres, los productos indulgentes y para la socialización.

Las mujeres mencionan el yogurt, fruta, verdura, carnes frías y donas, con las mismas connotaciones de nutrición, vitaminas, sabor y dieta; los menos mencionados son sándwiches, quesadillas y licuados.

Los hombres mencionan la pasta, bebidas alcohólicas, hamburguesas, tacos y antojitos en una búsqueda de variedad, diversión, convivencia, sabor y placer. Los menos mencionados son los sándwiches, la leche saborizada, hot cakes, embutidos, huevo y verdura.

Aquellos alimentos que tanto hombres como mujeres mencionan por igual son: el agua, el cereal, los jugos, la leche, la carne y el pollo, que los remite a conceptos como vida, frescura, hidratación, añoranza, energía, nutrición y hábito. Los menos mencionados son el pan dulce, el café y los mariscos.

#### *Principales alimentos percibidos como sanos y nutritivos N.S.E. «D»*

Las mujeres mencionan al agua, la fruta y el yogurt, mientras que los hombres prefieren los licuados. Ambos creen que la leche, la carne, los cereales y jugos son sanos y nutritivos; menos mencionados son el té en las mujeres y la avena en los hombres y en conjunto, verduras, atún y huevo.

#### *Principales alimentos percibidos como sanos y nutritivos N.S.E. «C+»*

Las mujeres mencionan entre sus preferidos a la fruta, queso panela, verdura y yogurt, con sus connotaciones de nutrición, sabor, frescura y practicidad. En el caso del yogurt, destaca la mención de que «saca de apuros cuando no se tiene tiempo». Para los hombres, la carne y el pollo, por sus necesidades de nutrición, energía y sabor. Ambos mencionan mucho el agua, el cereal, los jugos y la leche.

Los menos mencionados en las mujeres son los licuados y en los hombres, la leche con chocolate, verduras y huevo. Comparte la menor mención el pan integral.

### **Productos de consumo en fin de semana**

Durante los fines de semana, como ya se ha mencionado a lo largo del estudio, se rompe la rutina, se antoja la comida rápida, botanas saladas y productos de fácil preparación.

Para los solteros que viven todavía en el hogar familiar, se enfrentan a la negativa de las mamás a cocinar, ya que está cansada de hacerlo toda la semana y por lo tanto, salen a comprar.

Para los casados jóvenes, el fin de semana representa el descanso de la rutina y son más permisivos e indulgentes. Buscan productos prácticos

como los jugos, tacos, pizzas, sopas preparadas, hamburguesas y cerveza. Si van a socializar con los amigos y la familia, la comida típica mexicana, la carne asada y las bebidas alcohólicas son los vehículos de socialización.

El antojo está compuesto por enchiladas, tequila, mariscos, birria, papas a la francesa, chilaquiles, sushi o banderillas. El apapacho lo representan los pastelitos, el helado, los plátanos fritos, los chocolates y las bebidas alcohólicas.

## **Momentos de semana y de fin de semana**

### *Entre semana*

El desayuno tiene que ser práctico, rápido y de fácil preparación. El alimento entre comidas es el antojo fuera de la escuela o en el trabajo, en tiendas y puestos ambulantes.

La comida debe ser práctica y rápida, en puestos ambulantes, restaurantes, fondas o tiendas; mientras que las personas de mayores ingresos asisten a los restaurantes de *fast-food*.

Por las tardes, entre comidas, prefieren los productos dulces para calmar el estrés y tomar un descanso.

En la cena, se busca comida saludable, compensando la alimentación del resto del día o, en el otro extremo, son indulgentes y buscan el apapacho y la autorrecompensa.

### *Fin de semana*

El fin de semana, en la comida el impulso es de antojo y practicidad; se busca, por ejemplo, disfrutar el almuerzo en la tranquilidad con familiares y amigos. Se prefieren antojos prácticos, fáciles de preparar o calentar, y se procura la convivencia, el sabor y la indulgencia.

En todos ellos, hay una tendencia a romper con la disciplina y la dieta de la semana, a «comer lo que te gusta».

## **Productos más importantes**

### *Pan*

El pan guarda un simbolismo afectivo y el pan de caja a beneficios funcionales, pues la reciente aparición de panes integrales y con semillas le suma una connotación de saludable.

Los beneficios emocionales del pan, sobre todo los asociados con el de dulce, son los de premio y apapacho; también se le asocia con costumbres y tradiciones, pues remonta a valores como la familia, la convivencia, la informalidad y la nostalgia.

El pan de caja es visto como más funcional, se reconoce él el aporte de carbohidratos y energía; se le atribuyen calificativos como «llenador»; se le considera práctico e ideal para sándwiches. Destaca, pues, por su versatilidad, practicidad, nutrición y como vehículo para otros ingredientes (jamón, queso, mermelada). Por último, el pan integral tiene una alta connotación de salud y nutrición.

### *Yogurt*

El yogurt posee todos los atributos que buscan todos los segmentos socioeconómicos: derivado de la leche, saludable, práctico, nutritivo y, además, de moda. Su evolución y la incorporación de sabores han enriquecido su capacidad organoléptica y por lo tanto, ha aumentado su consumo.

Los beneficios emocionales derivados de su consumo que más se mencionan son: «soy saludable» y «me cuido». De este modo se proyecta una imagen de salud, se busca la aceptación de terceros y fortalecer autoestima. Los beneficios funcionales son: energía, proteínas, digerible, rico, fresco y llenador; por lo que, por su connotación de salud, practicidad y nutrición, son preferidos por este segmento de edad.

### *Cereal*

El cereal se percibe más saludable, práctico y de mejor sabor y, a través de las barras, se ha logrado acercar dicho alimento a este segmento de edad. Los beneficios emocionales son: imagen saludable, cuidado de la figura y moda (cereal en barra); por lo tanto, así se proyecta una imagen de cuidado, autoestima y tranquilidad.

Entre los beneficios funcionales, destacan el contenido de fibra, la energía, la digestibilidad, el sabor y la variedad, además de ligereza, practicidad y sabor.

### *Agua*

Es el producto con más presencia en todos los niveles socioeconómicos, sin importar el género y guarda una conexión emocional hacia la salud, especialmente entre las mujeres. El agua es sinónimo de vida y equilibrio.

Entre los beneficios emocionales mencionados están la aceptación social, la dieta, la salud, la autoestima, el estatus, la moda y la seguridad, así como las declaraciones «me mantiene saludable» y «ayuda a conservar la figura».

Los beneficios funcionales mencionados fueron: frescura, hidratación, purificación, satisface necesidades fisiológicas, libera toxinas, no engorda y crea una combinación perfecta con una rutina de ejercicio.

### *Leche*

A diferencia del agua, la leche es más cercana a los hombres que a las mujeres, pues buscan frescura y energía.

Beneficios emocionales: cuidado (asociado con una imagen maternal), salud, apapacho, seguridad, nostalgia y tranquilidad.

Beneficios funcionales: nutritiva, proteínica, contiene calcio y otros minerales, energética, rica en grasas, quita la sed y muchas veces es sustituto de agua y refrescos; en general la perciben más natural y sin tantos químicos.

### *Carne*

Beneficios emocionales: en el caso del segmento socioeconómico D, la carne es un producto aspiracional; las personas ven en un buen corte de carne, un premio y lo asocian con momentos festivos y como vehículo para la convivencia. Por el contrario, en los segmentos de altos ingresos (C+ y AB) es vista con un sesgo perjudicial por el colesterol y las toxinas. En el caso de las mujeres, es considerada como poco saludable y la consumen con restricciones.

Beneficios funcionales: para los hombres más que para las mujeres, significa fuente de energía y proteínas, de grasas, sabor y nutrición; además es típica en el plato fuerte de las comidas.

### *Chocolate*

Beneficios emocionales: el chocolate es un producto que responde a necesidades afectivas como premio o consolación, y poco se habla del beneficio funcional esencial que tiene: la energía. Se asocia como premio, escape, diversión, placer y en momentos de introspección.

Los beneficios funcionales son el sabor, la energía, las calorías, calma el hambre y llena ese «hueco» al final o entre comidas. En general, se le ve como un producto que engorda y por tanto se inhibe su consumo.

## **Consumo de productos entre comidas**

La mayoría de estos productos se compra en las tiendas cercanas al hogar o al trabajo y lo podemos distinguir desde dos universos: la necesidad fisiológica y las necesidades emocionales. En cuanto a las primeras, el hambre se satisface con fruta, yogurt, pizzas, sopes, botanas, galletas saladas, sopas preparadas o hot dogs; la sed, con agua natural, jugos, refrescos o aguas frescas y la energía, con chocolates y bebidas hidratantes.

Las necesidades emocionales para ambos sexos son de socialización, escape y apapacho. Las primeras tienen como vehículos de satisfacción el café, los refrescos, los cigarros, las galletas, las pizzas y las botanas saladas; de escape, el café y los cigarros, y las de apapacho, los pastelillos, los chocolates, las galletas y las palomitas.

### **1.9.3.1 Mujeres**

La mayoría de las mujeres prefieren alimentos prácticos, versátiles y, sobre todo, nutritivos. Tanto en el segmento D como en el segmento C+, donde hay mujeres que trabajan, se busca la facilidad para prepararlos y no pasar mucho tiempo en la cocina.

Como en las descripciones de los demás apartados, los productos no tan mencionados muchas veces son los más consumidos, como es el caso de las tortillas de maíz, los huevos, el cereal y el arroz.

#### *Principales alimentos de consumo ideal N.S.E. «D»*

Dentro de los alimentos más mencionados están: el pan de caja, por sus valores nutritivos, su versatilidad y su cualidad de alimento llenador; el agua, por hidratación, limpieza y practicidad; la leche, por el calcio, la energía y la nutrición; el yogurt, como sustituto de la leche, portable, proteínico y la carne, como sinónimo de proteína y practicidad.

Los menos mencionados son alimentos como el Yakult, las tortillas de maíz y de harina, los refrescos, el arroz, el queso, las galletas, huevos, cereales y sopas.

#### *Principales alimentos de consumo ideal N.S.E. «C+»*

Al igual que las mujeres del nivel socioeconómico D, persiste la tendencia a consumir alimentos nutritivos y fáciles de preparar. Los más mencionados son el pan de caja, por sus condiciones de practicidad e higiene y destacando las fibras y las proteínas; el huevo, porque proporciona energía y es un alimento completo; el agua, con las mismas connotaciones



que todo mundo le atribuye; la leche, donde el calcio y las vitaminas juegan un papel especial, y la carne, que aporta proteínas, energía y es considerada alimento básico.

Los menos mencionados son el yogurt, las bebidas deportivas, el pollo, las botanas, los pastelillos, las carnes frías, las verduras, el queso, lácteos como el Danonino, los jugos, el pescado, las sopas, la fruta y el jamón.

*Alimentos percibidos como sanos y nutritivos: N.S.E. «D»*

La leche y la carne son para las mujeres el alimento esencial para la familia, siguen la fruta, la verdura y el pescado por sus cualidades funcionales y organolépticas. Por otro lado, el cereal, el arroz, los jugos, el pollo, huevo, el yogurt, frijoles, tortilla y pan fueron menos mencionados.

Cabe destacar que muchos de los alimentos percibidos como sanos, tienen un precio alto y no se consumen con la frecuencia que se quisiera.

*Alimentos percibidos como sanos y nutritivos: N.S.E. «C+»*

La leche, el agua y el cereal son consumidos por su valor nutricional, practicidad y características organolépticas. En la parte emocional, la madre tiene como objetivo agradar a sus niños durante el tiempo libre y darse un tiempo para ella misma en complemento a su rol de mamá. La fruta, la verdura, los quesos, el yogurt y el pescado son preferidos por su facilidad de digestión, frescura y funcionalidad.

Los menos mencionados son: la carne, papaya, semillas y jugos. Hay la tendencia a mencionar productos naturales; en este segmento la carne es vista como elemento no tan sano y se le asocia con problemas de salud.

*Alimentos percibidos como ricos y divertidos: N.S.E. «D»*

Los más mencionados son pasteles y helados, pues tienen la cualidad funcional de rapidez y practicidad, con sabores intensos y emocionalmente son considerados para apapacho, nostalgia y liberación de responsabilidad.

Las hamburguesas, los pollos rostizados y las botanas son visto como funcionales por su rapidez y practicidad al preparar, y como emocionales, porque permiten la convivencia familiar y mayor tiempo libre.

El chicharrón, el jamón, la gelatina, postres como el pay, el spaguetti, el coctel de frutas, el pollo, los mariscos y los hot cakes fueron menos mencionados; aunque, muchos de estos alimentos fueron asociados a la infancia y son vistos como un apapacho personal. Frecuentemente se les consume en soledad, aunque también algunos de ellos les permiten la convivencia y la diversión.

*Alimentos percibidos como ricos y divertidos: N.S.E. «C+»*

En comparación con las mujeres del segmento D, el mayor ingreso permite una mayor permisividad al consumo individual de productos «premio», pero subsiste el consumo preponderantemente familiar, la búsqueda de sabores dulces y productos que se puedan consumir en cualquier parte, como pasteles, helados, chocolates y galletas, cuyo valor está en su sabor, la dulzura y la practicidad y nutrición; también sirven a modo de la liberación de responsabilidades, el apapacho personal y la sociabilidad. Asimismo, las botanas cuentan con una carga emocional y son vistas como un producto para la convivencia familiar y el placer compartido.

Los menos mencionados son la granola, los refrescos, la carne, el tequila, el café, los vinos, la leche, las papas, los dulces y los chicles.

*Alimentos percibidos para consumo de fin de semana: N.S.E. «D»*

Durante el fin de semana, la carne es preferida por su versatilidad, rapidez de preparación y cualidad llenadora, además cubre la necesidad emocional de consentir a la familia. Los postres, las carnes frías o mariscos, son vistos como premio, disfrute familiar y festividad. El refresco tiene una connotación emocional, pues permite la convivencia familiar, es práctico, fresco y con sabor.

Los alimentos menos mencionados, ya que forman parte de la rutina, son la fruta, la leche, el pan, el yogurt y los frijoles, aunque aparecen también los pollos rostizados, restaurantes de comida rápida, el queso, la barbacoa, la leche, la pizza, los helados y la tortilla.

*Alimentos percibidos para consumo de fin de semana: N.S.E. «C+»*

Como en el segmento anterior, la carne es preferida durante el fin de semana por sus condiciones de funcionalidad, rapidez, versatilidad, llenadora y emocional y por formar parte de momentos de familia a la hora de comer; los pollos rostizados y la pizza, por ser prácticos y permitir el descanso y el disfrute; los quesos, alimentos congelados y postres, por prácticos y por permitir consentir a la familia; el refresco, por su sabor, frescura, comodidad y practicidad.

Los alimentos menos mencionados son el pan, las pastas, las carnes frías, la verdura, la fruta, el vodka, el vino, los jugos y las sopas.

Las amas de casa procuran no utilizar mucho tiempo el fin de semana en la preparación de los alimentos; las que trabajan, por el contrario, están dispuestas a utilizar más tiempo en la elaboración de comida como

un símbolo de cuidado familiar, pero las dos prefieren alimentos sabrosos, fáciles y rápidos de cocinar.

### **¿Qué buscan las mujeres en los alimentos?**

Como ya lo hemos mencionado, las mujeres juegan un papel importante en la alimentación, pues son las encargadas, en la mayoría de las veces, de la compra y preparación de alimentos, y se debaten siempre entre el *deber ser* y el *ser*.

Entre los alimentos que preparan en su papel de madres, están la verdura, la fruta, la carne, la leche, el pescado, el cereal y el agua natural. Dentro de su ambiente de ser y disfrute, la carne se desplaza y aparecen el pan, las galletas, los helados, los pasteles y los chocolates y, cada día más, la comida rápida, los refrescos y las frituras.

### **Alimentos más importantes**

#### *El agua*

El agua juega un papel esencial, pues sirve tanto para la familia como para ella misma; es vista como purificación, vida y salud. Las mujeres la relacionan con sentir libertad, tranquilidad, seguridad y confianza, y en la parte individual, lo ven como un alimento de limpieza interna y externa, fresca, hidratación y naturalidad.

#### *El pan*

Tanto en el nivel socioeconómico D como en el C+, el pan es visto como práctico y versátil, saludable y como vehículo para otros alimentos. A medida que aumenta el ingreso, se prefiere más el pan de caja, mientras que las mujeres de nivel D, se inclinan por el de la panadería. También es visto como un alimento que puede ser consumido dentro y fuera de la casa, práctico y agradable para los hijos. Algunas mujeres tratan de evitarlo pues engorda. El pan les permite a las mujeres cumplir con su rol de madre nutricia, pero sin complicaciones.

#### *La leche*

Es percibida como producto apto para ella y para su familia, por su blancura, pureza, frescura, naturalidad y sensación de nostalgia. Asimismo, brinda protección, confianza, reafirmación en su rol de madre, amor y

bondad. Reconocen como beneficios funcionales: la nutrición, la fuerza, la energía, el crecimiento y la versatilidad. Es importante mencionar que en el segmento D se aprecia mucho la leche subsidiada.

La fuerza de la leche no solamente está en la responsabilidad como madre, sino en su rol de protectora y una continuación de la lactancia. Ellas están conscientes de que la leche sirve para el desarrollo físico y mental, y con su consumo muestran su preocupación, sobre todo, por los niños.

### *La carne*

Las mujeres consideran que la carne es llenadora y ven en ella atributos como la energía, la practicidad y la rapidez, aunque en el segmento C+ la perciben como no tan saludable.

En el segmento D, dados sus ingresos menores, la ven cara y en muchas circunstancias es aspiracional; de ahí que en este segmento se perciban los beneficios emocionales como la seguridad, la satisfacción y el orgullo. De todas formas, la carne está normalmente asociada a un consumo con la familia.

### **Indulgencia vs. lugar de consumo**

Las mujeres, en su casa, tanto para la indulgencia personal como con los demás, consumen alientos como pizza y pollo rostizado, así como sándwiches, hamburguesas, hot dogs, hot cakes y chocolates.

En el ámbito personal (en casa), predominan las pizzas, las paletas, las galletas y los chocolates.

Fuera del hogar, las mujeres del nivel C ven a restaurantes de comida rápida como McDonald's y Burger King como un medio para halagar a los demás y la misma percepción hay de los días de campo. En el plano personal, el mismo papel juega el consumo de café y postres en cafeterías, en la compañía de sus amigas.

Las mujeres de nivel D coinciden con las de nivel C en su percepción aspiracional de restaurantes de comida rápida como McDonald's y Burger King.

Las mujeres que trabajan y atienden su hogar, prefieren compensar su ausencia durante los fines de semana y descansar. Para ello recurren al consumo de productos prácticos, salen a comer a restaurantes de *fast food* y complementan estas actividades con otras, como ir al cine.

### 1.9.3.2 Hombres

Dada la actividad que desarrollan los hombres y la necesidad de satisfacer el hambre de manera natural, otorgan importancia a los productos llenadores, alimentos que hemos analizado en diversos segmentos de edad y que no son tan mencionados, aunque se consumen regularmente. El estudio descubrió que hay una cierta barrera para reconocer los productos tradicionales, ya que esto implica un menor estatus social, como es el caso de las tortillas y los frijoles.

*Principales alimentos de consumo ideal: N.S.E. «D»*

El agua se asocia a la salud y se prefiere por su versatilidad; la carne se considera nutritiva, variable y, tanto en este segmento como en el de más bajos ingresos, el consumo de este producto se considera aspiracional; por eso encabeza la lista de los alimentos ideales.

La fruta y la verdura tienen para ellos un alto significado debido a la preocupación por la salud y a que las consideran sanas y nutritivas, aunque muchas veces buscan más su sabor que su función nutricional.

Aumenta la frecuencia de consumo en los refrescos por su aporte energético, en este segmento y en el de los más bajos ingresos, se toma como sustituto de agua, se considera práctico y lo reconocen como ideal para mezclar con alcohol.

El pan llena y acompaña las comidas. Es visto como complemento de la alimentación. En este segmento se habla abiertamente de economía y de ahorro, por lo que buscan alimentos como el jamón por su facilidad de consumo en cualquier momento, ideal para dárselo a los niños y cuando no se tiene ánimo para preparar otros alimentos más complicados.

Los alimentos de menor mención fueron el arroz, la leche, el pollo, el queso, las tortillas de harina, las tortillas de maíz, los huevos, los frijoles y el cereal.

*Principales alimentos de consumo ideal: «C»*

En los segmentos de altos ingresos, se observa un cambio en el rol de los hombres, ya que participan mucho más en la compra de los alimentos del hogar y también en la decisión sobre las mismas, sobre todo cuando se trata de un alimento para toda la familia; de ahí que se observe una tendencia a inclinarse por alimentos nutritivos, sobre todo cuando se habla de los hijos.

Para ellos, la carne, por sus proteínas, sabor y energía, es vista como

un alimento completo pero que hay que tener cuidado, pues al exagerar su consumo, puede traer colesterol y otras enfermedades.

Los vegetales son considerados económicos, acompañan a la comida y aportan vitaminas y minerales.

El agua es vista como refrescante, saludable, vital y cotidiana.

El pan, tanto salado como dulce, es un alimento para todos en el hogar y fuera de él, se aprecia por su variedad y sobre todo en el caso de los integrales, por su alto contenido en fibras.

La leche es apreciada por su contenido de calcio y proteínas, es considerada como un alimento ideal para el desayuno o la cena, además de altamente nutritivo para los niños.

Los alimentos menos mencionados son: el café, la cerveza, la sopa, el yogurt, el pescado, el brandy, las tortillas, las gelatinas, el tequila, el pollo, el jugo, los embutidos y los dulces.

#### *Alimentos percibidos como sanos y nutritivos: N.S.E. «D»*

En este segmento la mayoría de los alimentos percibidos como nutritivos son poco económicos, por lo que se consideran más bien aspiracionales.

Los alimentos sólidos preferidos son las verduras, las frutas, el pescado, los mariscos y la carne. Sus beneficios funcionales son la nutrición, el sabor y el beneficio emocional, la búsqueda de una familia saludable.

Alimentos líquidos preferidos: leche, jugo y yogurt, principalmente. Son funcionales y prácticos, dan sensación de frescura y sabor, se consideran energéticos (necesarios para las labores diarias) y ayudan al crecimiento de los niños.

Entre los alimentos de menor mención se encuentran las ensaladas, los huevos, el agua, las semillas, el pollo, el jamón, el cereal, frijoles, lácteos y tortillas.

#### *Alimentos percibidos como sanos y nutritivos: N.S.E. «C+»*

La fruta y la verdura son los alimentos más mencionados, pero lejanos de la dieta diaria y necesarios desde la perspectiva del *deber ser*.

Alimentos sólidos preferidos: pollo, pescado y carne. Su función: proveer energía y fortalecimiento, con sabor; aunque, emocionalmente se busca una familia bien nutrida y el desarrollo de los niños.

La fruta, la verdura, los lácteos y el huevo se consideran funcionales porque no engordan, son de fácil digestión, frescos y emocionales porque se perciben como sanos e ideales «para mantenerse bien».

Los alimentos con menor número de menciones son: el agua, el jamón y los jugos.

*Alimentos percibidos como ricos y divertidos: N.S.E. «D»*

En esta clasificación los productos relacionados con el placer tanto social como organoléptico están presentes, como platillos elaborados y aquellos que no se comen normalmente entre semana, destacando, entre ellos, las bebidas alcohólicas.

Las bebidas alcohólicas preferidas son: brandy, ron, vinos, cerveza y ocasionalmente el pulque, pues se asocian con la diversión, el placer y la convivencia. Las pizzas y hamburguesas se relacionan con el apapacho y el sentido de «premio» familiar, convivencia y practicidad. Productos como la carne asada y el pescado con grandes condimentos son un símbolo de buena proveeduría y consentimiento. Entre los alimentos menos mencionados están: el coctel de frutas, helado, espagueti, frutas, postres, chocolates, refrescos, mariscos y carnes frías.

*Alimentos percibidos como ricos y divertidos: N.S.E. «C+»*

En este segmento se buscan sabores mucho más elaborados y con connotación de sabores auténticos, así como platillos caseros que recuerdan a la infancia.

Alimentos sólidos: se prefieren los platillos elaborados de manera más compleja como las carnitas o la paella y, para terminar, los postres donde el sabor y la dulzura resalten.

Alimentos líquidos: vinos de mesa, con una connotación de estatus y placer ya que destacan el papel del disfrute aunque todos ellos mencionaron que deben beberse con moderación.

Entre los alimentos con menos menciones se encuentran: los mixiotes, el jamón serrano, las verduras, los mariscos, pastas como el espagueti, botanas, chicharrón con salsa verde, cabrito, pizzas y frutas.

*Alimentos percibidos para consumo de fin de semana: N.S.E. «D»*

En este segmento encontramos consumos íntimamente ligados a alimentos y bebidas para la convivencia familiares o sociabilidad en el hogar. Como el fin de semana es dedicado al descanso, la practicidad y la posibilidad de disfrutar, son elementos detonadores que impulsan la compra y el consumo.

La cerveza se relaciona con la frescura, el sabor y la necesidad de saciar la sed, es considerada para la convivencia de familias y amigos, así como

escape a la cotidianidad. Las botanas se comen como acompañamiento de las bebidas alcohólicas, considerando a las papas, los chicharrones y los cacahuates garapiñados como excelentes elementos para la convivencia.

La carne se considera fácil de preparar (como en tacos, por ejemplo) y se valora en su aspecto emocional, el disfrute y la convivencia familiar.

Las verduras para botanear, la leche, la pizza, hamburguesas, tacos, queso, refrescos, pollo, fruta, barbacoa y bebidas alcohólicas fueron menos mencionadas.

#### *Alimentos percibidos para consumo de fin de semana: «C+»*

La carne y los mariscos son alimentos vistos con una alta carga de placer y por lo tanto, está asociada a factores afectivos y organolépticos.

En las bebidas alcohólicas se valora lo frío y refrescante como su característica esencial; mientras que las necesidades emocionales que impulsan su consumo tienen que ver con la búsqueda del descanso, el disfrute y el placer.

Los mariscos se comen por considerarlos prácticos, pues se consumen principalmente en restaurantes, donde lo esencial es el sabor.

También se prefiere la carne a la cual se le valora por su practicidad y sabor, buscando inclusive cortes especiales, pues es visto como elemento valioso en las reuniones con amigos y familia.

Para beber, se consume refresco, por sabor, por ser fresco y práctico y por su capacidad para combinarse con alcohol.

El agua, los vegetales, la fruta y los postres son menos consumidos durante el fin de semana.

### **1.9.4 Categorías más importantes**

#### *Agua*

En todos los segmentos analizados, el agua es parte importante de la vida cotidiana; se le asocia con la frescura, la vida, la salud, la naturalidad y la hidratación.

En el plano familiar, se le asocia con la confianza, la tranquilidad y la seguridad. Se trata de un consumo moderno relacionado con una alta autoestima, así como la búsqueda de un beneficio individual. Se relaciona mucho con el cuidado de la salud de los hijos y en el caso individual, con el de una buena figura y la salud. Estos valores son mucho más profundos en la mujer de los niveles socioeconómicos altos.



### *El pan*

El pan cumple un rol sumamente importante en las familias, sobre todo por su versatilidad y practicidad, ya que combina con muchos alimentos y puede ser utilizado para comer fuera de casa. Se considera un alimento cotidiano presente en las tres comidas diarias y tiene también una fuerte asociación con la familia y el descanso.

Es visto como saludable y nutritivo en los niveles socioeconómicos altos, sobre en su presentación integral, combinable con otros ingredientes y práctico en cualquier situación y momento.

En los niveles socioeconómicos bajos, lo prefieren como acompañante en la comida o parte integral de la misma y lo ven como elemento llenador.

### *Bebidas Alcohólicas*

El consumo de bebidas alcohólicas tiene una pauta distinta de acuerdo al ingreso. En el nivel D, su consumo es de fin de semana, mientras que en el segmento C<sup>+</sup> es un aperitivo o digestivo y medio de relajación, sin ser cotidiano. La cerveza tiene más menciones en el nivel D y es vista como vehículo para la convivencia en las reuniones.

Las bebidas alcohólicas cumplen con la función de placer, escape, evasión, relajación, así como de convivencia social.

En los niveles socioeconómicos bajos, las bebidas alcohólicas son vistas como sinónimo de virilidad, reafirmación, extroversión y medio de socialización.

Los niveles de altos ingresos las perciben como una característica de estatus y calidad de vida, cualidad que dispara su consumo, así como para tomarse en momentos de introspección y de cotidianeidad.

Las bebidas destiladas y la cerveza son consumidas por todos los segmentos y el vino en el nivel C<sup>+</sup>.

### *Carne*

Mientras para el segmento de altos ingresos la carne funge como alimento con restricción pues existe una asociación con el colesterol, en los segmentos de bajos ingresos es vista como símbolo de buena alimentación; esto resalta su función nutricional y es motivo de orgullo, satisfacción y tranquilidad.

La carne también es asociada con la familia, las fiestas, las reuniones, la convivencia, el placer y la diversión.

Los principales beneficios que la gente aprecia son: energía, nutrición, versatilidad y practicidad.

## Significados de la alimentación

Para el hombre, en su función de proveedor, la alimentación tiene diversas connotaciones que están determinadas por el ingreso. Resulta paradójico que la nutrición y la salud estén en un segundo orden, por debajo de la preocupación del *deber ser*, poniendo por delante el beneficio individual; de ahí que valores como el sabor, la abundancia y la convivencia sean esenciales en su visión de lo que debe ser la alimentación. Por el contrario, la mujer está más preocupada por la salud y la nutrición.

Los hombres consideran muy importante la alimentación de los hijos como un deber de padres.

En los niveles socioeconómicos altos, existe un sentimiento de culpa cuando se ingieren muchos alimentos, lo cual tratan de compensar con el ejercicio.

## Hábitos de alimentación entre semana de los hombres

**Desayuno:** es rápido y ligero, puede ser en la casa o de camino al trabajo. Es visto como necesario para prepararse para el trabajo, por lo que debe ser nutritivo y con energía. El desayuno en la casa es parte del deber ser; mientras que fuera de ella, es visto como un placer.

**Entre comidas:** las tiendas de conveniencia son los lugares más frecuentados en todos los niveles socioeconómicos. En el caso de los niveles más bajos, los puestos en la calle y los vendedores informales son fundamentales, así como las máquinas dispensadoras en las oficinas para los niveles socioeconómicos altos. La motivación es siempre «matar el hambre», tomar un descanso y promover la convivencia.

**Mediodía:** en los niveles socioeconómicos altos se utiliza la entrega de comida a domicilio o la comida en el hogar. En los niveles de bajos ingresos, el almuerzo traído desde casa, la tienda cercana a la oficina, la supercocina, la fonda y el puesto ambulante, son los lugares más frecuentados.

Los restaurantes de servicio completo y de comida rápida, son visitados por los niveles socioeconómicos A/B y C+.

El mexicano busca, en general, saciar el hambre con economía y rapidez; en los niveles altos, lo ven como vehículo para la convivencia y los negocios.

El hombre busca —mucho más que la mujer— el sabor, la sazón y platillos mexicanos que representan un instante placentero.

**Entre comidas (tarde-noche):** buscan calmar la ansiedad y obtener placer, en las tiendas de conveniencia y las máquinas autoexpendedoras.

**Cena:** la mayoría lo hace en su casa, con dos tendencias: la primera, los niveles D y E, con una comida ligera, consumiendo guisados recalentados. El hombre busca no acostarse con el estómago vacío. Además, la cena es considerada como un momento de reunión familiar, descanso y convivencia.

### **Consumo de alimentos en fin de semana**

Como ya hemos hecho notar en otras partes del estudio, el fin de semana se hacen prácticamente dos alimentos fuertes: el desayuno-almuerzo y la comida que es casi cena.

El consumo del fin de semana tiene como función principal la unión y la convivencia tanto de la familia como con los amigos y se complementa en muchas ocasiones con otros elementos como la televisión (partido de fútbol) y eventos festivos con música.

El almuerzo se hace entre las 10 y las 11 de la mañana, y la comida, entre las 4 y las 6 de la tarde. En estos días, la tradición y la añoranza juegan un papel esencial, donde la familia, la convivencia con los amigos y el apapacho individual se funden. Los platillos pueden ser muy elaborados, de gran sabor y abundantes.

En los segmentos de altos ingresos se procura comer fuera de casa y en caso de permanecer en ella, se compra la comida fuera del hogar. El ambiente es festivo y amable, y se adhieren actores externos a la familia como los parientes, vecinos y amigos cercanos. Finalmente, la cena es sumamente ligera.

### **Consumo de alimentos entre semana y fin de semana**

Si trazáramos una curva de los alimentos entre semana y fin de semana, encontraríamos que la ingesta es baja en el desayuno, aumenta un poco entre comidas y llega a su pico al medio día, para bajar por la tarde y volver a subir en la noche. En cambio, en el fin de semana la curva es distinta, pues empieza con el desayuno-almuerzo de una alta ingesta que continúa en la comida-cena, para descender totalmente en la noche.

Una de las tendencias del medio urbano es comer cada vez más fuera del hogar, buscando economía, practicidad, rapidez y cercanía a los lugares de trabajo. Los niveles más bajos («D») prefieren comidas de tipo tradicional mexicano y casero, que están menos presentes en los niveles de altos ingresos.

La comida entre semana es vista como un momento de descanso y convivencia, y no sólo de alimentación.

La relevancia de lo nutritivo y saludable es más a nivel teórico que práctico, pues el hombre prefiere buscar sabor y economía a la hora de ingerir alimentos y no tanto guardar la dieta; aunque, en los niveles de alto ingreso compensarán alta ingesta calórica con ejercicio.

En esta parte del estudio de De la Riva, encontramos cambios significativos en algunos alimentos. El pan blanco va cediendo poco a poco el lugar al tostado, negro, integral y otras variedades que contienen semillas y fibra. El yogurt ha incrementado su consumo y a su vez los productos han diversificado sabores, consistencias y hasta sus componentes, como lactobacilos, vitaminas, omegas.

Asimismo, los sabores han empezado a tener un mayor protagonismo tanto en desayunos como en comidas, aunque todavía, en su mayoría, es el tamaño familiar el que prevalece en el consumo.

Por último, las barras de cereal empiezan a tener una gran presencia en el desayuno y en el alimento entre comidas.

Cada día más, el consumidor pide envases prácticos y portables y hay una lucha entre lo natural y lo *light*, como si este último rubro hubiese decepcionado un poco a la persona que lo ingiere.

Cada día se torna más importante la comida *on the go* (para llevar), es por eso que las tiendas de conveniencia y los puestos de alimentos cobran una mayor relevancia.



## **2. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL, FASE CUANTITATIVA**

**Grado de conciencia entre lo que se debe comer, lo que se come y lo que se desea comer, tomando en cuenta lo nutrimental, lo sano y lo sabroso**

### **2.1 Encuesta en viviendas**

**Muestra:** niños, adolescentes, adultos jóvenes, mujeres y hombres adultos.

**Niveles socioeconómicos:** B, C+, C y D.

**Cobertura:** Distrito Federal, Hermosillo, Guadalajara, Mérida y Monterrey.

El objeto de esta parte del estudio *Tendencias de Alimentación* de De la Riva y Asociados es contrastar el grado de conciencia que se tiene en el momento de ingerir los alimentos, entre lo que se debe comer y lo que realmente se come. Para saberlo, se hacen tres preguntas clave:

- El día de ayer, ¿qué comiste o qué tomaste?
- ¿Qué tan sano y nutritivo es...?
- ¿Qué tan rico y sabroso lo encuentras...?

A continuación adjuntamos las tablas de respuesta de alimentos divididos por segmento. La primera muestra los resultados para cereales y leguminosas; la segunda, sobre proteínas; la tercera, sobre vitaminas y minerales; la cuarta, sobre antojos; la quinta, sobre comida rápida y la sexta, incluye los datos de las bebidas.

### Pregunta 1

¿Ayer comiste o tomaste...?

### Pregunta 2

¿Qué tan sano y nutritivo es...?

### Pregunta 3

¿Qué tan rico y sabroso es...?

## Cereales y leguminosas

Alimento	Niños			Adolescentes			Adultos jóvenes			Mujeres adultas			Hombres adultos		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	%			%			%			%			%		
<b>Tortillas</b>	77	76	67	80	64	61	80	63	67	84	73	75	92	67	73
<b>Cereales de caja</b>	53	70	77	50	81	79	40	68	73	51	88	86	35	70	69
<b>Pan dulce</b>	52	56	74	57	39	67	53	32	66	53	34	62	61	40	64
<b>Frijoles</b>	52	73	61	53	69	57	58	77	73	64	87	80	69	79	76
<b>Pan de Caja</b>	46	74	68	35	41	51	38	52	67	37	39	59	35	52	63

## Proteínas

Alimento	Niños			Adolescentes			Adultos jóvenes			Mujeres adultas			Hombres adultos		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	%			%			%			%			%		
<b>Leche</b>	79	91	77	77	91	76	75	92	80	80	95	87	73	92	80
<b>Queso</b>	50	80	66	53	72	66	56	76	79	63	84	87	57	76	84
<b>Carne</b>	48	78	74	58	75	76	59	79	80	54	78	81	66	79	85
<b>Jamón</b>	45	69	73	37	55	70	40	53	66	35	48	68	66	79	85
<b>Pollo</b>	43	73	77	38	80	74	44	86	82	45	91	89	36	52	68
<b>Yogurt</b>	42	83	80	47	82	82	39	82	80	41	87	84	50	86	82
<b>Huevo</b>	39	67	54	36	64	54	44	70	57	51	77	64	51	71	64
<b>Pescado</b>	12	77	54	9	83	57	13	91	76	15	95	85	17	92	84

## Comida rápida

Alimento	Niños			Adolescentes			Adultos jóvenes			Mujeres adultas			Hombres adultos		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	%			%			%			%			%		
<b>Tacos</b>	24	41	71	25	24	65	22	21	65	17	19	54	32	21	65
<b>Pizza</b>	13	33	73	12	19	73	8	14	62	4	12	47	6	14	51
<b>Hamburguesa</b>	12	35	67	13	20	66	11	16	60	8	16	46	11	17	48

## Bebidas

Alimento	Niños			Adolescentes			Adultos jóvenes			Mujeres adultas			Hombres adultos		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	%			%			%			%			%		
<b>Leche</b>	79	91	77	77	91	76	75	92	80	80	95	87	73	92	84
<b>Refresco</b>	74	18	72	79	12	68	73	7	59	66	6	55	72	9	57
<b>Agua embotellada</b>	64	76	71	58	68	67	72	81	71	66	80	77	70	80	70
<b>Jugo</b>	57	84	83	56	81	87	48	83	88	45	81	88	48	83	88

## Vitaminas y minerales

Alimento	Niños			Adolescentes			Adultos jóvenes			Mujeres adultas			Hombres adultos		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
	%			%			%			%			%		
<b>Frutas</b>	63	85	87	72	89	89	68	91	89	77	92	94	77	92	79
<b>Verduras</b>	59	88	59	59	90	65	67	94	76	73	95	85	63	90	89
<b>Jugo</b>	57	84	83	56	81	87	48	88	88	45	81	88	48	83	88



## Antojos

	Niños			Adolescentes			Adultos jóvenes			Mujeres adultas			Hombres adultos		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Alimento	%			%			%			%			%		
Dulces	61	21	72	48	13	67	33	8	54	25	8	47	28	10	45
Botanas	53	21	68	55	14	62	31	8	45	23	8	37	25	10	41
Pan dulce	52	56	74	57	39	67	53	32	66	53	34	62	61	40	64
Chocolate	48	39	73	38	25	69	30	23	63	20	24	57	25	33	63
Gelatina	32	64	75	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Helado	26	36	82	31	19	83	12	14	68	15	20	69	11	16	62

### Cereales y Leguminosas

Como podemos observar en las respuestas anteriores, en casi todos los segmentos de edad, la tortilla tiene un alto porcentaje de consumo y es considerada por todos como un alimento nutritivo y en menor medida, rico y sabroso. Los cereales de caja, aunque se comen menos, son vistos en su mayoría como sanos y nutritivos. Los hombres adultos los consideran menos ricos y sabrosos. El pan dulce es preferido por la mitad de la población encuestada y, salvo en los niños, los demás no lo consideran ni nutritivo ni sano; eso sí, todos lo tienen por rico y sabroso.

Los frijoles tienen casi la misma connotación que la tortilla en cuanto sanos y nutritivos, pero vemos que su consumo va a la baja, especialmente entre los niños y adolescentes.

Por último, el pan de caja se consume menos, con excepción de los niños y los demás lo consideran menos nutritivo, pero sabroso.

### Proteínas

La leche, como en el caso de las tortillas, tiene el más alto porcentaje de respuestas favorables tanto en la frecuencia de consumo, como en la confianza de sus cualidades nutritivas y la mayoría de la gente la encuentra sabrosa. El queso, aunque sólo lo come la mitad de la población objeto de estudio, es considerado también como de los alimentos más nutritivos y sabrosos.

La carne la comen menos los niños y más los hombres adultos, pero todos están conscientes de su poder nutritivo y su sabor.

El jamón guarda un perfil parecido al del pollo, pero hay quien lo cree menos sano y nutritivo. Todos ellos consideran que el jamón es sabroso, aunque en dos de los casos consignados en el estudio al que nos referimos (entre adolescentes y mujeres adultas), la mitad de la gente o menos, dice que lo consume.

El yogurt, aunque tiene un consumo menor, sigue prácticamente la misma pauta de la leche y todos lo consideran un alimento alto en proteínas, rico y sabroso.

El huevo tiene también un consumo más bajo, aunque mayor en mujeres y hombres adultos, pero es considerado un alimento sano, nutritivo, rico y sabroso.

El pescado es el de menor consumo por persona aunque, a pesar de esto, reconocen su alto valor nutricional y su aprecio aumenta con la edad al considerarlo sabroso, ya que los niños y adolescentes no tienen esa misma opinión.

#### *Vitaminas y Minerales*

En el caso de las vitaminas y minerales, que abarca frutas, verduras y jugo, es el que exhibe menores consumos en comparación con otros alimentos; pero, en contraste, tienen muy alta la percepción por su aporte nutritivo y lo sabroso.

#### *Antojos*

En las respuestas de esta tabla, el mayor consumo de dulces, botanas, chocolates, gelatinas y helados, son de los niños y adolescentes, que confirman lo ya visto en otras partes del estudio; esto se debe esencialmente a que estos alimentos tienen una motivación de goce y premio. Su consumo también se asocia con situaciones emocionales y, a medida que aumenta la edad, baja considerablemente su ingesta, exceptuando en la mayoría de los casos al pan dulce, que es prácticamente igual su consumo para todos los segmentos de edad.

Todos están conscientes del bajo valor nutritivo de estos productos, aunque consideran que son ricos y sabrosos.

#### *Comida Rápida*

Contrario a la opinión común —salvo en el caso de los tacos— la proporción de consumo de pizzas y hamburguesas es baja y estos alimentos no tienen una alta valoración nutritiva; en cambio, son altos en la buena percepción de la gente, por ser ricos y sabrosos.

### *Bebidas*

La leche es la bebida preferida por los encuestados, seguida por el refresco, el agua embotellada y por último los jugos. De estas cuatro bebidas—exceptuando los refrescos— todas son consideradas sanas y nutritivas, además de ricas y sabrosas. En el caso de los refrescos, se comenta que no son tan sanos ni nutritivos, pero sí ricos y sabrosos; y, especialmente, en los ingresos bajos existe un consumo por las cualidades calóricas de este producto.

A fin de cuantificar el costo del consumo para los entrevistados con la pregunta: «El día de ayer, ¿qué comiste o qué tomaste?», presentamos una tabla donde comparamos su consumo con el gasto de acuerdo a los ponderadores del Índice de Precios al Consumidor 2010, a nivel nacional y con los subíndices que lo componen. De tal manera, que si el índice general es el 100% de alimentos, bebidas y tabaco, las respuestas significan un gasto del 14.61% para el día en que fue levantada la encuesta. Además el cuadro nos muestra el consumo en un orden descendente, por lo que podemos relacionar perfectamente qué tanto se gastó en estos alimentos en los hogares encuestados.

## Alimentos más consumidos «ayer» (%)

### Índice Nacional de Precios al Consumidor

Base 2 Q. Diciembre de 2010 = 100

Ponderadores  
nacionales y subíndices que lo componen

Índice General 100

	Niños	Adolescentes	Adultos y jóvenes	Mujeres adultas	Hombres adultos	Alimentos, bebidas y tabaco	14.61584
Leche	79	77	75	80	73	Leche	1.58446
<b>Tortillas</b>	77	80	80	84	92	Tortilla	1.68388
Refresco	74	79	73	66	72	Refrescos envasados	1.14496
<b>Agua embotellada</b>	64	58	72	66	70	Agua embotellada	0.39297
Frutas	63	72	68	77	66	Frutas y legumbres preparadas para bebés	0.01548
<b>Dulces</b>	61	48	33	25	28	Dulces, cajetas y miel	0.04278
Verduras	59	59	67	73	73	Verduras	2.13793
<b>Jugo</b>	57	56	48	45	48	Jugos o néctares envasados	0.21386
Botanas	53	55	31	23	25	NA	NA
<b>Cereal de caja</b>	53	50	40	51	35	Cereales en hojuelas	0.19395
Pan dulce	52	57	53	53	61	Pan dulce	0.55828
<b>Frijoles</b>	52	53	58	64	69	Frijoles	0.33104
Quesos	50	53	56	63	57	Queso	0.44876
<b>Chocolate</b>	48	38	30	20	25	Chocolate	0.05207
Carne	48	58	59	54	66	Carne	2.64908

## Índice Nacional de Precios al Consumidor

Base 2 Q. Diciembre de 2010 = 100

Ponderadores  
nacionales y subíndices que lo componen  
Índice General 100

	Niños	Adolescentes	Adultos y jóvenes	Mujeres adultas	Hombres adultos	Alimentos, bebidas y tabaco	14.61584
Pan de caja	46	35	38	37	35	Pan de caja	0.17192
Jamón	45	37	40	35	36	Jamón	0.14959
Pollo	43	38	44	45	50	Pollo	1.76960
Yogurt	42	47	39	41	33	Yogurt	0.19687
Huevo	39	36	44	51	51	Huevo	0.62302
Pescado	12	9	13	15	17	Pescado	0.25535

Fuente: Síntesis elaborada por CANACINTRA a partir del estudio *Tendencias de la Alimentación de De la Riva y Asociados*.

## 2.2 La mujer y las tendencias alimentarias

El estudio realizado por De la Riva y Asociados tiene por objeto observar las tendencias de alimentación que son relevantes en el consumidor mexicano, tanto aquellas que son consideradas como tradicionales como las nuevas, ya sea nacionales o internacionales.

En la última parte del estudio *Tendencias de Alimentación* de De la Riva y Asociados, la investigación está orientada a obtener información que permita comprender la percepción que tienen sobre diversos alimentos las amas de casa mayores de 23 años y las mujeres y los hombres de 13 a 30 años, así como establecer un marco referencial comparativo entre las tendencias del pasado, del presente y las futuras. Además, se busca obtener información sobre los factores que determinan la elección de alimentos, aderezos y bebidas y cuáles son las fuentes de información que influyen en estas decisiones. De igual manera, su objeto es investigar cómo perciben los consumidores sus hábitos alimenticios y cómo se califican a sí mismos. Por último, el estudio trata de buscar las similitudes y diferencias que hay en la alimentación de diversas poblaciones del país.

**Metodología:** estudio cuantitativo, encuesta en viviendas.

**Muestra:** adolescentes y jóvenes de 13 a 30 años (de ambos sexos), sin hijos; amas de casa mayores de 23 años; niveles socioeconómicos: B/C+, C, D+ y D/E.

**Cobertura:** Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Mérida y Tijuana.

**Trabajo de campo:** del 1 al 8 de junio de 2006.

El estudio es revelador porque nos permite entender cómo percibe y actúa un personaje esencial en la alimentación de los hogares: las mujeres.

Tanto en las sociedades rurales como en las urbanas, la mujer elige y prepara la comida, transmite los valores a los niños, enseña cómo comer y, aunque en ciertos segmentos de la población —sobre todo de altos ingresos—, el hombre participa en algunas decisiones alimentarias y comienza a adquirir productos en los establecimientos, hay que reconocer que el hombre tiene en general un rol como proveedor de ingresos y que su único espacio de decisión es cuando come fuera de casa. Por lo tanto, tenemos que reconocer el carácter de la mujer como administradora del gasto y preparadora de la comida.

Además, debemos destacar que por lo menos el 40% de las mujeres en edades de entre 15 y 60 años, trabajan y administran su hogar; con lo que también encontraremos matices en el consumo, derivado de esta doble actividad.

## Perfil sociodemográfico

### Género

	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes
Mujeres	100%	39%
Hombres	ND	61%

### Edad

	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes
18 a 29 años:	46%	13 a 17 años: 28%
30 y más años:	54%	18 a 30 años: 72%

### Escolaridad

	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes
Primaria	23%	21%
Secundaria	37%	39%
Bachillerato	26%	29%
Profesional	10%	9%
Sin estudios	4%	2%

### Ocupación

	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes
Hogar	76%	3%
Trabajo	23%	49%
Estudios	1%	48%

## Estado Civil

	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes
Casado(a)	73%	10%
Soltero(a)	11%	85%
Unión libre	11%	4%
Divorciado(a)	2%	0%
Separado(a)	2%	1%
Viudo(a)	1%	0%

## Maternidad-Paternidad

Amas de casa	Adolescentes y jóvenes
Con hijos: 89%	Sin hijos: 100%
Sin hijos: 11%	ND

### 2.3 Tipologías

Existen cuatro actitudes básicas frente a la comida en el universo que estudiamos: hay personas hedonistas, otras desinteresadas, algunas conscientes y por último, glotonas. A continuación analizaremos sus perfiles:

#### *Hedonistas*

Este tipo de personas se destaca por disfrutar de los alimentos y de su sabor. Les preocupan poco los efectos que puedan tener en su salud y en su figura, por lo tanto no cuidan de sus hábitos de nutrición, comen alimentos altos en calorías y se fijan poco en el valor nutricional, dándole escasa importancia al peso corporal.

Los hedonistas hacen los tres alimentos y rara vez se saltan una comida. Comen entre comidas la mayoría de las veces, se vuelven a servir si el platillo les gustó y les afecta mucho si no pueden comer. Prefieren restaurantes donde se come sabroso. Cuando preparan la comida, se esmeran para que quede sabrosa, son personas antojadizas.

Prefieren comer cosas ricas aunque no sean saludables, no les interesa la información nutrimental de los productos que consumen, tienen una tendencia a comer antojitos mexicanos; toman en cuenta lo sabroso está por encima de cualquier cosa, se sirven postre de más, casi nunca se



ponen a dieta; por lo tanto no se pesan, consumen refrescos con frecuencia y no están preocupados por las calorías de cada alimento.

### *Desinteresados*

Se trata de personas para las cuales los alimentos les resultan poco relevantes; comen porque tienen que hacerlo, no son antojadizas y califican los alimentos por su efecto funcional. Se preocupan poco por las comidas saludables.

Los desinteresados comen poco, pueden saltarse alguna comida, si no pueden comer no les afecta mucho y se satisfacen rápidamente. Aunque en ocasiones disfruten de los alimentos, en realidad son otras actividades las que les llaman más la atención. En los restaurantes les es indiferente el sabor y el ambiente, difícilmente se les antojan los platillos en las fotos de las revistas, prefieren las cosas saludables aunque no sean ricas, la fruta tiene un valor muy alto para ellas y no son afectas a comer entre comidas.

Como para ellos la comida es algo funcional, les preocupa poco si engordan; además, aunque consumen refrescos lo hacen para hidratarse más que para saborearlos.

### *Conscientes*

La gente de este grupo está preocupada por su alimentación, cuida mucho sus hábitos, respeta los horarios y las tres comidas del día, pero siempre se sirve porciones más pequeñas.

Son personas que se fijan en que los alimentos sean saludables y están interesadas en el valor nutritivo de los mismos; viven permanentemente preocupadas por su peso y su figura. Comen poco, pero cumplen siempre con las tres comidas. Prefieren restaurantes donde sirvan un buen platillo y difícilmente se sirven nuevamente aunque les haya gustado. En casos excepcionales, no les afecta si se saltan alguna comida y se quedan satisfechas rápidamente. En razón de su alto valor familiar, el único alimento del día que se esmeran en preparar es la cena.

Prefieren restaurantes donde se coma sabroso, pero siempre están conscientes de que los alimentos sean saludables, aunque tengan que sacrificar lo primero.

Están muy interesados en la información de los empaques, son gente que prefiere cenar verduras e incluir ensaladas en los otros alimentos; consumen prioritariamente fruta, tratan de evitar a toda costa comer entre comidas, les preocupa que los alimentos los hagan engordar.

Son gente que permanentemente se fija en las calorías y en los alimentos altos en éstas. Se sirven poco postre para no engordar, se pesan con frecuencia y regularmente se ponen a dieta.

### *Glotonos*

El grupo de personas que pertenecen a este tipo son aquellas que comen en grandes cantidades, privilegian la cantidad sobre la calidad y el disfrute; son gente que no se satisface fácilmente y cuando no pueden comer se ponen de muy mal humor.

A pesar de ser antojadizas, un cierto sentimiento de culpa los hace preferir ciertos alimentos más nutritivos.

Están pendientes de hacer siempre las tres comidas e ingieren en abundancia, son las típicas personas que prefieren los restaurantes tipo bufet donde pueden servirse varias veces lo que les ha gustado y difícilmente se llenan.

Comen rápidamente para hacer otras cosas, son antojadizas. Asisten a restaurantes donde se coma sabroso y sirvan en cantidad, se les antoja la comida mostrada en las revistas.

En su etapa de sentimientos de culpa leen los empaques para encontrar la información del producto y con esto se sienten mejor al haber considerado el valor nutricional, pero sin importarles las porciones.

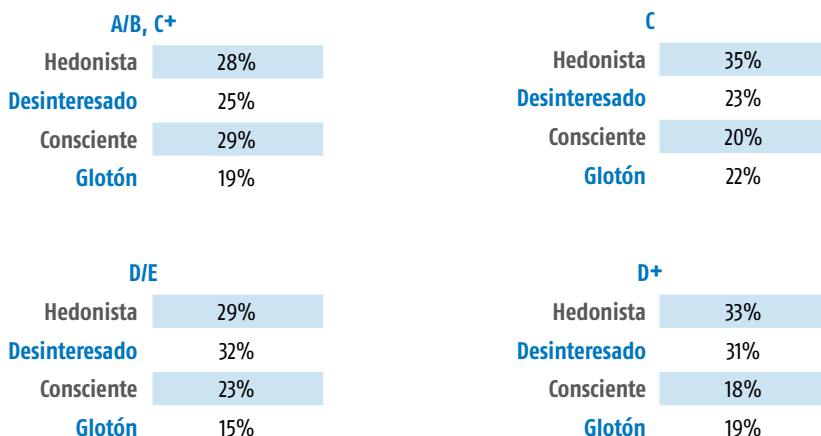
Se preocupan poco por engordar al consumir alimentos en grandes cantidades, por lo tanto nunca se pesan ni se ponen a dieta.

Estas cuatro conductas frente a la comida son las que condicionarán la compra y la elaboración de alimentos.

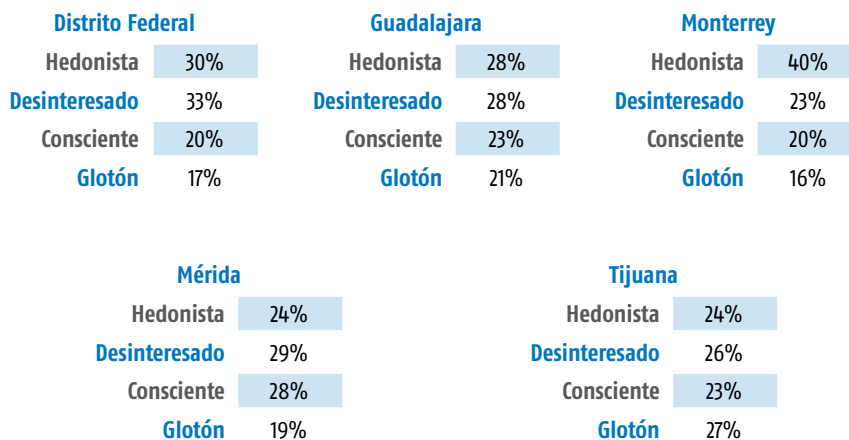
## **Distribución de tipologías por perfil**

<b>Amas de casa</b>		<b>Adolescentes y jóvenes</b>	
Hedonista	24%	Hedonista	39%
Desinteresado	30%	Desinteresado	26%
Consciente	26%	Consciente	17%
Glotón	20%	Glotón	17%

## Distribución de tipologías por nivel socioeconómico



## Distribución de tipologías por ciudad



## 2.4 Hábitos, tendencias y percepción del consumo de alimentos

En la segunda parte del análisis de De la Riva y Asociados se les preguntó sobre los cambios en la alimentación habidos durante estos últimos diez años. El estudio aplicó tres preguntas a los grupos analizados, que consisten en:

- ¿El día de ayer comió...?
- Hace cinco años, ¿la gente consumía menos...?
- Dentro de cinco años, ¿la gente consumirá más...?

## Consumo de alimentos

Alimento	Pregunta 1 ¿El día de ayer comió...?		Pregunta 2 Hace cinco años, ¿la gente consumía menos...?		Pregunta 3 Dentro de cinco años, ¿la gente consumirá más...?	
	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes
<b>Tortilla</b>	79%	76%	12%	15%	75%	70%
<b>Frutas frescas</b>	67%	62%	22%	24%	64%	62%
<b>Verduras frescas</b>	59%	47%	29%	31%	55%	65%
<b>Frijoles</b>	56%	53%	18%	19%	70%	65%
<b>Cereal de caja</b>	45%	45%	42%	39%	81%	78%
<b>Arroz</b>	43%	41%	17%	19%	75%	73%
<b>Huevo</b>	43%	43%	17%	19%	72%	71%
<b>Carne</b>	42%	41%	28%	25%	67%	69%
<b>Yogurt</b>	37%	37%	47%	51%	79%	74%
<b>Pasta</b>	29%	24%	36%	41%	73%	67%
<b>Salchicha</b>	20%	22%	53%	52%	71%	70%
<b>Barras de cereal</b>	18%	19%	70%	73%	80%	81%
<b>Atún</b>	16%	15%	49%	42%	76%	76%
<b>Guisos envasados*</b>	11%	17%	62%	51%	61%	68%
<b>Puré de tomate</b>	9%	6%	75%	70%	68%	66%
<b>Sopas enlatadas</b>	6%	9%	74%	72%	70%	75%
<b>Verduras enlatadas</b>	6%	8%	76%	73%	70%	71%
<b>Fruta en almíbar</b>	6%	8%	67%	68%	65%	68%
<b>Sardinias</b>	3%	4%	62%	59%	49%	46%

\* Chilorio, carnitas, mole y otros alimentos similares.

## Consumo de aderezos

Alimento	Pregunta 1 ¿El día de ayer comió...?		Pregunta 2 Hace cinco años, ¿la gente consumía menos...?		Pregunta 3 Dentro de cinco años, ¿la gente consumirá más...?	
	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes
<b>Salsa casera</b>	72%	63%	20%	19%	55%	52%
Chiles naturales o envasados	46%	42%	34%	35%	78%	73%
<b>Mayonesa</b>	21%	23%	55%	55%	74%	69%
Salsa cátsup	14%	18%	55%	57%	75%	74%
<b>Salsa enlatada</b>	11%	17%	77%	75%	70%	74%
Mermelada	9%	7%	50%	50%	69%	73%
<b>Aderezo para ensalada</b>	6%	6%	71%	74%	67%	66%
Mostaza	4%	6%	68%	64%	60%	64%

## Consumo de bebidas

Alimento	Pregunta 1 ¿El día de ayer comió...?		Pregunta 2 Hace cinco años, ¿la gente consumía menos...?		Pregunta 3 Dentro de cinco años, ¿la gente consumirá más...?	
	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes	Amas de casa	Adolescentes y jóvenes
<b>Refresco</b>	56%	64%	45%	41%	78%	81%
Aguas frescas	55%	57%	29%	25%	69%	68%
<b>Agua embotellada</b>	52%	52%	51%	55%	88%	84%
Leche	51%	42%	17%	16%	79%	77%
<b>Café</b>	29%	21%	32%	33%	71%	74%
Bebidas en polvo	11%	14%	60%	57%	69%	80%
<b>Jugo envasado</b>	10%	14%	62%	58%	77%	80%
Néctar envasado	4%	7%	61%	61%	65%	66%
<b>Bebidas energizantes*</b>	1%	6%	77%	75%	74%	76%

\* Tipo Red Bull o Gladiator.

### **Consumo de alimentos**

De acuerdo con los resultados, la gente cree que la tortilla seguirá consumiéndose de forma permanente, pero creen que antes se comía más tortilla y aunque su consumo será el más fuerte, habrá una pequeña reducción. Lo mismo sucede con las frutas frescas y las verduras.

En el caso de los frijoles, están conscientes de que ha descendido su consumo pero prevén que repuntará.

En cuanto a los cereales de caja, responden que se comían menos, pero el grupo considera que en el futuro habrá un aumento en su consumo, igual que en el arroz, el huevo y la carne, que consideran que tuvo un menor consumo, pero creen que éste aumente con el tiempo.

El yogurt es uno de los productos que se prevé tendrán un crecimiento bastante alto. La pasta y la salchicha lo harán de igual manera así como las barras de cereal y el atún.

Se puede decir que todos los alimentos que hace cinco años o actualmente se consumen menos, como los guisos envasados, el puré de tomate, sardinas, las sopas, verduras y frutas enlatadas, se irán incorporando en una mayor proporción en el consumo diario, donde la facilidad y la practicidad para preparar alimentos hará que cambie la costumbre de dedicar más tiempo a cocinarlos y prepararlos en casa.

### **Consumo de aderezos**

En el caso del consumo de aderezo que acompaña las ensaladas, tenemos un patrón que se repite en el incremento de su ingesta. Crecerá más el consumo de los chiles naturales o envasados que las salsas hechas en casa. El resto de los aderezos de factura industrial tendrán un aumento en el consumo, y esto impactará en los hábitos de alimentación del mexicano.

### **Consumo de bebidas**

Se prevé el aumento al consumo tanto en los refrescos como en el agua embotellada. En el caso del consumo de aguas frescas, según los encuestados, permanecerá en el estado en que se encuentra y la leche consideran que tenderá a subir.

El café, las bebidas en polvo, el jugo envasado y el néctar envasado que hoy tienen menor consumo, se cree que aumentarán en el futuro pues serán vistas como formas de hidratación.

Elaumento más dramático, lo constituye el consumo de las bebidas energizantes que en el pasado era menor, pero se prevé un aumento exponencial en los próximos años, sobre todo entre los jóvenes y los adultos jóvenes.

### **Consumo de alimentos por ciudad y tipología**

Tanto la Ciudad de México como la de Guadalajara tienen patrones similares de consumo respecto a los alimentos que hemos venido estudiando. En el caso de Monterrey, la tortilla se consume menos y aumenta en Mérida y Tijuana.

Las frutas frescas y las verduras son menos consumidas en Monterrey y es prácticamente igual su consumo en México, Guadalajara y un poco menor en Mérida y Tijuana. Los frijoles, sin embargo, se consumen prácticamente igual en las cinco ciudades estudiadas.

El consumo del cereal de caja desciende en Monterrey y prácticamente es igual en el resto de las ciudades. El arroz y los huevos, tienen un comportamiento igual en todas las ciudades; al revés, la carne es mucho más consumida en Monterrey que en el resto de las otras ciudades.

El yogurt se consume poco en Monterrey y casi igual en México, Guadalajara, Mérida y Tijuana.

La pasta se consume más en la Ciudad de México y en Monterrey y menos en Guadalajara, Mérida y Tijuana.

Las salchichas prácticamente se consumen por igual en todas las ciudades.

Las barras de cereal se consumen casi al doble en Mérida y Tijuana que en México, Guadalajara y Monterrey.

El atún se consume más en la Ciudad de México y Tijuana, y menos en las otras tres ciudades.

Los guisos envasados se consumen menos en Monterrey y la Ciudad de México y más en las otras tres ciudades.

El puré de tomate se consume más en Mérida, Tijuana y Guadalajara y casi la mitad en México y Monterrey. El mismo caso es para las sopas enlatadas.

Las verduras en lata se consumen en una tercera parte de la población, en las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey; en cambio, en Mérida y Tijuana, se consumen al doble.

La fruta en almíbar se consume poco o muy poco en Monterrey y tres veces más en el resto de las ciudades.

La sardina se come poco en Monterrey y Tijuana, y prácticamente cinco veces más en México, Guadalajara y Mérida.

A través de estos resultados, podemos concluir que Monterrey es la ciudad que más se distingue en el consumo con respecto a las otras ciudades, seguido por pequeñas diferencias en las otras cuatro ciudades.

### **Tipología y alimentos**

Por tipo de actitud, las personas desinteresadas son las que tienen mayor diferencia con respecto a las otras.

Los glotones tienen altos consumos en fruta, huevo, carne y guisos.

Entre los conscientes, baja el consumo de la tortilla, sube el de la fruta y verduras frescas, los cereales de caja, el yogurt, las barras de cereal y los guisos envasados.

En el caso de los hedonistas, son los que más tortilla y guisos envasados comen, así como carne y pasta.

### **Consumo de aderezos por ciudad y tipología**

Los aderezos tienen un comportamiento distinto al resto de los alimentos, demostrando que la cocina en cada entidad tiene sus características especiales de sabor.

La salsa casera se consume casi igual en todas las ciudades exceptuando Mérida donde se prefieren los chiles, al igual que en Guadalajara.

La mayonesa se consume más en Guadalajara y Monterrey; la salsa cátsup, más en Guadalajara y Tijuana, mientras que la salsa enlatada se consume el doble en Mérida y Tijuana que en el resto de las ciudades.

La mermelada se consume más en la Ciudad de México, Guadalajara y Tijuana. Los aderezos para la ensalada se consumen con mayor preferencia en Guadalajara y Tijuana; la mostaza tiene un alto nivel de consumo en Mérida.

Se puede decir otra vez que Monterrey es la que más difiere en el consumo que el resto de las otras ciudades.

Por tipologías, el consumo de aderezos no muestra grandes cambios, y en el orden de salsa casera a mostaza, sólo destaca el caso de los glotones que consumen casi el doble de mermelada que el resto de las clasificaciones.

### **Consumo de bebidas por ciudad y tipología**

El refresco, las aguas frescas y el agua embotellada así como la leche, son las cuatro bebidas principales que acompañan a los alimentos.



El refresco alcanza en Monterrey y Mérida el mayor nivel de consumo; en cambio, en la ciudad de México, Guadalajara, Mérida y Tijuana se consumen más aguas frescas. El agua embotellada se consume por igual en casi todas estas ciudades.

La leche se consume prácticamente igual en todas las ciudades, a excepción de Monterrey, donde su consumo representa la mitad frente al resto de las ciudades.

Tijuana es la ciudad donde más se consumen bebidas hechas a base de polvo. Los jugos envasados tienen su mayor nivel de consumo en Mérida, Tijuana, la Ciudad de México y Guadalajara; comparativamente, Monterrey consume menos de la mitad de estas bebidas.

En lo que se refiere al néctar, se consume mucho en Mérida, prácticamente igual en México y Tijuana, menos en Guadalajara y casi nada en Monterrey.

Las bebidas energizantes se consumen tanto o más que el néctar en Tijuana, un poco menos en Mérida y muy poco en las otras tres ciudades.

Se repite el patrón que nos muestra que Monterrey tiene un consumo diferente al resto de las ciudades.

Por tipologías, los hedonistas consumen más refresco. Los desinteresados, más aguas frescas y agua embotellada, así como leche. Prácticamente todos consumen igual de café y bebidas en polvo, y lo mismo ocurre con el consumo de jugos envasados, néctar y bebidas energizantes. Los conscientes son los que consumen menos refresco y más agua embotellada, aunque también les gustan las aguas frescas. El glotón tiene altos consumos en las cuatro primeras categorías y un patrón parecido al resto de las otras tipologías en cuanto a jugos envasados, néctar y bebidas energéticas.

## **2.5 Atributos de alimentos, aderezos y bebidas**

### **2.5.1 Atributos diferenciadores de alimentos**

Tanto las mujeres como los jóvenes tienen una imagen de los alimentos, los aderezos y bebidas, que responden a los atributos que ellos perciben y que determinarán sus decisiones de compra.

#### **Amas de Casa**

Las amas de casa consideran nutritivas las frutas y verduras frescas, el yogurt, el atún, los cereales y las barras de cereal o de fibra. Asimismo,

consideran sabrosos al yogurt, el frijol, el atún, la carne de res, los cereales, el huevo y el arroz. De esta manera, tanto el yogurt como el atún, los cereales y las barras de cereal, son considerados alimentos nutritivos y sabrosos para casi la mitad de las amas de casa.

Los alimentos que consideran llenadores y que tienen un gran consumo, son la salchicha, la pasta y la tortilla. Los guisos envasados, la salchicha, la pasta, las frutas en almíbar, las sopas y cremas enlatadas son vistos como engordadores.

Alimentos que ellas consideran prácticos, sin otro atributo nutricional, son: la sardina, las verduras enlatadas o envasadas y el puré de tomate empacado.

### **Jóvenes**

Para los jóvenes, las verduras frescas, las frutas frescas, el yogurt, los cereales y las barras de cereal o fibra son considerados nutritivos; mientras que el frijol, el huevo y el arroz son vistos como sabrosos. La salchicha, la pasta y la tortilla, los guisos envasados, la pasta, las sardinas, el atún, la fruta en almíbar, la carne de res, las sopas y las cremas enlatadas son alimentos que se consideran llenadores y engordadores.

Los alimentos prácticos para los jóvenes, son las verduras enlatadas o envasadas y el puré de tomate.

Podemos concluir que los frijoles, el arroz, las verduras frescas, la fruta fresca, el yogurt, los cereales y las barras de cereal y fibra, tienen la misma imagen para ambos segmentos.

Los jóvenes consideran a las salchichas, la pasta y la tortilla como alimentos llenadores. Los guisos envasados, la pasta, la salchicha, las frutas en almíbar, las sopas y cremas enlatadas, son considerados en la mayoría engordadores.

Finalmente, los dos grupos consideran a las verduras enlatadas o envasadas y al puré de tomate empacado, como alimentos prácticos.

## **2.5.2 Atributos diferenciadores de aderezos**

### **Amas de casa**

Para las amas de casa, las salsas caseras naturales son nutritivas y sabrosas. Asimismo, consideran que los aderezos para ensaladas son llenadores, y la mostaza, la salsa cátsup, los chiles naturales o envasados y la

mermelada, los consideran engordadores. Las salsas enlatadas y envasadas son vistas como prácticas.

### **Jóvenes**

Para los jóvenes, la salsa casera natural es nutritiva y sabrosa, por eso es la que más consumen. Consideran llenadora a la mermelada y engordadores a la mayonesa, mostaza, aderezos para ensalada, salsa cátsup y chiles naturales y envasados.

De este modo podemos concluir que hay coincidencias respecto a la salsa casera natural, ya que se considera nutritiva y sabrosa; en cambio, la salsa enlatada o envasada, sólo se considera práctica. La mayonesa, la mostaza, la salsa cátsup y los chiles naturales o envasados son considerados como alimentos engordadores.

## **2.5.3 Atributos diferenciadores de bebidas**

### **Amas de casa**

El néctar, el café, la leche y las aguas frescas de sabores, son considerados sabrosos y nutritivos. El refresco es considerado llenador y a su vez engordador. Los jugos envasados y el agua embotellada son considerados como llenadores; las bebidas de sabores en polvo y las bebidas energizantes, como prácticas.

### **Jóvenes**

El néctar, la leche y las aguas frescas de sabores son considerados como sabrosos y nutritivos. El refresco es considerado engordador así como el jugo envasado. Como bebidas prácticas, se toman en cuenta las bebidas de sabores hechas a base de polvo, el agua embotellada y las bebidas energéticas.

De tal suerte que el néctar, la leche y las aguas frescas son considerados por los jóvenes y las amas de casa como nutritivos y sabrosos; el refresco, como engordador y llenador; las bebidas de sabores en polvo y energéticas, como prácticas.

#### **2.5.4 Preferencia por alimentos frescos y procesados**

Es muy importante conocer cómo se perciben los alimentos frescos y procesados por ambos grupos, pues esto implica la facilidad y el menor trabajo en la preparación de los procesados, contra la necesidad de elaboración de los frescos.

En el caso de las amas de casa, prácticamente la mitad prefiere consumir alimentos procesados y la otra, frescos. En los jóvenes, los alimentos procesados son preferidos en mayor cantidad (55%) que los frescos.

Para las amas de casa que prefieren los enlatados, reconocen que su consumo ha aumentado. Siguen en orden descendente, los que calientan o cocinan en horno de microondas y por último los congelados, refrigerados y deshidratados. En el caso de los adolescentes y jóvenes, son los que se cocinan o calientan en microondas los preferidos, siguiendo los enlatados y concuerdan con las amas de casa, en un valor mucho menor de los congelados, refrigerados y deshidratados.

#### **2.5.5 Preferencia por alimentos frescos vs. procesados por ciudad, nivel socioeconómico y tipología**

Las ciudades de México, Mérida y Tijuana, tienen una alta preferencia por los alimentos procesados, aunque ésta es menor en Guadalajara y mucho más baja en Monterrey. Así, los alimentos frescos tienen menor consumo en la ciudad de México, Guadalajara, Mérida y Tijuana, pero aumenta considerablemente en Monterrey.

Por niveles socioeconómicos, los de altos ingresos prefieren los alimentos procesados y a medida que baja el nivel de ingresos, desciende la preferencia, hasta un 20% menos con respecto al nivel más bajo.

Al contrario, los alimentos frescos tienen un consumo 20% más bajo en los niveles económicos de altos ingresos y asciende a medida que baja el ingreso, hasta el caso de los niveles D y E, en que seis de cada diez consumidores prefieren los frescos.

Por tipologías, las personas hedonistas y glotonas prefieren los procesados, mientras que las conscientes prefieren los frescos; los demás no muestran una inclinación por alguno de ellos.

#### **2.5.6 Razones de preferencia por alimentos procesados**

Tanto amas de casa como adolescentes y jóvenes, prefieren estos alimentos porque ahorran tiempo y son fáciles en su uso y consumo.

### **2.5.7 Razones de preferencia por alimentos frescos**

Tanto las amas de casa como los adolescentes y jóvenes consideran que los alimentos frescos son nutritivos y saludables; de hecho, son los que más menciones tienen entre los atributos para consumirlos.

### **2.5.8 Imagen de otros alimentos**

Para las amas de casa, en casi un 80% consideran que los alimentos con fibra ayudan a bajar de peso y la mitad opina que los alimentos bajos en colesterol ofrecen más beneficios que otro tipo de alimentación.

Un 30% considera que los alimentos orgánicos no contienen bacterias y un 25% cree que los alimentos y bebidas *light* no contienen ingredientes nocivos para la salud, por lo que la mayoría tiene sus dudas al respecto.

El 70% de los jóvenes y adolescentes cree que los alimentos con fibra ayudan a bajar de peso y que los bajos en colesterol ofrecen más beneficios que otros alimentos. En cambio, sólo un 30% considera que los alimentos orgánicos no tienen bacterias y por último, un 25% cree que los alimentos y bebidas *light* no contienen ingredientes nocivos para salud.

Así, vemos cómo una gran mayoría está de acuerdo en los beneficios saludables de los alimentos con fibra y bajos en colesterol, y no están tan convencidos de la inocuidad y los beneficios de los alimentos orgánicos y *light*.

### **2.5.9 Imagen de alimentos por ciudad y tipología**

Por unanimidad, en las cuatro ciudades estudiadas, perciben los beneficios de los alimentos con fibra. Asimismo, más de la mitad de los habitantes de estas ciudades consideran que los alimentos bajos en colesterol ofrecen beneficios y por el contrario, los alimentos orgánicos y las bebidas y alimentos *light*, tienen un perfil bajo, pues solamente la tercera parte de la población considera que no tienen bacterias o que sus ingredientes no son nocivos para la salud.

Estos resultados se repiten desde las tipologías, pues tanto hedonistas, como desinteresados, conscientes y glotones tienen la misma percepción, ya que la mayoría reconoce los beneficios de la fibra; más de la mitad está de acuerdo en que los alimentos bajos en colesterol son benéficos; una tercera parte no cree en la inocuidad de los orgánicos, desconfía de los ingredientes de las bebidas y alimentos *light* y los considera nocivos para la salud.

### 2.5.10 Fuentes de información sobre alimentos y bebidas

Los entrevistados (amas de casa, adolescentes y jóvenes) creen mayoritariamente que la publicidad influye en una gran medida en el consumo de los alimentos que ingieren; mientras que a la familia y los reportajes en los medios los ven como canales de menor influencia.

La información y los productos ofrecidos en las tiendas, tienen una menor influencia, así como la opinión de los especialistas, la información en etiquetas, la de amigos y compañeros.

### 2.5.11 Conclusiones

Podemos decir que las tendencias generales para el consumo de alimentos, aderezos y bebidas en mujeres, así como adolescentes y jóvenes, descritas en este estudio, tienen una cualidad especial: buscar productos que les faciliten la vida y además que sean razonablemente saludables y nutritivos.

Encontramos que día a día, la gente consume más alimentos procesados y esto incluye, por ejemplo a: frutas, verduras y salsas enlatadas. Asimismo, se prevé que en el futuro aumente el consumo de las barras de cereal, los cereales y el yogurt.

Con respecto a las bebidas, se vislumbra el aumento considerable del consumo de agua embotellada y jugos envasados, sobre todo por su percepción de beneficios de higiene y practicidad. Las bebidas energizantes que tienen ahora un bajo consumo, muestran una tendencia a aumentar, sobre todo en adolescentes y jóvenes, por su beneficio funcional e inmediato, así como por la moda.

Los empaques preferidos son los más recientes y novedosos como el *tetrabrick*, el plástico PET y las botellas *squeeze*, ya que ofrecen una mayor practicidad, seguridad e higiene. Los productos enlatados tienen una tendencia creciente, pero menor a los empaques antes mencionados.

Por último, a pesar de que el vidrio es concebido como mejor para la conservación de los alimentos, tiende a decrecer, pues no pueden competir con el PET, ya que éste tiene una mayor connotación de seguridad y practicidad.

En cuanto a la valoración de imagen de los alimentos, el factor más importante para la elección de alimentos y bebidas es el sabor, cosa que prefieren especialmente los adolescentes y jóvenes; en cambio, los nutritivos y saludables, son muy apreciados por las amas de casa.

Asimismo, la practicidad es más importante para las amas de casa, aunque es menor para los adolescentes y jóvenes, que están más preocupados por consumir alimentos que sean llenadores y no engorden.

Los alimentos en estado natural y frescos, se perciben sabrosos, nutritivos y saludables en comparación con los procesados; el ejemplo particular son las frutas y las verduras.

Sin embargo, los alimentos procesados y/o enlatados, se perciben mucho más prácticos; como ejemplo tenemos la salsa casera contra la envasada, razón por la cual se prefieren los envasados sobre los frescos.

De igual manera, existe una cierta imagen negativa en torno a la inseguridad y el valor nutritivo de los alimentos enlatados, pues se cree que contienen plomo, menos nutrientes, son menos frescos y tienen conservadores artificiales; por lo tanto se percibe como peligroso consumir alimentos en latas.

Por su parte, los alimentos que contienen fibra tienen una imagen favorable entre los consumidores, ya que se consideran benéficos para el organismo y que ayudan a bajar de peso.

Los productos bajos en colesterol tienen una imagen positiva, pues ofrecen más beneficios que el resto de los alimentos.

Los alimentos y bebidas *light* tienden a asociarse con ingredientes nocivos para la salud, mientras que los productos orgánicos llegan a considerarse poco higiénicos.

La publicidad se considera de manera abrumadora como el factor que más influye en el consumo de alimentos, seguida de la familia.

Así, los consumidores esperan que los alimentos contengan una combinación entre sabor, naturalidad, valor nutritivo y ser saludables; y esperan que los empaques sean amigables, seguros, duraderos y facilitadores.

En una secuencia de beneficios, destacan en los primeros lugares, la nutrición y la salud como ejes de las decisiones racionales de compra y consumo, la funcionalidad está representada por la seguridad y la practicidad. Las decisiones emocionales-sensoriales son determinadas por el disfrute de los alimentos y las bebidas.

### 3. ALIMENTACIÓN RURAL

Antes de entrar de lleno en el análisis de la alimentación en el medio rural, es preciso hacer algunas aclaraciones. Para entender el tamaño de una población rural, debemos dimensionarla: una población de 2,500 habitantes implica 50 cuadras, donde habrían siete de largo por tres o cuatro de ancho; o sea la calle principal y unas cuantas aledañas y de este tamaño hacia abajo, es el resto de las poblaciones. Además de ser pequeñas, están dispersas en gran parte del territorio y representan el 23.15% de los habitantes del país.

La población semiurbana representa el 23.85% del total en México y contempla a poblaciones desde 2,500 hasta 49,999 habitantes.

#### Población total y relativa y tamaño de la localidad de residencia

Tamaño de la localidad	Población	
	Total 112,322,757	Relativa 100
Estados Unidos Mexicanos		
1-2,499 habitantes	26,001,607	23.15
2,500-4,999 habitantes	6,379,007	5.68
5,000-9,999 habitantes	6,090,221	5.42
10,000-14,999 habitantes	3,669,431	3.27
15,000-29,999 habitantes	6,379,941	5.68
30,000-49,999 habitantes	4,265,459	3.80
50,000-99,999 habitantes	5,937,690	5.29
100,000-499,999 habitantes	22,499,755	20.03
500,000 y más habitantes	31,099,646	27.69

Fuente: INEGI, *Censo de Población 2010*.



## Distribución de la población por tamaño de localidad 2005

Tamaño de localidad (población)	Número de localidades	Población (millones de habitantes)	Porcentaje de la población
Más de 500,000	34	29.1	28.20
De 50,000 a 499,999	162	26.5	25.61
De 2,500 a 49,999	2,994	23.4	22.67
De 100 a 2,499	47,233	21.8	21.15
Menos de 100	137,515	2.4	2.36
<b>Total</b>	<b>187,938</b>	<b>103.3</b>	<b>100.00</b>

Fuente: INEGI. *II Censo de Población y vivienda 2005*. Datos a la fecha del Censo (17 de octubre de 2005).

Como podemos observar, realizar un estudio profundo sobre el consumo de alimentos en las localidades de menos de 2,500 habitantes y especialmente en las de menos de 100, resulta un trabajo titánico y costoso, pues requeriría un verdadero ejército de encuestadores para lograr cubrir un número suficiente de localidades que fuera representativo de la encuesta a realizar.

Para poder dimensionar la capacidad de gasto del mundo rural y semiurbano, tenemos que considerar los niveles de pobreza extrema.

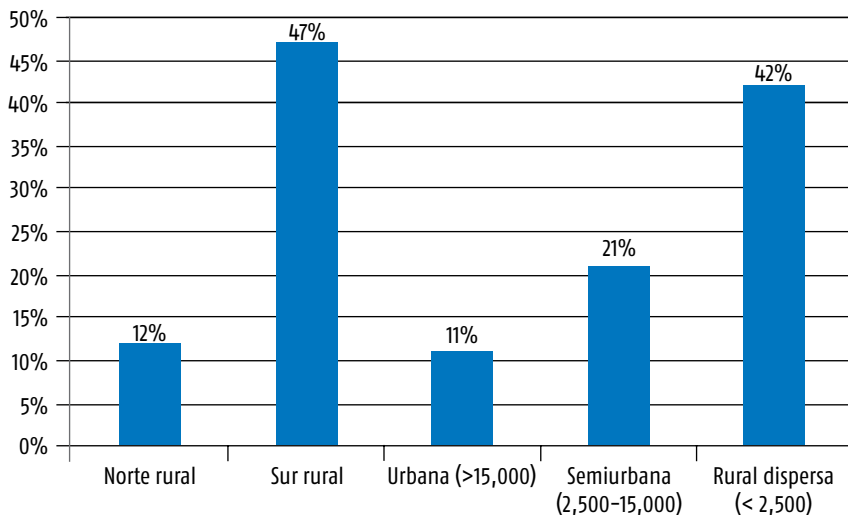
## Incidencia de la pobreza extrema

	Tasa de pobreza extrema nacional	Tasa de pobreza extrema rural	Proporción de la pobreza extrema nacional en zonas rurales
1950	62%	Datos no disponibles	Datos no disponibles
1956	64%	Datos no disponibles	Datos no disponibles
1958	61%	Datos no disponibles	Datos no disponibles
1963	46%	Datos no disponibles	Datos no disponibles
1968	24%	Datos no disponibles	Datos no disponibles
1977	25%	Datos no disponibles	Datos no disponibles
1984	23%	Datos no disponibles	Datos no disponibles

	Tasa de pobreza extrema nacional	Tasa de pobreza extrema rural	Proporción de la pobreza extrema nacional en zonas rurales
1989	23%	Datos no disponibles	Datos no disponibles
1992	23%	36%	66%
1994	21%	37%	73%
1996	37%	52%	57%
1998	34%	52%	62%
2000	24%	42%	68%
2002	20%	35%	66%
2004	17%	28%	60%

Fuente: Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos, *Política agropecuaria y Pesquera de México*, p 65.

### Variaciones en la pobreza extrema por región y por tamaño de localidad en 2002



Fuente: OCDE, *Política agropecuaria y pesquera de México*, p 64.

## Población en situación de pobreza a nivel nacional, urbana y rural desde 1992

		1992*	1994*	1996*	1998*	2000	2002	2004
		<b>Absoluta: número de personas en millones</b>						
<b>Nacional</b>	<b>Extrema (alimentos)</b>	20	19	35	33	24	21	18
	<b>Capacidad</b>	25	27	43	40	31	28	26
	<b>Ingreso</b>	46	51	65	62	53	51	49
<b>Urbana</b>	<b>Extrema (alimentos)</b>	ND	ND	ND	ND	8	7	7
	<b>Capacidad</b>	ND	ND	ND	ND	12	11	12
	<b>Ingreso</b>	ND	ND	ND	ND	26	26	26
<b>Rural</b>	<b>Extrema (alimentos)</b>	ND	ND	ND	ND	16	13	11
	<b>Capacidad</b>	ND	ND	ND	ND	19	17	14
	<b>Ingreso</b>					37	25	23
		<b>Relativa: proporción de la población de interés en porcentaje</b>						
<b>Nacional</b>	<b>Extrema (alimentos)</b>	23	21	37	34	24	20	17
	<b>Capacidad</b>	28	29	45	41	32	27	25
	<b>Ingreso</b>	53	56	70	64	54	51	47
<b>Urbana</b>	<b>Extrema (alimentos)</b>	14	10	27	21	13	11	11
	<b>Capacidad</b>	18	17	35	29	20	17	18
	<b>Ingreso</b>	44	44	62	56	44	42	41
<b>Rural</b>	<b>Extrema (alimentos)</b>	36	37	52	52	42	35	28
	<b>Capacidad</b>	42	46	60	58	50	44	36
	<b>Ingreso</b>	65	72	81	75	69	65	57

Fuente: OCDE, *Política agropecuaria y pesquera de México*, p 64.

\* Antes del año 2000 no existía el mismo sistema de medición de la pobreza; por lo tanto, no se incluyen las cifras.

Como podemos apreciar, la diferencia que existe entre las diversas zonas rurales del país hace que sea prácticamente imposible realizar un diagnóstico y un estudio específico general, pues tendríamos que realizar diversos análisis por región (en el norte, el centro y el sureste), ya que su realidad es totalmente distinta.

Mientras en el norte, la pobreza extrema en el medio rural alcanza niveles muy parecidos a los de la pobreza urbana, en el sureste se cuadruplica esta proporción; y en aquellas poblaciones mayores a 2,500 habitantes,

encontramos que la marginación es el doble de la urbana. Asimismo, la dispersión de los poblados menores a 2,500 habitantes impide un estudio homogéneo de las costumbres alimentarias.

Para describir la alimentación rural, acudimos al libro *La tortilla de alto valor nutritivo* de Adolfo Chávez y Miriam M. de Chávez,<sup>31</sup> donde se describe el tipo de alimentación en dos comunidades de alrededor de 800 habitantes. A continuación, una tabla que ejemplifica este estudio:

### Consumo cualitativo de 24 horas de 150 familias de cada comunidad

Alimento	El Rincón		Yosphi	
	Desayuno	Comida	Desayuno	Comida
<b>Tortilla</b>	93.2%	98.6%	94.7%	100%
Frijol	70.3%	66.2%	67.1%	40.85
<b>Nopal</b>	25.7%	13.5%	38.2%	19.7%
Salsa de chile*	33.8%	35.1%	35.5%	18.4%
<b>Chile solo</b>	12.6%	12.6%	15.2%	15.2%
Azúcar	18.9%	2.7%	18.4%	3.9%
<b>Harina de maíz</b>	8.1%	1.0%	9.2%	5.3%
Aceite	5.4%	1.5%	25.0%	15.5%
<b>Pasta</b>	0.0%	4.1%	9.2%	10.5%
Leche	2.7%	2.7%	9.7%	0.0%
<b>Huevo</b>	4.1%	8.1%	5.3%	1.3%
Refresco	5.4%	2.7%	2.6%	2.6%
<b>Carne</b>	1.4%	1.4%	2.6%	1.3%
Papa	4.1%	8.1%	1.3%	32.9%
<b>Pan</b>	4.1%	0.0%	1.3%	0.0%

\* Con jitomate o tomate, cebolla, chile y a veces ajo.

Escogimos este índice porque los resultados son representativos de poblados dispersos. Ahora bien, a medida que el tamaño de la localidad aumenta y su distancia con poblaciones semiurbanas es menor, esta dieta puede variar, pues de acuerdo con datos de la OCDE, el origen y nivel de

31. Chávez, Adolfo y Miriam M. de Chávez, *La tortilla de alto valor nutritivo*, México, Editorial McGraw Hill, 2004.

ingresos de la población rural ha cambiado entre 1992 y 2004. En 1992 las fuentes principales de ingreso eran los salarios no agropecuarios (22.8%), las actividades independientes no agrícolas (15.5%), los salarios agropecuarios (9%), la agricultura independiente (28.7%), las transferencias nacionales entre hogares (8.6%), las transferencias de Oportunidades y PROCAMPO (1.6%), las transferencias internacionales (2%) y los ingresos por propiedad y otros (11%).

En 2004 los salarios no agropecuarios ya representaban el 36.3%, las actividades independientes no agrícolas el 18.5% y los salarios agropecuarios representaban el 8.2%, la agricultura independiente el 9.1%, la transferencia nacional entre hogares el 4.6%, las transferencias de Oportunidades y PROCAMPO 4.2%, las transferencias internacionales 4.1% y las pensiones 3.7%, los ingresos por propiedad y otros, el 11.2%.

Por esto, podemos decir que, en 2004, el 54.8% de los ingresos del medio rural provenían de actividades no agrícolas, con lo que se puede asegurar que la economía rural se está monetizando poco a poco y el autoconsumo se va reduciendo.

En el Comunicado número 27-II del INEGI, donde se hace un resumen de los resultados de la Encuesta Nacional de Ingreso-Gasto de los Hogares de 2010, vemos que el autoconsumo y las remuneraciones en especie se reducen aún más: con el 16.6% la primera y 40% la segunda; esto significa que la realidad rural va cambiando y que más aún, mucho del ingreso se debe a transferencias, tanto de particulares como gubernamentales, y avanzamos por lo tanto, hacia un sistema donde el ingreso depende en gran medida, de formas asistenciales.

Asimismo, reproducimos tres cuadros que hace CONEVAL en su publicación «Dimensiones de la seguridad alimentaria» de un estudio denominado *Encuesta nacional de abasto, alimentación y estudio nutricio en el medio rural*,<sup>32</sup> donde demuestra el abasto para 90 localidades y recopila también cálculos del Hospital Infantil de México «Federico Gómez».

---

32. Consejo Nacional de Evaluación de la Política Social, *Encuesta Nacional de Abasto, Alimentación y Estudio Nutricio en el medio rural*, México, CONEVAL, 2010.

## Tipo de Establecimiento en las localidades rurales de la ENAAEN

Tipo de establecimiento	Número	%
Tiendita o tienda de abarrotes	821	70.5
<b>Supermercado</b>	4	0.3
Mini súper	15	1.3
<b>Tienda Diconsa</b>	39	3.3
Tortillería	36	3.1
<b>Carnicería</b>	40	3.4
Pollería	32	2.7
<b>Tianguis semanal</b>	11	0.9
Panadería	17	1.5
<b>Frutería o verdulería</b>	18	1.5
Lechería, cremería	2	0.2
<b>Otro</b>	108	9.3
Sin especificar	22	1.9
<b>Total</b>	1.165	100
<b>Establecimientos por localidad</b>		
Promedio	12.9	–
Mediana	12.5	–
Mínimo	2	–
Máximo	21	

Fuente: Consejo Nacional de Evaluación de la Política Social, *Encuesta Nacional de Abasto, Alimentación y Estudio Nutricio en el medio rural*, México, CONEVAL, 2011.

## Porcentaje de localidades con punto de venta para cada grupo de alimentos

Grupos	Se vende en la localidad %	No se vende en la localidad %
Cereales	100	0
Huevo	100	0
Grasas	100	0
Azúcar	100	0
Bebidas	100	0
Leguminosas	92.2	7.8
Lácteos	90	10

Grupos	Se vende en la localidad %	No se vende en la localidad %
Carne, pollo y embutidos	90	10
Verduras	86.7	13.3
Frutas	78.9	21.1

Fuente: Consejo Nacional de Evaluación de la Política Social, *Encuesta Nacional de Abasto, Alimentación y Estudio Nutricio en el medio rural*, México, CONEVAL, 2011.

### Distribución porcentual de número de tipos de alimentos existentes al momento del levantamiento de la ENAAEN dentro de los hogares no indígenas e indígenas de localidades rurales

Tipos	Indígenas n= 1080		Indígenas n = 881	
	<2	2	<2	2
Frutas	63.8	36.2	87.3	12.7
	<3	3	<3	3
Verduras	36	64	62.5	37.5
	<2	2	<2	2
Cereales y tubérculos	14.3	85.7	28.9	71.1
	<1	1	<1	1
Lácteos	50.5	49.5	79.2	20.8
	<1	1	<1	1
Huevo	47.4	52.6	72.4	27.6
	<1	1	<1	1
Cárnicos	69.1	30.9	93	7
	<1	1	<1	1
Pescados y mariscos	80.8	19.2	90.4	9.7
	<1	1	<1	1
Leguminosas	26.9	73.1	33.5	66.5
	<1	1	<1	1
Grasas	15.8	84.2	27.4	72.6
	<1	1	<1	1
Azúcar	15.5	84.5	20.7	79.4
	<1	1	<1	1
Bebidas azucaradas	79.7	20.3	89.9	10.1

Fuente: Consejo Nacional de Evaluación de la Política Social, *Encuesta Nacional de Abasto, Alimentación y Estudio Nutricio en el medio rural*, México, CONEVAL, 2011.

Por lo anterior, podemos deducir que alimentos como los cereales, el huevo, las grasas, los azúcares, los refrescos y, en menor medida la leche, la carne, las leguminosas, las verduras y las frutas, tendrán un peso mayor en estas comunidades a medida que la infraestructura carretera y los transportes faciliten que haya actividades fuera de las comunidades y los ejidos.

A pesar de que desde el año 1950 la pobreza extrema se ha ido reduciendo, como se mostró en la tabla «Incidencia de la pobreza extrema», podemos ver que la población rural aún mantiene altos niveles de pobreza y esto determina su alimentación. De la misma manera, debemos hacer notar que en el mundo urbano ha habido cambios profundos en la distribución de alimentos y esto permite que sus habitantes tengan un mejor acceso a ellos, pues además de los medios tradicionales como mercados, mercados sobre ruedas, están las tiendas de autoservicio y las de conveniencia que mantienen en su mayoría, presencia en el mundo urbano; el 90% de ellas están en poblaciones de más de 100,000 habitantes, aunque comienzan ahora a establecerse en poblaciones de 50,000 habitantes y existen planes para llegar a las de 20,000 habitantes.

Como se aprecia en el primer cuadro de la encuesta del CONEVAL, sólo 4 supermercados y 15 minisúpers forman parte de la estadística; por lo que podemos decir que el comercio y el abasto de alimentos fuera del autoconsumo, siguen siendo los medios tradicionales en estas poblaciones, a través de tiendas, mercados de un día a la semana y pequeñas misceláneas.

Con el propósito de analizar el consumo de alimentos en el medio rural, anexamos doce cuadros que muestran tanto el ingreso trimestral general como el gasto en alimentos y bebidas de localidades de 2,500 a 14,999 y de menos de 2,500 habitantes.



## Encuesta Ingreso – Gasto

Análisis de consumo a nivel rural realizado por CANACINTRA, a partir de la Encuesta Ingreso-Gasto 2010 del INEGI

### Tamaño promedio de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de localidad	
	2,500 a 14,999	Menos de 2,500
A/B	5.2	4.9
C+	4.3	3.9
C	4.9	5.1
D+	4.5	4.8
D	3.8	4.2
E	2.8	3.5
<b>Total</b>	4.0	4.2

### Número de hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de localidad		Distribución %	
	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	2,500 a 14,999	Menos de 2,500
A/B	773	5,219	0.00	0.02
C+	20,049	60,318	0.07	0.21
C	593,951	614,074	2.04	2.11
D+	1,024,937	992,292	3.53	3.41
D	1,776,459	2,894,809	6.11	9.96
E	551,147	1,646,194	1.90	5.66
<b>Total</b>	3,967,316	6,212,906	13.65	21.37

La primera gran diferencia que encontramos entre el mundo rural y urbano, es que a medida que baja el ingreso en el mundo rural y semi rural, baja el promedio de hogares por segmentos de localidad, mientras que la mayoría de los hogares en la sociedad urbana están distribuidos en una forma más proporcional. Asimismo, podemos observar que en el mundo rural casi la mitad de los hogares pertenece a los niveles D y E;

por el contrario, en las localidades urbanas la mayoría se encuentra en los niveles C, D+ y D.

### Población de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de localidad		Distribución %	
	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	2,500 a 14,999	Menos de 2,500
A/B	3,989	25,527	0.00	0.02
C+	87,002	233,896	0.08	0.21
C	2,918,664	3,103,994	2.59	2.76
D+	4,654,337	4,775,612	4.13	4.24
D	6,786,769	12,178,808	6.03	10.82
E	1,541,926	5,810,410	1.37	5.16
<b>Total</b>	<b>15,992,687</b>	<b>26,128,247</b>	<b>14.20</b>	<b>23.20</b>

### Ingreso trimestral de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de localidad		Distribución %	
	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	2,500 a 14,999	Menos de 2,500
A/B	341,111,488	2,267,365,704	0.03	0.21
C+	3,389,835,555	9,517,115,201	0.32	0.90
C	35,987,930,548	37,245,438,533	3.39	3.51
D+	31,638,169,562	30,381,338,072	2.98	2.86
D	28,424,238,000	44,249,981,056	2.68	4.17
E	3,788,820,339	10,414,731,879	0.36	0.98
<b>Total</b>	<b>103,570,105,492</b>	<b>134,075,970,445</b>	<b>9.76</b>	<b>12.64</b>

En el cuadro «Población de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad» observamos que la mayoría de la población de las localidades rurales se encuentra en el nivel socioeconómico D que, unido a los del nivel E, conforman casi la cuarta parte de todos los hogares rurales y semi rurales.

De igual manera, el ingreso en el nivel D es el mayor para poblaciones de menos de 2,500 habitantes y en el caso de las localidades semi rurales, este nivel tiene menores ingresos con relación a los C y D+. Asimismo, del total de todo el ingreso del nivel E, la mitad corresponde a localidades de menos de 2,500 habitantes. Por lo que podemos concluir, si comparamos con los niveles de ingreso de las localidades urbanas, que tienen un ingreso de casi la mitad de lo que corresponde al nivel C solamente.

### Ingreso promedio mensual de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Rango de ingreso mensual		Tamaño de la localidad				Total
	Desde	Hasta	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	
A/B	98,500	y más	149,512	152,487	147,094	144,815	149,711
C+	40,600	98,499	58,151	57,475	56,359	52,594	57,642
C	13,500	40,599	21,492	20,780	20,197	20,218	21,176
D+	7,880	13,499	10,347	10,374	10,289	10,206	10,325
D	3,130	7,879	5,704	5,554	5,334	5,095	5,450
E	0	3,129	2,322	2,254	2,291	2,109	2,195
<b>Total</b>	NA		15,302	11,817	8,702	7,193	12,163

### Gasto trimestral en alimentos y bebidas de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de la localidad		Distribución %	
	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	2,500 a 14,999	Menos de 2,500
A/B	24,553,907	51,199,785	0.01	0.02
C+	268,085,083	615,496,970	0.12	0.27
C	6,309,070,584	5,857,342,155	2.79	2.59
D+	8,489,221,771	7,124,504,422	3.76	3.16
D	10,279,277,096	14,835,927,490	4.55	6.57
E	2,170,991,377	5,618,756,492	0.96	2.49
<b>Total</b>	27,541,199,819	34,103,227,314	12.20	15.10

## Gasto trimestral en alimentos y bebidas como del ingreso total de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de la localidad				Total
	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	
A/B	6.8	3.5	7.2	2.3	6.0
C+	11.2	8.6	7.9	6.5	10.5
C	17.6	17.9	17.5	15.7	17.5
D+	25.6	26.0	26.8	23.5	25.5
D	33.6	35.3	36.2	33.5	34.3
E	58.0	58.0	57.3	54.0	55.8
<b>Total</b>	19.5	22.0	26.6	25.4	21.3

## Gasto trimestral en alimentos y bebidas dentro de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de la localidad		Distribución %	
	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	2,500 a 14,999	Menos de 2,500
A/B	15,375,793	35,904,955	0.01	0.02
C+	173,350,672	391,929,427	0.10	0.22
C	4,890,174,003	4,731,878,954	2.72	2.64
D+	7,412,357,648	6,218,659,028	4.13	3.46
D	9,310,023,521	13,864,311,418	5.19	7.72
E	2,017,368,877	5,347,548,191	1.12	2.98
<b>Total</b>	23,818,650,514	30,590,231,973	13.27	17.04

## Gasto trimestral en alimentos y bebidas fuera del hogar por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de la localidad		Distribución %	
	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	2,500 a 14,999	Menos de 2,500
A/B	9,178,114	15,294,830	0.02	0.03
C+	94,734,410	223,567,543	0.20	0.48
C	1,418,896,581	1,125,463,201	3.07	2.43
D+	1,076,864,124	905,845,394	2.33	1.96
D	969,253,575	971,616,071	2.09	2.10
E	153,622,501	271,208,301	0.33	0.59
<b>Total</b>	<b>3,722,549,305</b>	<b>3,512,995,341</b>	<b>8.05</b>	<b>7.59</b>

## Gasto trimestral en alimentos y bebidas fuera del hogar como porcentaje del gasto trimestral en alimentación y bebidas de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad

Nivel socioeconómico	Tamaño de la localidad				Total
	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	
A/B	53.4	35.4	37.4	29.9	51.0
C+	45.2	37.2	35.3	36.3	44.0
C	29.1	23.2	22.5	19.2	27.0
D+	17.8	16.5	12.7	12.7	16.3
D	13.7	12.8	9.4	6.5	11.0
E	16.0	11.1	7.1	4.8	8.2
<b>Total</b>	<b>25.1</b>	<b>18.4</b>	<b>13.5</b>	<b>10.3</b>	<b>20.5</b>

Si relacionamos lo que las localidades rurales gastan en alimentos y bebidas en comparación con las urbanas, encontraremos que éste es prácticamente muy reducido y además, que este gasto es característico de las localidades urbanas ya que, por razones laborales tienen que comer fuera de casa.

## Gasto trimestral en alimentos y bebidas por nivel socioeconómico: distribución porcentual por grupo de alimento

Grupo	A/B	C+	C	D+	D	E	Total
Cereales	5.0	7.1	11.8	16.1	19.1	21.8	14.9
Carnes	10.6	11.5	16.9	19.5	19.1	15.4	17.6
Pescado	3.6	3.0	2.3	1.8	1.7	1.6	2.1
Leche	7.4	7.8	9.6	10.6	10.0	8.4	9.7
Huevo	0.6	0.8	1.8	2.8	3.9	4.9	2.7
Aceites	0.5	0.6	0.9	1.4	1.9	3.0	1.4
Tubérculos	0.4	0.7	1.0	1.3	1.6	1.8	1.3
Verduras	4.6	5.0	7.4	10.0	12.1	16.0	9.6
Frutas	4.6	4.1	3.7	3.3	2.9	2.4	3.4
Azúcar	0.2	0.4	0.6	1.0	1.5	2.9	1.0
Café	0.9	0.8	0.7	0.8	1.0	1.5	0.8
Especias	0.6	0.7	0.7	0.9	0.8	0.9	0.8
Otro alimento	5.0	6.7	8.2	6.8	5.5	4.3	6.8
Bebidas	5.2	6.8	7.3	7.6	7.9	7.0	7.4
Subtotal en el hogar	49.0	56.0	73.0	83.7	89.0	91.8	79.5
Fuera del hogar	51.0	44.0	27.0	16.3	11.0	8.2	20.5
Total	100	100	100	100	100	100	100

## Gasto trimestral en alimentos y bebidas por tamaño de localidad: distribución porcentual por grupo de alimento

Grupo	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total
Cereales	12.6	16.1	18.4	19.5	14.9
Carnes	17.1	18.6	19.6	17.4	17.6
Pescado	2.2	2.0	1.9	2.0	2.1
Leche	10.1	9.8	9.5	8.7	9.7
Huevo	2.3	2.7	3.2	4.0	2.7
Aceites	0.9	1.3	2.0	2.8	1.4
Verduras	8.0	9.4	12.1	13.7	9.6
Frutas	3.6	3.0	3.0	3.0	3.4
Azúcar	0.7	0.9	1.4	2.3	1.0

Grupo	100,000 y más	15,000 a 99,999	2,500 a 14,999	Menos de 2,500	Total
Café	0.7	0.7	1.0	1.3	0.8
Espicias	0.7	0.7	0.9	0.9	0.8
Otros alimentos	7.5	7.4	5.1	4.8	6.8
Bebidas	7.5	7.7	7.1	7.3	7.4
Subtotal en el hogar	74.9	81.6	86.5	89.7	79.5
Fuera del hogar	25.1	18.4	13.5	10.3	20.5
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

En cuanto al gasto trimestral en alimentos y bebidas, podemos ver que el rubro de cereales y carnes, además de las verduras, significa el mayor gasto de estas localidades; por el contrario, en el caso de los cereales en las localidades urbanas, desciende y el de carnes es el mayor en localidades semi rurales.

El aceite, la leche, el azúcar y los tubérculos así como el huevo, son muy importantes en la dieta de los segmentos socioeconómicos de bajos ingresos, aunque en las localidades urbanas la leche tiene un mayor consumo.

Lamentablemente, el gasto en alimentos está condicionado a niveles de ingreso, por lo que la pobreza y la falta de oportunidades para tener una dieta mejor y más balanceada está fuera de sus posibilidades, ya que estos ingresos bajos están concentrados en una cuarta parte de todos los productores agropecuarios, que son de origen indígena y que, en más de la mitad de los casos, radican en los Estados de Veracruz, Chiapas, Puebla, Oaxaca, México y Guerrero. Además, hay que considerar que el empleo en el mundo agrícola es eminentemente masculino y sólo el 3.85% de las mujeres trabaja en el campo, directamente en la producción.

La seguridad social tiene poca presencia en el campo. De la población con actividades laborales en el sector agropecuario, de un total de 5 millones 801 mil personas, sólo 418 mil 48 personas fueron derechohabientes del IMSS, aunque esta situación tiende a mejorar a medida que se extiende el Seguro Popular.

Otra característica es que el mundo rural es una sociedad constituida eminentemente por jóvenes, ya que el promedio general de edad es de 20 años y el 70% es menor de 40. Pero día a día aumenta la porción correspondiente a las personas de la tercera edad que son, en muchos casos, los titulares de los derechos ejidales y comunales. A pesar de las

reformas constitucionales que cambiaron las reglas de la tenencia de la tierra, sólo el 15% de la propiedad fue transferida o vendida y se trataba, de hecho, en su mayoría de terrenos semiurbanos que se utilizaron para la construcción de vivienda. Los ejidatarios y comuneros entienden que sus derechos son la única garantía para su vejez y no quieren llegar a un final con incertidumbres; asimismo, ellos saben que juntos tienen un peso político para lograr transferencias gubernamentales y apoyos, por lo que la reforma no tuvo mucho éxito.

Por último, en lo que respecta a las poblaciones semiurbanas que van de 2,500 a 50,000 habitantes, su alimentación irá variando a medida de su tamaño y encontraremos, que las más pequeñas tienen una dieta muy parecida a la del mundo rural y la dieta de las mayores es más parecida a la de los centros urbanos.





## **4. CAMBIOS SOCIOECONÓMICOS, SEGURIDAD ALIMENTARIA, INDUSTRIA DE ALIMENTOS, URBANIZACIÓN, VALORES Y SEDENTARISMO**

### **4.1 Cambios socioeconómicos**

Se acostumbra hablar de la transformación de México a partir de los cambios sociales y económicos que generó la Revolución Mexicana; sin embargo, para poder entender mejor la evolución que ha tenido el país, es necesario revisar estos cambios socioeconómicos desde finales del siglo XIX hasta la década de los 70 en el siglo XX y así comprender cómo fue que sucedieron.

Hay tres etapas fundamentales que debemos analizar: la primera que va de 1856 hasta la década de los 20, la segunda abarca de ahí a los años 70 del siglo pasado y la tercera desde entonces a la fecha. En este período de más de cien años cambiaron una multitud de situaciones en el país. En el año de 1857, México se transformó con la Constitución y posteriormente con las Leyes de Reforma, y con este cambio institucional se destruyeron las bases económicas del orden colonial que subsistieron durante la Independencia.

Tenemos que entender que la transición se efectúa en el marco de una economía pobre y atrasada que durante el siglo XIX no logró superar parte de esos rezagos, pero sí se consigue una cierta convergencia con otros países, sobre todo latinoamericanos, ya que en el siglo XIX la economía mexicana ocupaba el lugar número quince en el análisis de Bulmer-Thomas<sup>33</sup> que abarcó a 20 economías latinoamericanas, y hacia los primeros años del Porfiriato, ya el país ocupaba el tercer puesto después de Argentina y Brasil.

Los liberales en el siglo XIX trataron de replantear a través de la Constitución, un cambio que tenía por eje al individuo en contra de las jerarquías y las corporaciones, haciendo de la propiedad un derecho privado por lo que, al disolver corporaciones tanto eclesiásticas como indígenas, se reformuló el principio de propiedad.

---

33. Bulmer-Thomas, Victor, *et al.* (ed.), *The Cambridge Economic History of Latin America, Vol. II, The Long Twentieth Century*, Cambridge, Cambridge University Press, 2006.

Otro cambio importante es el fin de las alcabalas y con esto, el principio de la creación de un mercado interno que, aunque empezó a gestarse a finales del siglo XIX, hizo que por primera vez empezara a hablarse de un país mucho más integrado económicamente.

Esta movilización de tierra, unida a las reformas a la minería, incorporó gran cantidad de terrenos, sobre todo nacionales, que aumentaron el horizonte agrícola en el norte del país y además, los cambios a las leyes permitieron la modernización de la industria minera.

En cuanto a las relaciones laborales, aunque la Constitución prescribía la libertad de ocupación y prohibía la prestación de trabajos personales sin consentimiento del prestador y eliminaba los tribunales especiales en el ámbito económico y los fueros —sobre todo para mineros y comerciantes—, la inercia heredada del antiguo régimen hizo que en esta área no se realizara un cambio. Asimismo, se prohibieron los estancos y monopolios para lograr una mayor libertad económica y la creación de un mercado nacional interno.

El resultado de la gran cantidad de terrenos y propiedades que significaron los cambios de las Leyes de Reforma, pueden verse en lo económico de esta manera: a lo largo del tiempo que duró el proceso de amortización de bienes, el Estado Mexicano obtuvo 23 millones de pesos por los bienes de las comunidades y 117 millones de pesos a lo largo de los últimos 30 años por la venta de terrenos públicos.

Una mención especial merecen las alcabalas y aduanas interiores, pues los derechos que cobraban estas instituciones eran para los gobiernos estatales, y esto implicó una resistencia que, sin embargo, poco a poco se fue venciendo.

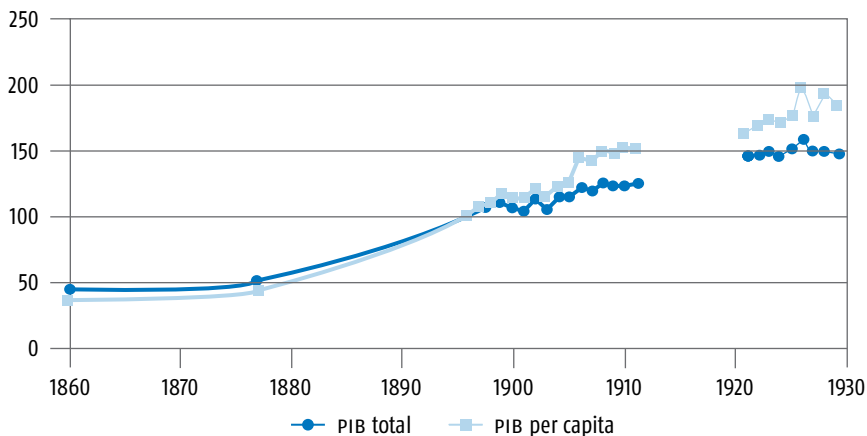
Pese a los cambios que se dieron, y teniendo en cuenta las resistencias que encontraba el Estado Mexicano, se logró hasta el Porfiriato cristalizar las reformas que fueron en algunos casos irreversibles, y en otros, por el contrario, fueron causas de la Revolución Mexicana como los temas de tenencia de la tierra. La política de los liberales, queriéndolo o no, creó una elite agrícola-ganadera; para 1905, sólo 9 mil familias tenían más del 80% de la tierra, con lo que fallaron los planes de los liberales de establecer una gran cantidad de pequeños y medianos agricultores, que sólo en algunas partes del país se vio, además de que los planes de colonización de todo el norte de México resultaron un fracaso.

## Producto Interno Bruto, 1860–1929 (Estimación en valores reales en pesos de 1900)

	Total (millones de pesos)	Cambio anual (porcentaje)	Per cápita (pesos)	Cambio anual (porcentaje)
1860	315	ND	39	ND
1877	456	2.2	47	1.1
1895	1179	5.4	93	3.9
1905	1657	3.5	115	2.1
1910	1799	1.7	119	0.6
1921	1936	0.7	135	1.2
1926	2306	3.6	146	1.6
1929	2217	-1.3	136	-2.3

Fuente: Kuntz Ficker, Sandra, «De las reformas liberales a la gran depresión», en *Historia económica general de México, de la Colonia a nuestros días*, México, El Colegio de México, Secretaría de Economía, 2010, p. 310.

## Evolución del PIB real (Pesos de 1900) 1895–1929



Fuente: Kuntz Ficker, Sandra, «De las reformas liberales a la gran depresión», en *Historia económica general de México, De la Colonia a nuestros días*, México, El Colegio de México, Secretaría de Economía, 2010, p. 311.

En el cuadro y la gráfica anteriores, podemos observar que el desempeño del Producto Interno Bruto de 1860 a 1929 y la evolución del PIB real en

esos años, estimando que la tasa media anual de crecimiento del PIB fue del 3.1% y del 2% del PIB *per cápita*, no se consideraba nada despreciable para los estándares de la época.

Ahora bien, debemos entender que en un esquema donde el 80% de la población era rural y que no estaba incorporada a una economía monetaria, el mercado interno era pequeño y el ahorro que se generaba, era poco. De ahí que gran parte de la transformación económica y de la creación de infraestructura, se dio gracias a la inversión extranjera, sobre todo después de que México logró renegociar su deuda con el extranjero, provocada por la Intervención Francesa; así, pudimos entrar al mercado internacional financiero, en un ambiente global donde los países más desarrollados estaban ávidos de materias primas y podían destinar recursos a la inversión en lugares como México.

Tenemos que tomar en cuenta otro factor: las cuatro grandes crisis que tuvieron lugar en México durante los años 1884-1885, 1891-1893, 1907 y 1921. Las dos primeras debidas a causas internas del país, que coincidieron con una recesión a nivel mundial y la de 1907, externa, debida a otra recesión, que redujo las exportaciones drásticamente. Por último, la de 1921, que presagió la gran depresión del 29.

El crecimiento demográfico fue lento, ya que entre 1850 y 1870 fue inferior al 1% y a partir de 1870, entre el 1 y 2%, por lo que se pasó de una población de 7.9 millones de habitantes en 1854, a 13.6 millones en 1900 y, a 15.2 millones en 1910.

La población se encontraba concentrada en el centro y sur del país, pero con el auge de las compañías deslindadoras, se produjo una emigración hacia el norte, ya que muchas personas huían del desmantelamiento de la propiedad comunal y del encasillamiento de peones en las haciendas. De ahí podemos decir que, durante esas décadas, los Estados del noreste pasaron de tener una población del 17 al 21%, mientras que Zacatecas, Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro, Yucatán, Tabasco y Chiapas, disminuyeron de un 29 a un 20% del total a nivel nacional.

Esta redistribución favoreció también a ciertas zonas del centro, como la Ciudad de México, los Estados de Guerrero, Morelos e Hidalgo y algunas partes de Veracruz; aún así, la población siguió habitando en el medio rural, ya que en 1910 el 70% del total permanecía ahí. A pesar de esto, inició un lento ascenso en la concentración urbana debido al crecimiento de ciudades intermedias de más de 20 mil habitantes, que pasaron de 32 en 1877, a 80 en 1910.

#### **4.1.1 Caminos, ferrocarriles y comunicaciones**

México es un país de inmensas cadenas montañosas, y casi ningún río es navegable; por eso su población se concentró históricamente en el interior y muy poco en las costas, por lo que el transporte dependía especialmente de la construcción de carreteras. Los caminos más importantes seguían siendo el de México a Veracruz y dos rutas que, saliendo de la Ciudad de México, iban hacia San Antonio y Santa Fe, y las que conectaban a zonas más pobladas desde la capital hacia Guadalajara, Acapulco y Oaxaca.

Hacia 1877 existían 8 mil 700 kilómetros de carreteras federales y más de la mitad eran sólo transitables a lomo de animales. Los costos del transporte eran de tal tamaño que impedían la comercialización a larga distancia de productos de bajo valor como el maíz y el frijol e, inclusive productos con mucho más valor como el algodón, azúcar y trigo, tenían unos recargos en el precio final debido al alto costo del transporte que los encarecía. Los que se salvaban eran los metales preciosos, que eran los únicos que podían soportar este precio ya que la falta de infraestructura impedía la creación de un mercado interno nacional.

Hasta el último cuarto del siglo XIX, México no se incorporó al ferrocarril. En 1873, casi 40 años después de que Cuba tuvo un ferrocarril, empezó el desarrollo del de México a Veracruz y a partir de ahí, la apuesta económica del Porfiriato fue desarrollar este medio de transporte.

En vista de la incapacidad de ahorro interno, fue necesario abrir la construcción de ferrocarriles a la inversión extranjera. En menos de 12 años, los ferrocarriles atravesaron el territorio desde la capital hasta la frontera norte, y desde la altiplanicie al Golfo de México. También se construyeron líneas ferroviarias en el Istmo de Tehuantepec y los que tocaron la frontera con Guatemala. Para 1910 México tenía 20 mil kilómetros de ferrocarriles; en contraste, sólo contaba con 13 mil kilómetros de carreteras de calidad desigual.

Este desarrollo ferrocarrilero redujo drásticamente el precio del transporte y promovió una mayor movilización de la población, así como la especialización productiva más acorde con las ventajas comparativas de cada región.

Muchos productos agrícolas para consumo interno, combustibles e insumos para la producción y minerales no preciosos o de baja ley, pudieron ser transportados a menor precio. Los artículos más valiosos como los metales preciosos y algunos artículos de exportación (el café, los tintes y la vainilla) se beneficiaron con esta rebaja del costo.

A esta expansión del ferrocarril, hay que añadir el aumento de las conexiones marítimas y la modernización de los puertos para poder recibir tráfico de altura. Esto es importante porque hay que resaltar que el 69% total del comercio entre 1900 y 1928 se realizó vía marítima, a pesar de que ya la conexión ferroviaria con los Estados Unidos empezaba a convertir a este país en el principal socio económico. A esto hay que añadir que se instalaron 78 mil kilómetros de red telegráfica, nació la comunicación telefónica, se mejoraron los servicios postales y se introdujo el primer cable submarino que conectó a México con diversos países del mundo.

#### **4.1.2 Inversión extranjera**

Hasta 1880, una vez resueltos los problemas de la deuda y garantizada la propiedad, la inversión extranjera fluyó hacia México, concentrándose en el ferrocarril, la minería de plata y el sistema bancario; una década después, en la extracción de oro y metales industriales, así como en la metalurgia en general y, hacia finales del Porfiriato, en los servicios públicos, la electricidad y el petróleo. En el caso del petróleo, la inversión continuó hasta que se descubrieron los campos petrolíferos de Venezuela y afectaron esta rama económica.

Para 1910 México había recibido 700 millones de dólares de inversión extranjera, proveniente de Estados Unidos en un 37%, de Gran Bretaña el 29% y Francia el 27%. México en esa época era el tercer receptor de inversión extranjera de América Latina, con la particularidad de que la fuente de inversión estaba diversificada. A pesar de todo, la inversión estaba más ubicada en la exportación y, en menor medida, en el mercado interno.

#### **4.1.3 Minería**

Esta actividad económica fue una de las mayores receptoras de inversión extranjera y para 1900 había cerca de 800 minas en operación y los mexicanos participaban en más de 150 empresas mineras en todo el país.

Esta inversión trajo consigo un aumento en la innovación y tecnología, que se tradujo en una mayor productividad. Los Estados Unidos trasladaron muchos procesos de producción a México pues, con su afán proteccionista, les representaba un costo mayor hacer su propia producción. La minería logró un mayor valor agregado en su producción, con lo que se multiplicaron los eslabonamientos productivos y la derrama económica.

Cabe indicar que la producción pasó de 25 millones de pesos en 1877 a 240 en 1910, con una tasa de crecimiento del 7% anual y, a pesar de los avatares de la Revolución, alcanzó 336 millones de pesos en 1928. Con una fuerza productiva de 130 mil trabajadores para 1905, la producción *per cápita* rebasó con mucho la de la agricultura, convirtiéndose en una de las actividades más importantes del país.

#### **4.1.4 Comercio exterior, industrialización y mercado interno**

A mediados del siglo XIX, México vendía productos característicos de la economía colonial como tintes, vainilla, maderas preciosas, pieles y cueros; pero, sobre todo se dedicaba a la acuñación de monedas que servía para compensar el déficit de la balanza de pagos.

Por otro lado, las importaciones estaban dirigidas hacia el consumo de una sociedad tradicional y de bienes suntuarios, que consumía la clase acomodada. Productos como textiles, abarrotes, papel, libros, cristal y loza, representaban el 70% del valor de las importaciones. Inglaterra, Francia y Alemania, proporcionaban el 75% de las importaciones mexicanas e Inglaterra absorbía el 77% de las exportaciones.

Hacia finales del siglo XIX, Estados Unidos se convirtió en una pieza clave pues ya enviaba el 14% de las importaciones y adquiría el 16% de las ventas al exterior de México; porcentajes que subieron hacia la década de los 70, al 26% y 36% respectivamente.

Con la mejora de las infraestructuras y de los puertos, el comercio exterior mexicano empezó a diversificarse y se añadieron productos como el henequén, el hule, el chicle y maderas de Veracruz, Campeche y Tabasco; el café de Chiapas y Oaxaca y poco a poco, el plátano, así como garbanzo y jitomate provenientes de Sonora y Sinaloa.

El valor real de las exportaciones aumentó de 5 millones de dólares en 1870 a 158 en 1911, y a 309 millones de dólares en 1925.

A partir de 1900, las importaciones también empezaron a crecer y a diversificarse; no solamente con los productos suntuarios, sino también con maquinaria y equipo, con lo que se puede intuir que la industrialización del país iba creciendo.

Uno de los efectos que permitió la industrialización fue una barrera técnica-monetaria. Al depreciarse la plata hacia finales de siglo, las importaciones se pagaban en oro y como el mercado interno utilizaba plata devaluada, se encarecían las importaciones. Por el otro lado, las exportaciones se cobraban en oro y muchos de los insumos en el país se pagaban



en plata. Con esto, se produjo un sesgo exportador que desapareció cuando el país tomó el patrón oro como medida monetaria.

Las exportaciones no sólo servían para equilibrar las finanzas públicas, sino que su derrama permitía que la economía interna creciera, por lo que propiciaron un desarrollo económico y a medida que aumentó, se fueron inclusive diversificando las industrias proveedoras.

En esa época, gran parte de la infraestructura se construyó para favorecer el aumento de las exportaciones.

A diferencia del sector exportador, donde la inversión extranjera era muy alta, la industria estuvo a cargo de empresarios mexicanos. A finales de 1890, alimentados por las mejoras en la infraestructura de comunicaciones, el proteccionismo arancelario, el paulatino crecimiento del mercado interno y la devaluación de la plata, se favoreció el establecimiento de plantas productoras de cemento y vidrio, al igual que de la industria metalúrgica. Poco a poco hubo un proceso de sustitución de importaciones y el producto industrial creció a una tasa del 3% anual.

Una mención especial merece la industria textil que, entre 1877 y 1910, pasó de 86 fábricas a 145, con un aumento de casi el doble de trabajadores por planta. El florecimiento de esta industria ocurrió especialmente en los Estados de Puebla, Veracruz, Guadalajara, Distrito Federal y Chihuahua. En Torreón y, sobre todo, en Monterrey fue donde empezó a crecer un núcleo de empresarios mexicanos.

A pesar de todo esto, el desarrollo económico quedaba limitado por la pequeña porción de economía monetizada y la gran cantidad de personas atadas a su comunidad o a las haciendas, que participaban en muy poco del mercado.

En el sureste del país, los cultivos de café y henequén emplearon a gran cantidad de personas, pero permanecieron prácticamente como peones con una coerción extraeconómica que no les permitía incorporarse al mercado.

Hacia 1910 los trabajadores del sector moderno de la economía, como los de los ferrocarriles, la industria, la minería y la metalurgia, eran cerca de 800 mil que, con sus familias no llegaban a más de 3 millones 200 mil en su calidad de consumidores. A estos hay que sumar los prestadores de servicio, el comercio y las actividades artesanales, por lo que en un cálculo aventurado, podríamos decir que había cerca de 4.5 millones de personas vinculadas al mercado.

Apesar de todo, los salarios tuvieron una evolución ascendente, caso diferente a la agricultura y la industria, que muestran un descenso a finales de 1911. Sólo la minería logró un incremento substancial durante este periodo.

## Evolución de los Salarios Reales 1885–1911

	1885	1890	1900	1905	1911
<b>Por Actividades</b>					
<b>Agricultura</b>	0.27	0.3	0.32	0.32	0.27
<b>Industria</b>	0.34	0.37	0.4	0.33	0.36
<b>Minería</b>	0.31	0.37	0.46	0.52	0.72
<b>Por regiones</b>					
<b>Norte</b>	0.3	0.36	0.35	0.38	ND
<b>Golfo</b>	0.46	0.4	0.49	0.6	ND
<b>Centro Sur</b>	0.26	0.28	0.31	0.3	ND
<b>Sudpacífico</b>	0.26	0.34	0.29	0.24	ND
<b>Promedio Nacional</b>	0.29	0.32	0.34	0.35	0.3

Fuente: Kuntz Ficker, Sandra, «De las reformas liberales a la gran depresión», en *Historia económica general de México, De la Colonia a nuestros días*, México, El Colegio de México, Secretaría de Economía, 2010, p. 328.

Mucho se ha hablado —aunque poco estudiado— sobre la educación y la capacitación de la fuerza laboral durante el Porfiriato que, tanto formal como informalmente, tuvo sus avances. Aunque la educación era en principio responsabilidad de los Estados, el gobierno Federal la impulsó al pasar de un presupuesto de prácticamente cero en 1870, a 2 millones 300 mil pesos hacia principios del siglo xx.

En el mismo año, en el Distrito Federal y algunos territorios de la Federación, el gasto aumentó de medio millón a 6 millones 300 mil y el número de estudiantes por cada mil habitantes aumentó a más del doble al subir de 23 a 59 entre 1878 y 1910.

La población alfabeta de más de doce años pasó del 17 al 29% a nivel nacional a principios del siglo y en el Distrito Federal llegó al 49%; y en Coahuila y Nuevo León llegó a una tercera parte de la población, mientras que los Estados del sureste apenas rebasaba el 13%.

### 4.1.5 Agricultura

Durante toda esta época, la actividad principal de la mayoría de la población fue la agricultura. Hasta 1872 sólo el 13% de la superficie del país se encontraba cultivada; donde una tercera parte se empleaba en la

producción de maíz y una cuarta parte en la de frijol, además de cereales como trigo y cebada.

A partir de la acción deslindadora, se fueron incorporando terrenos poco a poco y ampliándose la frontera agrícola, pero subsistió un índice importante de subocupación de la tierra. A continuación, presentamos una tabla de la evolución de la producción agrícola hasta 1929.

### Evolución de la producción agrícola, productos seleccionados 1852-1929

	Toneladas		Números índice (1877 = 100)					
	1877	1852	1877	1892	1907	1910	1918	1928-1929
<b>Maíz</b>	2,730,622	26	100	51	78	n.d.	71	55
<b>Frijol</b>	210,068	n.d.	100	39	76	n.d.	63	45
<b>Cebada</b>	232,334	n.d.	100	45	62	n.d.	166	23
<b>Trigo</b>	338,683	30	100	62	86	n.d.	84	91
<b>Caña de azúcar</b>	629,757	5	100	151	303	398	202	603
<b>Algodón</b>	25,177	n.d.	100	50	134	173	315	232
<b>Henequén</b>	11,383	n.d.	100	535	984	1132	1389	967
<b>Café</b>	8,161	n.d.	100	235	359	342	583	470
<b>Tabaco</b>	7,504	100	100	95	233	243	169	172
<b>Garbanzo</b>	11,475	n.d.	100	108	338	319	n.d.	432

Fuente: Kuntz Ficker, Sandra, «De las reformas liberales a la gran depresión», en *Historia económica general de México, De la Colonia a nuestros días*, México, El Colegio de México, Secretaría de Economía, 2010, p. 330.

En muchas de estas estadísticas se debe tomar en cuenta que gran parte de la producción se consumía sin pasar por el mercado. Hay que resaltar que productos como el henequén, el café, el garbanzo, el algodón y la caña de azúcar tuvieron un desarrollo importante.

Muchos terrenos, sobre todo del sur y sureste, se ocuparon con estos cultivos exportables en detrimento algunas veces, de la agricultura para el consumo.

Debemos considerar que la agricultura comercial tuvo inversión para innovaciones, donde se experimentó con nuevos cultivos y semillas mejoradas; en cambio, la agricultura de subsistencia siguió sin grandes cambios.

Al final del siglo XIX y durante el Porfiriato, la agricultura de subsistencia representaba el 80% del total de la producción.

#### **4.1.6 Crédito, finanzas y aspectos fiscales**

En el último tercio del siglo XIX, el Estado tuvo problemas para financiarse debido a la escasa recaudación interna y la alta dependencia de los derechos aduanales, además de que el gasto de guerra era elevado debido los conflictos que el país enfrentaba.

En 1861 los ingresos eran de 9.9 millones de pesos y egresos por 15.5 millones. Esta situación se tradujo en financiamiento vía deuda externa; sin embargo, al no tener recursos, se suspendieron los pagos y esto desencadenó la guerra de intervención y hasta 1867, con el triunfo de la República, empezaron a cambiar las cosas.

A partir de ahí, se empezaron a fortalecer las fuentes internas de ingresos, para no depender tanto de los derechos aduanales. La clave de este cambio fue la creación del derecho del timbre creado por Matías Romero, que imponía una tasación a contratos y operaciones de compra-venta, ampliándose hasta convertirse después, en un derecho al consumo. Para poder cuantificar el cambio hay que decir que en 1870 este gravamen representaba el 13% de los ingresos federales y para 1900, el 40%. Poco a poco y con ajustes fiscales en los Estados, las alcabalas y aduanas internas fueron desapareciendo y en cada Estado de la República se estabilizaron, con algunas desigualdades, los ingresos.

Pero a partir de esta fecha y hasta 1908, empezó a aparecer nuevamente un déficit, el Estado logró un equilibrio a través del ahorro, logrando solventar las necesidades financieras. A pesar de todo esto, el régimen fiscal del porfiriato era regresivo, cosa que permitió la acumulación de ingresos en ciertos segmentos de la sociedad, aumentando así la desigualdad.

El saneamiento de las finanzas públicas se completó con la recuperación de crédito externo casi después de medio siglo de insolvencia. En cuanto al crédito privado, su desarrollo fue muy lento, pues subsistían prácticas de crédito informal y préstamos interrelacionados.

Aparecieron los primeros bancos como el de Londres y México, y hacia el final del Porfiriato había un sistema bancario que, aunque pequeño, logró tener un papel relativo pero nunca lo suficiente como para ayudar al desarrollo de la economía mexicana.

A finales del Porfiriato y sobre todo por la crisis de 1907, hubo una restricción económica que obligó a cerrar muchas empresas, y a su vez, a fusionarse con otras, con lo que se concentró aún más la propiedad.

#### **4.1.7 La transición Porfiriato-Revolución**

Pese a la opinión de muchos historiadores, hacia finales del Porfiriato el Estado comprendió que tenía que intervenir en el proceso económico y especialmente después de la crisis de 1907, donde tuvo que hacer uso de la compra de cereales para responder a las necesidades. En 1908 hubo una reforma a la ley bancaria y se creó la Caja de Préstamos para obras de irrigación y fomento agrícola a fin de ampliar el crédito para impulsar la producción en el campo. En 1909 aparece la Ley Minera y por primera vez empieza a hablarse del concepto dominio directo del Estado, poniendo fin a las denuncias para la obtención de concesiones mineras. Esto derivó en la Ley Minera de 1926 que fue todavía mucho más restrictiva, acotándose los años de explotación y que limitaba la proporción de empleados extranjeros en las plantas.

Un episodio que marca esta idea de intervención por parte del Estado, es la mexicanización de los ferrocarriles, vía la compra accionaria, sin recurrir a la expropiación.

Finalmente, se terminó con la labor de las compañías deslindadoras y el denuncia de tierras que tenía por objeto la apropiación; consiguiendo con este cambio, la seguridad a la propiedad.

Muchas de estas medidas prefiguraban de una manera muy tibia y tardía, a algunas de las que se tomarían posteriormente en el curso de la Revolución.

#### **4.1.8 El impacto económico de la Revolución**

La Revolución, pese a lo que se ha dicho, no tuvo un impacto devastador desde el principio. Si bien se produjeron huelgas y una creciente presión sobre las finanzas públicas a fin de dedicar mayores recursos para el conflicto, el movimiento que abarcó centro y norte del país, creó poco a poco problemas en la agricultura de subsistencia y en la infraestructura ferrocarrilera y acabó prácticamente con la producción azucarera del Estado de Morelos; pero poco afectó la península de Baja California y el sur-sureste.

En el caso de las finanzas, con la aparición del dinero fiduciario, se

creó un problema mayúsculo, que solamente fue corregido hasta la creación del Banco de México en 1925.

El sector exportador fue el menos afectado durante la guerra pues mantuvo niveles respetables ya que había sido beneficiado por la demanda externa, debido al conflicto de la Primera Guerra Mundial. Si bien en 1910 el valor real de las exportaciones fue de 138 millones de dólares, y bajó a 108 millones en 1914, volvió a ascender hasta alcanzar 219 millones de dólares en 1922.

El caso del petróleo es parecido pues en 1912 la producción era de 17 millones de barriles, luego pasó a 87 millones en 1919 y a 193 millones en 1921, donde empezó a declinar. En esa época, la mayoría de las actividades era controlada por empresas extranjeras.

#### **4.1.9 El impacto institucional**

A partir de la promulgación de la Constitución de 1917 el país comenzó a cambiar radicalmente. Hay que resaltar que el artículo 27° Constitucional le dio a la Nación la posesión de todos los recursos del subsuelo. Asimismo, se redefinió la propiedad de la tierra agrícola y por último, las relaciones laborales a partir del artículo 123° Constitucional que, con su Ley Reglamentaria de 1931, marcó un cambio absoluto de los derechos y obligaciones entre patrones y obreros. A partir de estos artículos, unidos con el 28° Constitucional, el Estado comienza a ser protagonista e interventor en la economía.

En 1915 se expidió una Ley Agraria que contemplaba el reparto de tierras por dotación o restitución, cambiando en los siguientes años al establecer la prioridad restrictiva y aunque en un principio se respetaba a terratenientes y minifundistas sin privilegiar al ejido colectivo, trataba de crear un sector de pequeños propietarios. Entre 1915 y 1930 se repartieron 5 mil haciendas, distribuidas en 6 millones de hectáreas que equivalían al 3% del territorio, beneficiando en un principio a 650 mil personas que representaba el 18% de la población económicamente activa en la agricultura. Aunque el reparto inicial es pequeño comparado con los 18 millones de hectáreas que se otorgaron sólo durante el Cardenismo, esta medida fue importante para revertir la concentración de la propiedad agraria.

### Reparto agrario por períodos y tipo de tierra 1900–1940

Periodo	Dotaciones	Beneficiarios	Total	Tipo de Tierra (hectáreas)					
				Riego	Temporal	Agostadero	Monte	Desértica	Indefinida
1900–1914	142	11,738	194,495	27,194	17,976	58,749	18,399	16,987	55,190
1915–1934	7,000	866,161	11,580,833	247,645	1,387,258	2,046,772	1,509,623	189,376	6,200,159
1935–1940	10,875	728,847	18,786,131	937,401	3,382,696	9,438,337	3,692,972	302,539	1,032,186
<b>Totales</b>	18,117	1,606,746	30,561,459	1,272,240	4,787,930	11,543,858	5,220,994	508,902	7,287,535

Fuente: Merino, Daniela y María Cecilia Zuleta, «Una visión del campo. Tierra, propiedad y tendencias de la producción, 1850–1930», en Kuntz Ficker, Sandra, *Op Cit.*, p. 452.

En 1922 México renegoció con el Comité Internacional de Banqueros la deuda externa; de la cual, la mitad era deuda ferrocarrilera. Llegaron a un acuerdo, pero poco después, éste se rompió; en 1925 hubo un nuevo convenio, suspendiéndose nuevamente en 1927. Finalmente, el Gobierno Mexicano logró concluir con este asunto tiempo después.

Las primeras medidas del gobierno revolucionario estabilizaron las finanzas públicas, al mantener el impuesto del timbre y aumentar los ingresos procedentes del comercio exterior particularmente, los del petróleo, a pesar de que estaba en manos extranjeras.

Entre 1924 y 1925, se registró un superávit que luego, a partir de 1928 y con la recesión, produjo serios problemas en la balanza de pagos. Aún así, con los excedentes que se tenían, comenzaron a realizarse programas de inversión pública en carreteras y red hidráulica, reduciéndose el gasto administrativo del gobierno, mientras se aumentaba el gasto económico y se duplicaba el gasto social.

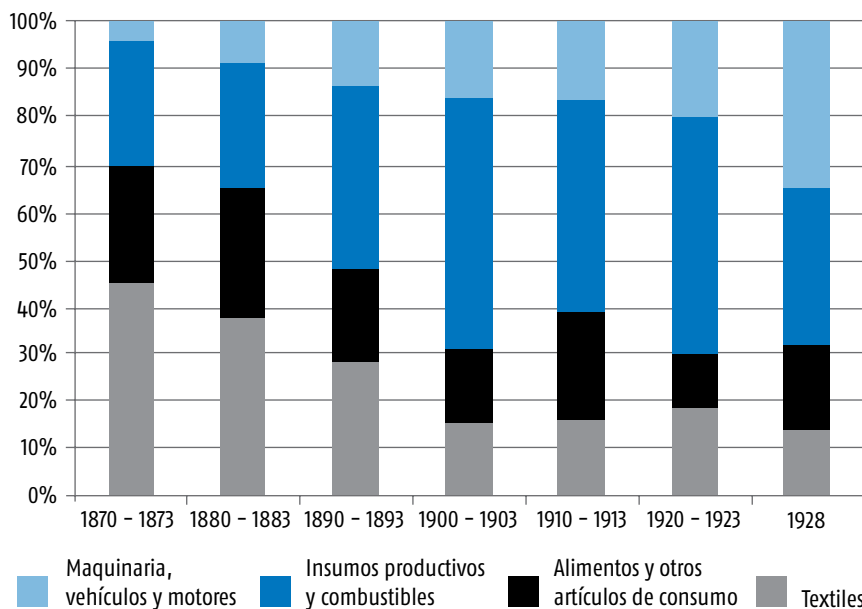
Cabe mencionar que uno de los gastos donde se puso mayor énfasis, fue el gasto de educación, cuyo despliegue en épocas posteriores está vinculado al auge industrializador. En 1920, el presupuesto de educación era de 2 millones de pesos y para 1923, de 15 millones; aunque éste disminuyó casi a la mitad durante la época de la recesión, pero volvió a aumentar poco después a 10 millones.

A pesar de la retórica nacionalista, la Revolución Mexicana no modificó el modelo de desarrollo fundado en las exportaciones, no expulsó al capital externo y con la excepción de algunos latifundios, no amenazó la propiedad privada en sí. Además, cada día, el Estado se hacía más dependiente de las exportaciones del petróleo. El trigo, la caña de azúcar y el tabaco siguieron su producción, y en el noreste del país se dieron grandes avances en la agricultura comercial con las cosechas de jitomate, frutas, leguminosas, algodón, azúcar, garbanzo y plátano; sin embargo, persistió durante esta época el atraso del sector agrícola tradicional, que representaba el 69% de la fuerza trabajadora y producía sólo el 22% del Producto Interno Bruto hacia 1930.

El sector industrial comenzaba a despegar, como lo muestra la estructura de importaciones de la gráfica siguiente, así como la participación por sectores, en la producción total.



## Estructura de las importaciones, 1870–1928



Fuente: Kuntz Ficker, Sandra, «De las reformas liberales a la gran depresión», en *Historia económica general de México, De la Colonia a nuestros días*, México, El Colegio de México, Secretaría de Economía, 2010, p. 347.

El sector exportador sufrió un declive importante a partir de la depresión de 1929, aunque se recuperó lentamente con un proceso de desarrollo industrial en el país.

Para demostrar el cambio estructural que sufrió la economía mexicana, recurriremos a un análisis del Producto Interno Bruto en una serie que va desde 1921 hasta 2007. Cabe resaltar que el promedio, a lo largo de esos 87 años, tiene una tasa media anual de crecimiento del 4.06%, lo que implica que este índice se multiplicó por más de 31 veces. Asimismo, en este cuadro, podemos ver por fases, dónde y cuándo estuvo el cambio estructural.

## Composición sectorial del PIB, 1921-2007 (porcentajes)

Período	Primario	Secundario	Servicios
	<b>Panel A: tendencia a largo plazo</b>		
1921-1932	21.26	23.70	55.04
1932-1949	20.10	24.61	55.29
1949-1981	13.66	30.22	56.13
1981-2007	6.33	32.47	61.20
<b>Panel B: fases</b>			
1921-1926	21.31	24.13	54.56
1926-1932	21.14	23.36	55.50
1932-1936	22.43	23.22	54.35
1936-1940	20.18	25.29	54.53
1940-1951	18.91	25.32	55.77
1951-1962	17.07	27.93	55.01
1962-1968	13.57	30.77	55.66
1968-1977	10.52	32.37	57.11
1977-1981	8.75	32.66	58.59
1981-1988	8.29	31.67	60.04
1988-2000	6.56	32.79	60.66
2000-2007	4.01	32.73	63.26

Fuente: Márquez, Graciela, «Evolución y estructura del PIB 1921-2010», en Kuntz Ficker, Sandra, *Op. Cit.*, p. 558.

Tal como se comentó anteriormente, de 1921 a 1932, el país sufrió una ralentización en su crecimiento, provocado por el conflicto revolucionario y la depresión mundial de 1929. Luego, existe un período entre 1932 y 1949 de recuperación de la recesión donde comienza un cambio estructural, la industrialización toma un papel protagónico y el mercado interno comienza a crecer. Durante este período, se da uno de los eventos más importantes de la historia económica moderna de México: la Expropiación Petrolera ocurrida en marzo de 1938. Este hecho no sólo fue importante por su aspecto político, sino también económico, ya que le permitió al Estado Mexicano tener el control de los hidrocarburos y con ello una fuente de ingresos muy importante para el desarrollo económico.

Posteriormente, durante el período de 1949 a 1981, el programa económico de sustitución de importaciones tiene un amplio impacto en la economía y se impulsa la industrialización del país con la ampliación del mercado interno.

En el siguiente cuadro se desagrega el Producto Interno Bruto, por sectores, así podemos observar el desempeño de los tres (primario, secundario y terciario). En el sector primario se incluyen todas las actividades agrícolas, pesqueras y ganaderas; en el secundario, la minería, el petróleo, las manufacturas, la construcción, la electricidad, el gas y el agua; y en el terciario se concentran todos los servicios como transporte, comercio, restaurantes, hoteles, servicios financieros y educativos, entre otros.

### Participación por sectores en el producto total, 1895–1929 (porcentajes)

	1895	1910	1921	1929
Agricultura	23.8	19.9	17.9	13.9
Ganadería	9.6	7.5	7.4	6.7
Minería	4.9	7.5	4.2	9.5
Petróleo	N.A.	0.1	6.9	2.0
Manufacturas	9.1	12.3	10.4	13.2
Transportes	2.3	2.2	2.8	4.3
Otras (gobierno, comercio, otros servicios)	50.3	50.5	50.4	50.4

Fuente: Kuntz Ficker, Sandra, «De las reformas liberales a la gran depresión», en *Historia económica general de México, De la Colonia a nuestros días*, México, El Colegio de México, Secretaría de Economía, 2010, p. 348.

Siguiendo el análisis de Simon Kuznets, titulado *Modern Economic Growth: Rate, Structure and Spread*,<sup>34</sup> podemos ver que el cambio estructural de la economía siguió las tendencias de los países que en ese instante estaban más industrializados. La implicación que tuvo el desarrollo económico y la urbanización fue total, pues todos los países que tuvieron un proceso de industrialización, estuvieron acompañados de un cambio demográfico que significó una creciente urbanización. Como

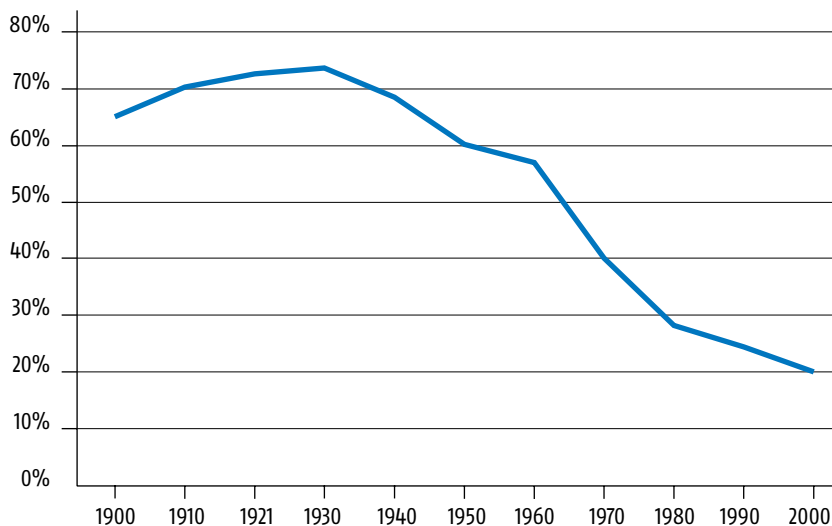
34. Kuznets, Simon, *Modern Economic Growth: rate, structure and spread*, New Haven and London, Yale, University Press, 1966.

ejemplos, tenemos el impacto de la agricultura en el cambio económico de los Estados Unidos, donde esta actividad que representaba el 72% del PIB en 1870, se redujo al 20% en 1940 y mucho más, hacia los años 60. En Japón, la reducción fue de 1870 con un 76%, a menos del 30% en la década de los 30 y en España, el peso de la agricultura dentro del PIB, que representaba en 1850 el 37%, disminuyó al 26.8% en 1940 y a 3.63% en el año 2000.

Esta implicación, entre urbanización, cambio estructural y económico, será comentada más adelante cuando veamos cuál fue el cambio en la demografía de México.

Respecto del sector primario, después de comenzar el reparto agrario y de las inversiones e infraestructura realizadas por el gobierno, podemos observar que hay un período en que aumenta (entre los años 40 y 50), y luego decae poco a poco hacia la década de los 70.

### Participación del sector primario en el total de personal ocupado 1900-2000



Fuente: Márquez, Graciela, «Evolución y estructura del PIB 1921-2010», en Kuntz Ficker, Sandra, *Op. cit.*, p. 559.

El sector industrial tuvo períodos de crecimiento con algunos matices, pero como lo observamos en el cuadro 5, su importancia en el PIB fue cada día mayor.

Por último, el sector de servicios tuvo un crecimiento más estable, en un aumento permanente durante todo este período.

Para hacer más explícito el cambio, tenemos a continuación un cuadro que relaciona el PIB *per cápita* de México como porcentaje de otros países seleccionados de 1950 a 2003, donde podemos observar cómo hay una simetría con el crecimiento del PIB norteamericano, con el nuestro y con el de algunos países sudamericanos (a excepción de Argentina); así también, se observa cómo España y Corea, tuvieron un mayor crecimiento económico durante todo este período, en comparación con México.

### PIB *per cápita* de México como porcentaje de países seleccionados, 1950-2003

Años	Estados Unidos	España	Corea del Sur	Argentina	Brasil	Chile
1950	24.34	90.81	n.d.	39.24	157.06	66.86
1955	24.87	78.30	n.d.	42.90	145.56	69.23
1960	28.36	74.42	239.31	47.02	138.40	73.59
1970	29.31	54.77	194.88	52.45	128.49	82.86
1975	31.65	52.18	174.36	58.18	109.99	115.67
1980	33.21	59.69	158.03	66.63	107.97	107.88
1985	29.00	56.28	114.35	78.92	108.71	122.21
1990	25.31	44.67	71.70	83.55	100.63	96.28
1995	23.11	41.49	51.01	64.02	98.16	68.30
2000	23.52	41.37	51.47	71.32	112.35	70.71
2003	22.76	38.46	45.12	78.05	110.20	65.39

Fuente: Márquez, Graciela, «Evolución y estructura del PIB 1921-2010», en Kuntz Ficker, Sandra, *Op. Cit.*, p. 565.

Es importante analizar cómo fueron instrumentadas las políticas públicas y el cambio que sucedió en el país pues durante los años posteriores a la depresión hubo una recuperación del comercio exterior que en esos años era de suma importancia, ya que la mayoría de los ingresos del Estado Mexicano provenían del comercio exterior. Este cambio en la estructura se puede observar en el ingreso por aranceles que en 1930 era del 29% y decreció al 11% en 1943. Durante esa época, las exportaciones fueron favorecidas por la depreciación de la moneda, que pasó de \$2.12

a \$4.85 por dólar y a su vez, se creó una protección arancelaria contra las importaciones.

En 1943 México firmó un amplio acuerdo comercial con los Estados Unidos que, sin embargo fue pospuesto, pues trataron de elevar los aranceles del 10 al 15%; entonces el gobierno norteamericano se opuso y el acuerdo no llegó a instrumentarse completamente, sobre todo por presiones al interior del país que buscaban aumentar la protección del mercado interno y evitar que se frenara el desarrollo industrial.

Asimismo, en 1945 México fue huésped de la Conferencia Interamericana sobre Problemas de la Guerra y la Paz (Conferencia de Chapultepec), donde se creó el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT por sus siglas en inglés) como resultado de los trabajos que luego continuarían en La Habana. Sin embargo, a pesar de haber participado en todas las conferencias, México no se adhirió a dicho acuerdo.

En estas reuniones, la CEPAL (Comisión Económica para la América Latina) presentó el trabajo del economista argentino Raúl Prebisch, que señalaba la desfavorable relación entre los países latinoamericanos y los desarrollados, donde los primeros, productores de materia prima, tenían un intercambio desigual con los países industrializados. Como la oferta de materias primas era mayor que la de los productos industrializados, los términos del intercambio favorecían a los productores de bienes industriales. Prebisch también recomendaba que se promoviera una sustitución de importaciones, a fin de crear una base industrial en los países latinoamericanos y así evitar el sesgo que les impedía un mayor desarrollo económico. Esta perspectiva industrial fue vista como una relación asimétrica entre la periferia y el centro y derivó en un amplio programa de sustitución de importaciones en muchos países latinoamericanos, incluyendo México.

Para implementar este cambio, se erigieron toda clase de barreras de protección al comercio exterior, tales como aranceles, permisos previos de importación y además, empezaron a subsidiarse aquellas actividades industriales de interés para el país. Este proceso llegó a su fin hacia los años 70, cuando muchos economistas como Leopoldo Solís, demostraron que el modelo estaba agotado, como se puede observar en el cuadro siguiente.

## México: fuentes de crecimiento industrial, 1929-1989 (porcentaje)

	<b>Demanda interna</b>	<b>Expansión de exportaciones</b>	<b>Sustitución de importaciones</b>
1929-1939	56.4	4.3	36.9
1940-1945	29.6	78.9	-8.5
1945-1950	130.2	-54.0	25.5
1950-1958	92.5	2.9	1.7
1960-1970	87.4	2.3	10.3
1970-1974	102.2	2.5	-4.7
1974-1980	105.0	2.2	-7.2
1980-1989	-54.9	154.1	0.8

Fuente: Moreno-Brid, Juan Carlos y Jaime Ros, «La dimensión internacional de la economía mexicana», en Kuntz Ficker, Sandra, *Op. Cit.*, p. 760.

Nota: La suma de las tres fuentes de crecimiento puede no ser igual a 100 debido a cambios en la estructura de la demanda.

Después de la década de los 70, como ya lo hemos mencionado, la protección privilegiaba a la industria y en particular, a ramas como la de los alimentos y bebidas, siderurgia y equipo de transporte, que tuvieron una tasa efectiva de protección de 48, 47 y 45% respectivamente. En cambio, la protección a la producción agropecuaria y la de combustibles, pasó del 3 al 9%. La cobertura de importaciones sujetas a permiso previo, llegó en los años 70 a casi el 70% de los productos.

Para hacer más evidente este cambio, a continuación insertamos el cuadro de la evolución del PIB y el empleo sectorial de 1930 a 1990.

## Evolución del PIB y del empleo sectorial, 1930–1990

	Agricultura		Minería		Manufacturas		Otros	
	Empleo	PIB	Empleo	PIB	Empleo	PIB	Empleo	PIB
1930	70.2	18.8	1.0	9.3	13.4	12.8	15.4	59.1
1940	65.4	19.4	1.8	6.4	10.9	15.4	21.9	58.8
1950	58.3	19.2	1.2	5.0	11.8	17.1	28.8	58.7
1960	54.2	15.9	1.2	4.9	13.7	19.2	30.8	59.9
1970	39.4	11.2	1.4	2.6	16.7	23.0	42.5	63.1
1980	25.8	8.2	2.4	3.2	11.8	22.1	60.0	66.4
1990	22.6	7.8	1.1	3.6	19.2	22.8	57.0	65.8

Fuente: López Córdova, Ernesto y Jaime Zabłudowski K., «Del proteccionismo a la liberalización incompleta: industria y mercados.», en Kuntz Ficker, Sandra, *Op. Cit.*, p. 714.

En 1970 Luis Echeverría Álvarez, presidente de México, preconizó un cambio ante el agotamiento del modelo económico y, aunque en la toma de posesión todavía hablaba de la protección del capital nacional sobre el extranjero, enfatizó que se deberían de promover las exportaciones y en particular la de la producción industrial, sustituyendo así los permisos previos de importación por aranceles y la reducción gradual y generalizada de los mismos. Asimismo, se planteó una reforma fiscal profunda para mejorar los ingresos públicos que buscaba una mejora en la equidad impositiva y promover la redistribución de la riqueza. La verdad fue que nada de esto sucedió sino, por el contrario y ante las presiones de casi todos los sectores económicos, se profundizó el programa de sustitución de importaciones; además, ante el déficit público por falta de la reforma fiscal, se utilizó la deuda externa para sostener subsidios y gasto de infraestructura social.

Hacia finales del sexenio, la situación era insostenible y en 1976 tuvo que hacer una devaluación del peso y recortes en el gasto, para poder corregir los desequilibrios económicos.

### 4.1.10 El campo

El campo mexicano tuvo un desarrollo creciente a partir de los años 40, que llegó a su auge en el período de 1950 a 1965, donde el crecimiento de la producción agrícola aumentó a un promedio del 4.6% anual y la



ganadería a un 5%; aunque comenzó su descenso hacia los años 70. Este alto desempeño se debe primero que nada, al reparto de tierras que aumentó la superficie cultivable —aunque en algunos casos se dieron dotaciones de tierras menos fértiles—; a la realización de obras de infraestructura e irrigación y a los créditos para la innovación de la agricultura. Cabe destacar que durante estos años México participó en la famosa «Revolución Verde», cosa que produjo aumentos en la productividad del campo a través el cultivo de semillas mejoradas y nuevos métodos de cultivo e irrigación.

En el cuadro que sigue, podemos observar el volumen de la producción de los principales productos básicos en cifras *per cápita*. A partir de los años 70, la inversión y el desarrollo del campo dejaron de tener la importancia que había tenido hasta entonces y el crecimiento se detuvo; comenzó entonces una creciente importación de productos básicos, tal como lo muestran el cuadro y la gráfica siguientes:

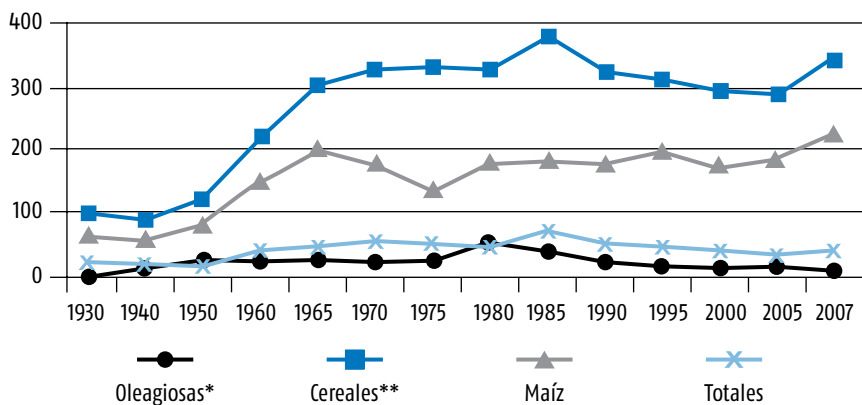
### Volumen de producción de los principales cultivos básicos, 1925-2007 (tasas de crecimiento anual, porcentaje)

	Arroz	Frijol	Maíz	Trigo	Cebada	Sorgo*	Ajonjolí	Cártamo	Soya*
1995-1939	1.30	-1.69	0.03	2.64	0.58	N.A.	8.90	N.A.	N.A.
1940-1949	6.16	10.12	6.42	0.90	5.02	N.A.	11.17	N.A.	N.A.
1950-1965	4.80	8.59	7.26	7.17	1.17	N.A.	4.46	N.A.	N.A.
1966-1979	2.30	-3.94	0.47	2.90	9.69	9.46	-1.57	7.27	16.71
1980-1990	-1.21	3.25	1.69	3.51	-0.74	2.46	-7.92	-10.43	5.97
1991-2007	-1.02	-2.02	3.18	-0.90	0.74	2.30	-1.50	1.58	-12.33

Fuente: Yúñez Naude, Antonio, «Las transformaciones del campo y el papel de las políticas públicas: 1929-1008.», en Kuntz Ficker, Sandra, *Op. Cit.*, p. 732.

\* El cultivo de sorgo y soya fue significativo a partir de la década de 1960.

### Producción per cápita de los principales cultivos básicos, 1930-2007 (kilogramos anuales per cápita)

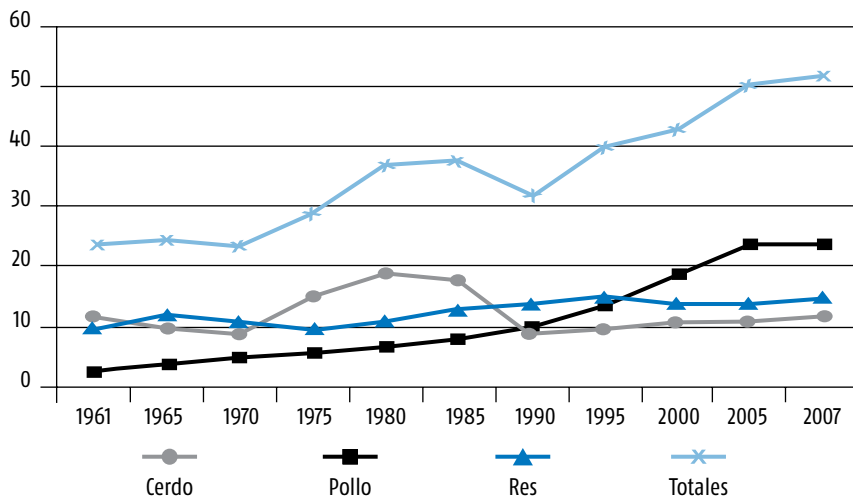


Fuente: Yúñez Naude, Antonio, «Las transformaciones del campo y el papel de las políticas públicas: 1929-1008.», en Kuntz Ficker, Sandra, *Op Cit.*, p. 732.

\* Ajonjolí, semilla de algodón, cártamo y soya.

\*\* Arroz palay, maíz, cebada, trigo, sorgo (incluye frijol y el cultivo comenzó en 1960).

### Producción per cápita de las principales carnes, 1961-2007 (kilogramos anuales per cápita)



Fuente: Yúñez Naude, Antonio, «Las transformaciones del campo y el papel de las políticas públicas: 1929-1008.», en Kuntz Ficker, Sandra, *Op. Cit.*, p. 733.

Parte de los mecanismos que se utilizaron para garantizar la producción agropecuaria y de alimentos, fue la creación de instituciones como la Compañía Exportadora e Importadora Mexicana (CEIMSA), que después convirtió en la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO), la cual intervenía en la fijación de precios de garantía al productor. Además, la Secretaría de Economía fijaba los precios de venta al público de diversos artículos, entre ellos: alimentos y bebidas. Esta medida permitió controlar los precios de insumos y de venta de productos industrializados, pero siempre apoyando así a la industrialización. Por último, a fin de hacer más explícita la política industrializadora entre 1960 y 1970, observemos el siguiente cuadro, donde se calcula la tasa de protección efectiva de diversos rubros de la economía; en él se ve claramente cómo las manufacturas y sobre todo, los bienes de consumo durable y bienes de capital, reciben la mayor protección.

### Tasas de protección efectiva, 1960 y 1970

	1960	1970
Agricultura	3.0	-1.4
Minería	-0.2	-12.3
Petróleo	-7.9	5.3
Manufacturas	46.6	36.9
Bienes de consumo	40.1	28.4
Bienes intermedios ligeros	42.7	15.1
Bienes intermedios pesados	38.1	41.4
Bienes de consumo durable y bienes de capital	85.2	77.1
Protección nominal promedio (todos los comerciables)	15.1	13.1

Fuente: Moreno-Brid, Juan Carlos y Jaime Ros, «La dimensión internacional de la economía mexicana», en Kuntz Ficker, Sandra, *Op. cit.*, p. 761.

Nota: Las cifras se refieren a tasas implícitas sin ajuste del tipo de cambio. El tratamiento de los no comerciables sigue el método de Balassa modificado (se supone que el valor agregado de los no comerciables no cambia).

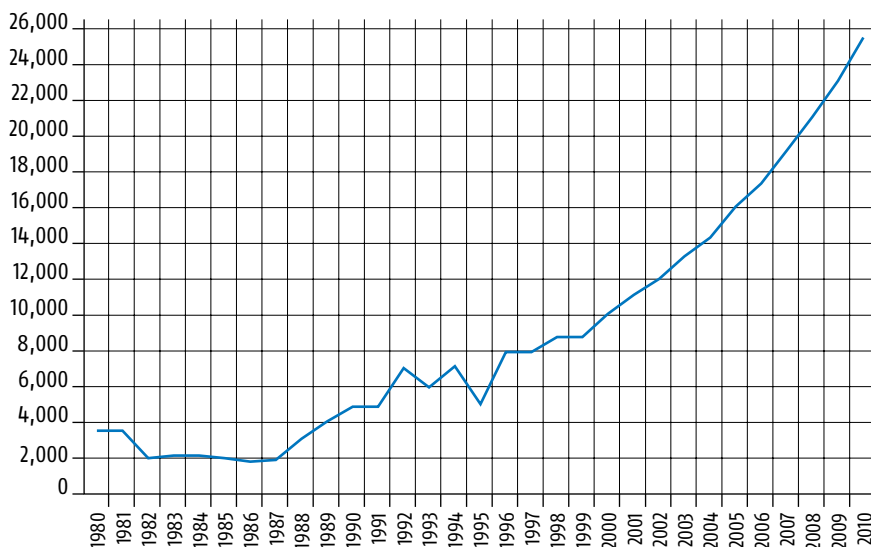
Ésta es, a grandes rasgos, la transformación de la economía mexicana en casi cien años, cosa que explica tanto el cambio estructural socioeconómico, como el cambio demográfico. Nuestra intención no es hacer un

análisis profundo hasta nuestros días, sino más bien mostrar cómo se dio este cambio, para poder comprender la situación y la problemática de la sociedad mexicana actual en la materia que nos ocupa.

#### 4.2 Seguridad alimentaria

Uno de los aspectos que debe ser revisado para crear las políticas públicas necesarias a fin de garantizar la alimentación en México, es el aspecto de la seguridad alimentaria. En un análisis de los productos alimenticios que consume el mexicano, podemos observar que cada día hay una mayor importación de insumos básicos para la alimentación, como lo muestran las siguientes gráficas:

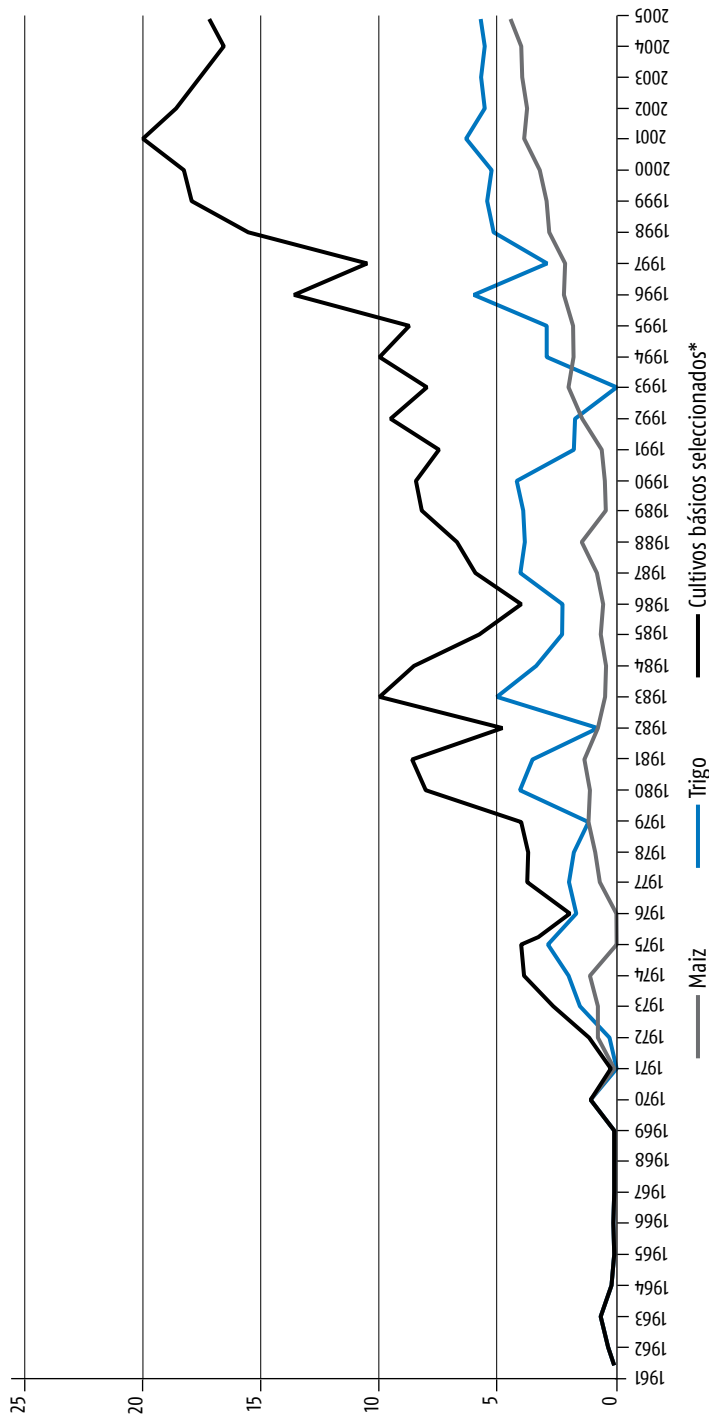
#### Valor de las importaciones agroalimentarias de México y proyección para los primeros 10 años del siglo XXI, (millones de Dólares)\*



Fuente: Torres Torres, Felipe (Coordinador). *Seguridad alimentaria: seguridad nacional*, México, Plaza y Valdés Editores, 2003, p. 98.

\* Valor proyectado en 2003, a partir del crecimiento promedio durante la década de los noventa.

Volumen de importaciones de maíz, trigo y otros cultivos básicos, 1961-2005. (millones de toneladas)



Fuente: FAO, <http://faostat.fao.org/>.

\* Arroz, frijol, cebada, maíz, soya, sorgo y trigo.

Este fenómeno económico comporta un perfil de riesgo para hacer efectiva la seguridad alimentaria, pues expone al país a continuos cambios de precios de los productos básicos, así como a los ciclos de escasez y abundancia en el mundo.

### Relación que guardan las importaciones agroalimentarias con respecto a las exportaciones totales en México, promedio anual por quinquenio

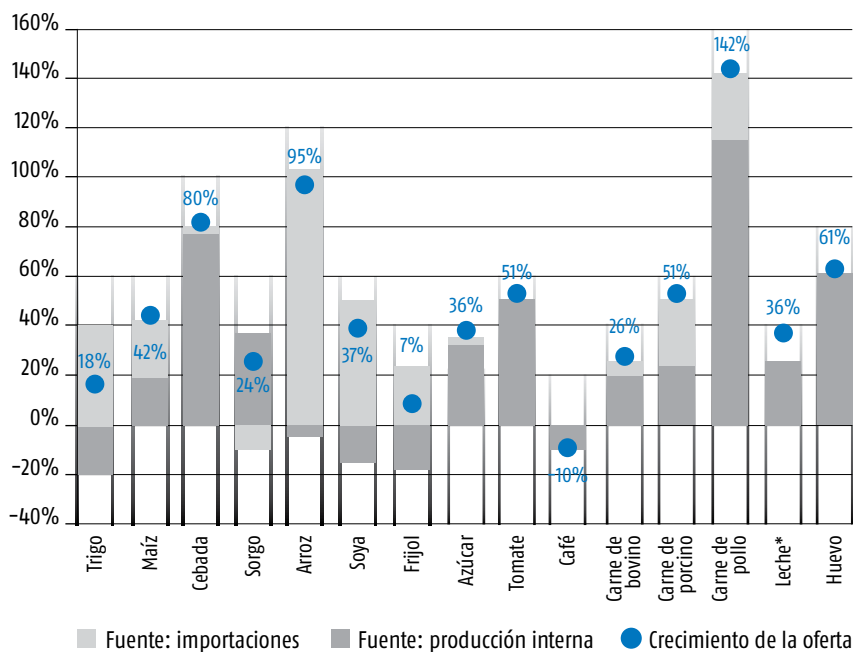
Período	1980-1985	1986-1990	1991-1995	1996-2000	1980-2000
Tasa promedio anual	16.31	13.17	8.87	6.84	11.5

Fuente: Torres Torres, Felipe (Coordinador). *Seguridad alimentaria: seguridad nacional*, México, Plaza y Valdés Editores, 2003, p. 99.

En los últimos veinte años, la tasa promedio de la relación de vulnerabilidad establecida por la FAO (índice de importaciones/exportaciones alimentarias), fue de 11.5% anual, aún lejos del 25% que marca este organismo como tasa de vulnerabilidad alta. Esta relación representa el valor de las importaciones de alimentos con respecto a las exportaciones totales, y nos indica la cantidad de divisas que el país tendrá que generar para pagar las importaciones de productos agroalimentarios. De ahí que, a mayor cantidad de importaciones de estos productos, mayor cantidad de exportaciones tendrá que haber para cubrir las necesidades de alimentos del país.

La OCDE advierte de este problema, y en la gráfica siguiente, se hace una descripción de la producción e importación de los principales productos agropecuarios que necesita el país para su alimentación.

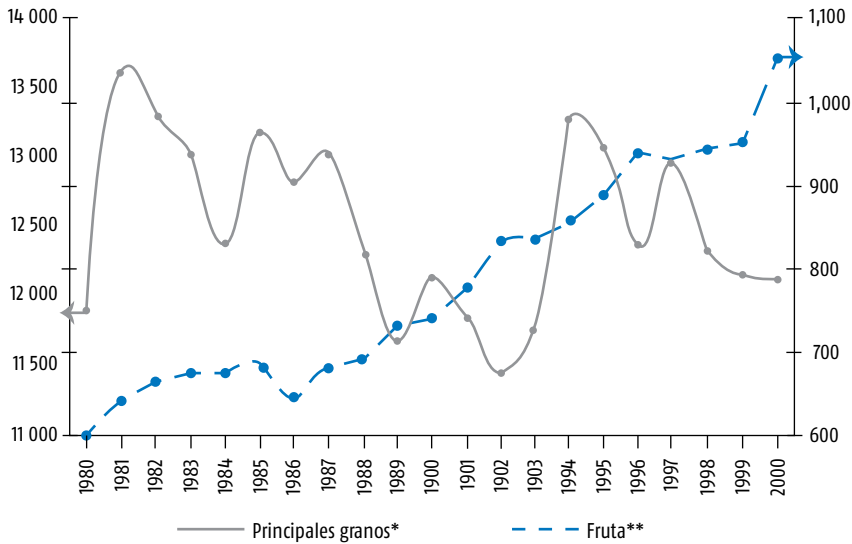
## Contribución de la producción e importaciones al crecimiento en el abasto de los principales productos agropecuarios de México entre los períodos 1992-1994 y 2003-2005



Fuente: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, *Política Agropecuaria y Pesquera en México. Logros recientes, continuación de las Reformas*, México, 2007, p. 128.

Asimismo, tenemos otra gráfica descriptiva de la superficie sembrada de los principales granos y frutas en el país, donde podemos observar que México se ha convertido en un exportador importante de frutas y legumbres, pero a su vez un significativo importador de productos básicos. Hacemos aquí un llamado de atención para que se fomente la producción agropecuaria que, si bien dada la cantidad de población y la calidad del suelo agrícola, no nos permite ser autosuficientes en algunos de los productos o de los insumos, sí deberíamos lograr una mayor producción de otros, en los cuales el país tiene fortalezas agrícolas o ganaderas, por ejemplo, en aquellos como el maíz, el trigo, la carne de bovino, el frijol y la leche.

## Superficie sembrada de los principales productos agrícolas en México



Fuente: Torres Torres, Felipe y Teodoro Aguilar, «Aspectos externos de la vulnerabilidad alimentaria de México», en Torres Torres, Felipe. Op. Cit., p. 111.

\* Incluye: maíz, arroz, frijol, trigo, ajonjolí, algodón, cártago y soya.

\*\* Incluye: aguacate, durazno, fresa, limón, mango, mandarina, manzana, melón, naranja, piña, plátano, sandía y uva.

### Maíz amarillo y maíz blanco

El maíz se trata como un solo bien cuando se piensa en su consumo en general, pero es importante distinguir el maíz blanco del maíz amarillo. En el país, el maíz es considerado parte del patrimonio cultural y de identidad. Las diversas variedades tienen distintos usos; además, México es prácticamente autosuficiente en la producción de maíz blanco y deficitario en el maíz amarillo.

Al respecto, debemos considerar que el grado de intercambiabilidad entre los dos productos implica dificultades para el consumo humano; mientras el blanco tiene un almidón más suave que resulta más adecuado para los métodos tradicionales de producción de tortilla, no se puede decir lo mismo del amarillo, que es más adecuado para alimento animal. Hay, sin embargo, una sustitución al margen ya que puede utilizarse el maíz blanco como forraje y algunos tipos de maíz amarillo como



ingredientes en productos de consumo directo humano como totopos, hojuelas y en la elaboración de cerveza.

Las políticas públicas para la producción de maíz blanco y el aumento en la producción de maíz amarillo deberían ser parte esencial de programas de apoyo a la producción ya que representan temas de gran importancia para el país.

Otro producto que hay que impulsar es el trigo, pues es importante generar una mayor producción a nivel nacional para que ésta pueda cubrir el abasto de las necesidades de los productos derivados del mismo.

En síntesis, consideramos absolutamente indispensable revisar las políticas públicas sobre el campo mexicano y creemos necesario impulsar nuevas formas de asociación para aumentar la producción de granos, carne y leche, necesaria para obtener mayor seguridad alimentaria y además, sacar de la pobreza y la marginación a los habitantes del mundo rural.

### **4.3 Industria alimentaria de México**

Para tener una idea de la importancia de la industria alimentaria y su desarrollo durante el período de la industrialización, que ocurrió de manera paralela al desarrollo económico del país, incluimos una investigación realizada por el Centro de Estudios Económicos de Canacindra en el año 2010, que describe la mayoría de las ramas de esta industria, divididas en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, así como el personal ocupado en ella y las ventas por cada una de sus ramas, así como los activos fijos de esta industria para poder dimensionar su tamaño y el de su inversión.

Además, en el CD adjunto a esta obra se incluye un estudio sobre las ventas por tamaño de empresa de cada una de las entidades federativas. Escogimos este criterio para resaltar la importancia económica de cada segmento, a fin de que sea más esclarecedora la aportación a la economía nacional de las empresas de la industria alimentaria.

El estudio, aunque basado en los censos económicos de 2004, puede ser válido para 2010, pues los cambios en las unidades económicas ocurren en el nivel más pequeño. Esta consideración, es derivada de diversos estudios hechos por Nacional Financiera respecto a la vida promedio de las unidades económicas industriales, donde se destaca que las modificaciones al número de unidades económicas se da a nivel de micro y pequeña empresa, ya que las medianas y las grandes tienen una mayor permanencia.

Si se analiza por entidad federativa, encontraremos que las unidades económicas de mayor tamaño y por lo tanto de mayor producción, están concentradas en las poblaciones urbanas de mayor dimensión (Distrito Federal, Estado de México, Guadalajara y Monterrey). Asimismo, si cruzamos la importancia y la cantidad de unidades económicas con los patrones de consumo, encontraremos que la mayor cantidad de ellas se dedica a la elaboración de pan y tortilla, seguida por las de productos lácteos, las que elaboran refrescos, hielo y purifican agua. Siguen por importancia, la matanza, el empaçado y procesamiento de ganado y aves, que continúan guardando una estrecha relación con el consumo de estos alimentos.

Ahora bien, por segmento de tamaño, encontraremos que es a nivel de las microempresas donde existe la mayor cantidad de los rubros antes citados, así como la cantidad de unidades económicas. Las siguientes tablas corresponden a investigaciones realizadas por el Centro de Estudios Económicos de CANACINTRA.

## Empresas de la Industria Manufacturera

Actividad	Empresas				
	Total	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
<b>Total nacional</b>	328,718	298,678	19,754	8,862	1,424
<b>Industria alimentaria</b>	116,303	111,545	3,395	1,197	166
<b>Molienda de granos y de semillas oleaginosas</b>	933	655	121	146	11
Elaboración de harina de trigo	207	103	31	73	N.A.
<b>Elaboración de almidones, aceites y grasas vegetales comestibles</b>	174	71	55	20	28
Elaboración de azúcar, chocolates, dulces y similares	1,383	1,024	179	133	47
<b>Elaboración de dulces, chicles y productos de confitería que no sean de chocolate</b>	1,049	826	135	75	13
Conservación de frutas, verduras y guisos	914	647	122	125	20
<b>Elaboración de productos lácteos</b>	12,922	12,471	294	137	20
<b>Matanza, empaçado y procesamiento de carne de ganado y aves</b>	2,486	2,025	271	137	53
Elaboración de botanas	1,729	1,541	136	45	7

Actividad	Empresas				
	Total	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
<b>Elaboración de productos de panadería y tortillas</b>	94,034	92,064	1,781	157	32
Elaboración de refrescos y hielo, así como purificación de agua	6,482	5,567	661	205	49

## Empresas de la Industria Manufacturera – Estructura %

Actividad	Empresas				
	Total	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
<b>Total nacional</b>	100	90.9	6.0	2.7	0.4
<b>Industria alimentaria</b>	100	95.9	2.9	1.0	0.1
<b>Molienda de granos y de semillas oleaginosas</b>	100	70.2	13.0	15.6	1.2
Elaboración de harina de trigo	100	49.8	15.0	35.3	0.0
<b>Elaboración de almidones, aceites y grasas vegetales comestibles</b>	100	40.8	31.6	11.5	16.1
Elaboración de azúcar, chocolates, dulces y similares	100	74.0	12.9	9.6	3.4
<b>Elaboración de dulces, chicles y productos de confitería que no sean de chocolate</b>	100	78.7	12.9	7.1	1.2
Conservación de frutas, verduras y guisos	100	70.8	13.3	13.7	2.2
<b>Elaboración de productos lácteos</b>	100	96.5	2.3	1.1	0.2
Matanza, empaqueo y procesamiento de carne de ganado y aves	100	81.5	10.9	5.5	2.1
<b>Elaboración de botanas</b>	100	89.1	7.9	2.6	0.4
Elaboración de productos de panadería y tortillas	100	97.9	1.9	0.2	0.03
<b>Elaboración de refrescos y hielo así, como purificación de agua</b>	100	39.4	20.6	24.1	16.0

## Personal Ocupado en la Industria Manufacturera

Actividad	Empresas				
	Total	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
<b>Total nacional</b>	4,198,579	762,103	431,768	1,381,899	1,622,809
<b>Industria alimentaria</b>	695,523	287,830	70,127	182,505	155,061
<b>Molienda de granos y de semillas oleaginosas</b>	33,450	1,914	2,982	19,791	8,763
Elaboración de harina de trigo	8,911	378	947	7,585	N.A.
<b>Elaboración de almidones, aceites y grasas vegetales comestibles</b>	14,199	383	1,224	6,943	5,649
Elaboración de azúcar, chocolates, dulces y similares	72,141	3,579	3,906	27,969	36,687
<b>Elaboración de dulces, chicles y productos de confitería que no sean de chocolate</b>	30,656	2,889	2,835	12,835	12,097
Conservación de frutas, verduras y guisos	51,016	2,010	2,777	22,851	23,378
<b>Elaboración de productos lácteos</b>	78,094	30,670	5,989	23,348	18,087
Matanza, empaclado y procesamiento de carne de ganado y aves	59,241	5,768	6,269	14,887	32,317
<b>Elaboración de botanas</b>	21,176	4,438	2,947	6,473	7,318
Elaboración de productos de panadería y tortillas	320,614	235,192	33,910	19,670	31,842
<b>Elaboración de refrescos y hielo, así como purificación de agua</b>	114,739	19,299	13,476	37,415	44,549

## Personal Ocupado en la Industria Manufacturera – Estructura %

Actividad	Empresas				
	Total	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
<b>Total nacional</b>	100	18.2	10.3	32.9	38.7
<b>Industria alimentaria</b>	100	41.4	10.1	26.2	22.3
<b>Molienda de granos y de semillas oleaginosas</b>	100	5.7	8.9	59.2	26.2
Elaboración de harina de trigo	100	4.2	10.6	85.1	N.A.

Actividad	Empresas				
	Total	Micro	Pequeñas	Medianas	Grandes
<b>Elaboración de almidones, aceites y grasas vegetales comestibles</b>	100	2.7	8.6	48.9	39.8
Elaboración de azúcar, chocolates, dulces y similares	100	5.0	5.4	38.8	50.9
<b>Elaboración de dulces, chicles y productos de confitería que no sean de chocolate</b>	100	9.4	9.2	41.9	39.5
Conservación de frutas, verduras y guisos	100	3.9	5.4	44.8	45.8
<b>Elaboración de productos lácteos</b>	100	39.3	7.7	29.9	23.2
<b>Matanza, empacado y procesamiento de carne de ganado y aves</b>	100	9.7	10.6	25.1	54.6
<b>Elaboración de botanas</b>	100	21.0	13.9	30.6	34.6
Elaboración de productos de panadería y tortillas	100	73.4	10.6	6.1	9.9
<b>Elaboración de refrescos y hielo, así como purificación de agua</b>	100	16.8	11.7	32.6	38.8

## Total de Activos Fijos en la Industria Manufacturera

Actividad	Activo Fijo (miles de Pesos)
<b>Total nacional</b>	1,258,435,455
<b>Industria alimentaria</b>	143,974,648
Molienda de granos y de semillas oleaginosas	23,605,778
<b>Elaboración de harina de trigo</b>	5,121,982
Elaboración de almidones, aceites y grasas vegetales comestibles	10,325,718
<b>Elaboración de azúcar, chocolates, dulces y similares</b>	33,492,987
Elaboración de dulces, chicles y productos de confitería que no sean de chocolate	3,786,165
<b>Conservación de frutas, verduras y guisos</b>	9,476,831
Elaboración de productos lácteos	18,158,019
<b>Matanza, empacado y procesamiento de carne de ganado y aves</b>	9,718,130
Elaboración de botanas	3,487,443
<b>Elaboración de productos de panadería y tortillas</b>	26,790,450
Elaboración de refrescos y hielo, así como purificación de agua	33,827,600

## Ventas Netas de Productos Elaborados en la Industria Manufacturera

Actividad	Ventas netas de productos elaborados (miles de Pesos)
<b>Total nacional</b>	<b>3,240,857,639</b>
<b>Industria alimentaria</b>	<b>392,612,196</b>
Molienda de granos y de semillas oleaginosas	56,879,148
<b>Elaboración de almidones, aceites y grasas vegetales comestibles</b>	<b>27,773,873</b>
Elaboración de azúcar, chocolates, dulces y similares	47,919,477
<b>Elaboración de dulces, chicles y productos de confitería que no sean de chocolate</b>	<b>15,191,765</b>
Conservación de frutas, verduras y guisos	28,878,289
<b>Elaboración de productos lácteos</b>	<b>74,308,542</b>
Matanza, empackado y procesamiento de carne de ganado y aves	35,525,861
<b>Elaboración de botanas</b>	<b>20,297,724</b>
Elaboración de productos de panadería y tortillas	63,776,164
<b>Elaboración de refrescos y hielo así como purificación de agua</b>	<b>93,062,246</b>

En el anexo digital se encuentra información aún más detallada sobre la industria alimentaria en las entidades federativas.

### 4.4 Urbanización

En este apartado, mostraremos los cambios demográficos que sufrió el país entre 1930 y los años 70, así como el espectacular crecimiento urbano que se dio durante esa época.

El mundo sufrió un fenómeno demográfico que se ha intensificado en la primera década del siglo XXI y que sigue creciendo. En 1950, según *World Urbanization Prospects: the 1994 revision*,<sup>35</sup> el total de población urbana a nivel mundial era del 29.3%, donde los países más desarrolladas tenían el 54.7%, las de desarrollo económico medio el 17.3% y los menos desarrollados el 7.1%.

35. United Nations, *World Urbanization Prospects: the 1994 revision*, Nueva York, ONU, 1995.

Para el año 2007, la urbanización mundial promedio era del 50%, donde las regiones más desarrolladas tenían el 75%, las menos desarrolladas el 44% y las de desarrollo económico bajo entre el 36 y el 44%.

Para el año 2050, el 70% de la población mundial vivirá en el medio urbano y sólo el 14% de la población de los países más desarrollados vivirá en el campo. Así lo prevé Anna Tibaijuka, Directora del Programa de Asentamientos Urbanos (Habitat) de Naciones Unidas.<sup>36</sup>

Este organismo que ha estudiado la evolución del desarrollo urbano, consideraba a mediados del siglo pasado a la ciudad como unidad de medida, que comprendía aquellos asentamientos de 20 mil hasta 100 mil habitantes; la gran ciudad, que tenía poblaciones de más de 1 millón de habitantes y la mega ciudad, con más de 7 millones de habitantes.

El proceso urbanizador es de tal tamaño que ya no se habla de regiones (conjunto de ciudades cercanas), sino de mega regiones donde, por ejemplo el corredor de 135 kilómetros comprendidos entre Hong Kong y Guangzhou, en China, tiene cerca de 120 millones de habitantes, esto es el doble de lo que se calcula para la región del eje Nagoya-Osaka-Kyoto-Kobe en Japón, y tres veces más habitantes de la región que se extiende entre Río de Janeiro y Sao Paulo en Brasil, actualmente. En el caso de México, dentro de 20 años se calcula que existirá una mega región hacia el oriente, uniendo el área metropolitana de Toluca con el área metropolitana de la Ciudad de México, con más de 25 millones de habitantes.

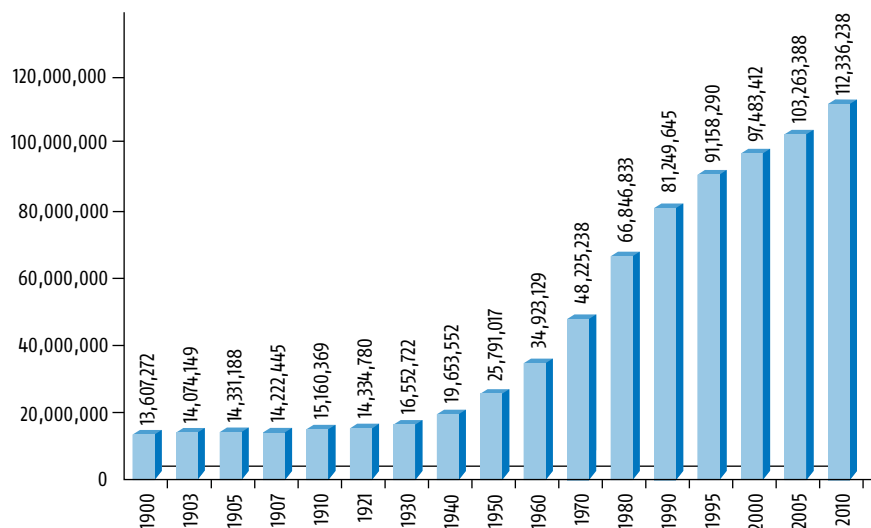
Como sucedió en algunos países sobre todo los latinoamericanos, México sufrió un cambio demográfico profundo que comienza en 1930, cuando el 70% de la población estaba en el campo; luego se dio una fase de transición en los años 60, donde aumenta la población urbana sobre la rural, y para 2010, se cuenta con más del 70% de la población asentada en las ciudades.

Este cambio es el resultado de la transformación que hubo en el aspecto socioeconómico durante ese período, y que propició que hoy seamos una sociedad eminentemente urbana. A continuación mostramos gráficamente esta transformación:

---

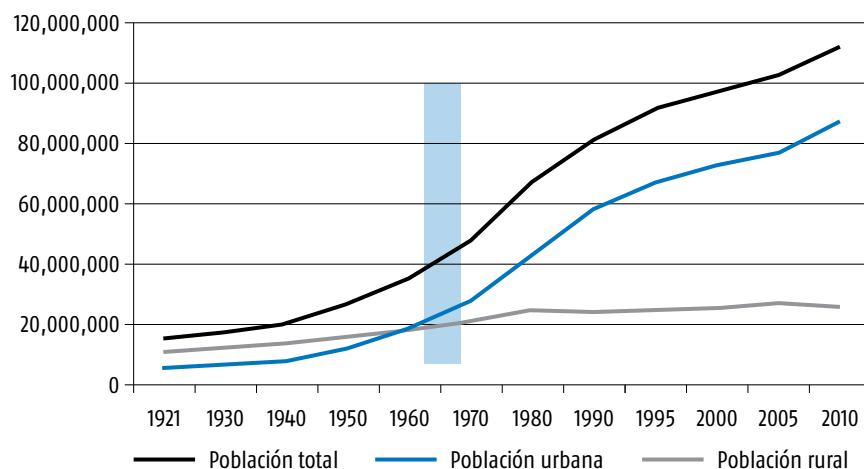
36. Zabalbeascoa, Anatxu, "Ciudades, el desafío de la convivencia", en *El País Semanal*, Madrid, Mayo 2 de 2010.

## México: población 1900–2010 (millones de habitantes)



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI: *Estadísticas Históricas de México, Censos de Población 1900, 1910, 1921, 1930, 1940, 1950, 1960, 1970, 1980, 1990, 2000, 2010; Censo de Población 1903, 1905, 1907, 1995, 2005.*

## México: evolución de la población 1921–2010 (millones de habitantes)



Fuente: Elaboración de canacintre con datos del INEGI: *Estadísticas Históricas de México; Censos de Población 1921, 1930, 1940, 1950, 1960, 1970, 1980, 1990, 2000, 2010; Censos de Población 1995, 2005.*



La columna sombreada en azul muestra el momento que representó un parteaguas en el cambio entre los ambientes rural y urbano.

En 1900, México tenía 13 millones 600 mil habitantes, de los cuales 1 millón 400 mil vivía en 33 ciudades, con un grado de urbanización del 10.6% de la población, según las publicaciones de Luis Unikel y Gustavo Garza.<sup>37</sup> Para 1910 la población total había aumentado en millón y medio de habitantes, con un grado de urbanización del 11.8%.

Entre 1910 y 1921, la población descendió en 825 mil habitantes como lo indica Gustavo Garza en *La urbanización de México en el siglo xx*,<sup>38</sup> esto fue el saldo de la guerra de Revolución. A pesar de esta pérdida, ocurrió una importante migración del campo a la ciudad por motivos de seguridad, haciendo que el porcentaje de la población urbana en 1921 fuera del 14.6%.

Entre 1921 y 1930, la población total se elevó en un 1.7% y el porcentaje de la población urbana llega al 20%, mientras que el número de ciudades se elevó a 55.

De los años 40 a los años 60, la población nacional pasó de 19 millones 649 mil habitantes, a 34 millones 923 mil habitantes y la urbana de 3 millones 928 mil habitantes, a 12 millones 747 mil habitantes; esto quiere decir que, mientras la población total creció en casi un 78%, la población urbana lo hizo en un 324.5%.

Las causas que provocan un cambio tan importante en tan pocos años son diversas; para empezar, podemos recordar a Simon Kuznets,<sup>39</sup> que establece la correlación entre la industrialización, el desarrollo económico y los cambios demográficos que comprenden la emigración campo-ciudad y el crecimiento urbano. Es en este período de 20 años en el que se intensifica el desarrollo industrial del país a través del proceso de sustitución de importaciones, con un crecimiento económico rápido y profundo hacia el interior.

Otro de los aspectos importantes que debemos hacer notar es el cambio social que produjo el reparto agrario en el mundo rural, pues luego de tener peones encasillados en haciendas sobre todo en el centro del país, se pasó a multitud de ejidatarios y pequeños propietarios que se mudaron a otras partes del territorio nacional.

---

37. Unikel, Luis, «Políticas de desarrollo regional en México: demografía y economía», en Gustavo Garza *et. al.*, *El desarrollo urbano de México*, México, El Colegio de México, 1976, pp. 343-355.

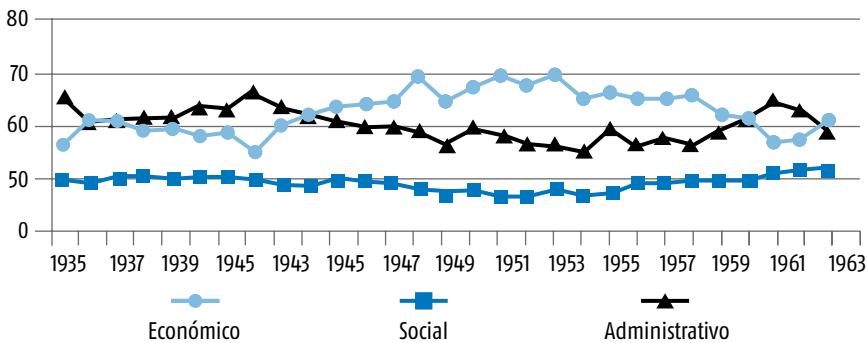
38. Garza, Gustavo, *La urbanización de México en el siglo xx*, México, El Colegio de México, 2003.

39. Kuznets, Simon, *Op. Cit.*

La salud y la educación se concentraba en las ciudades y esto fue otro de los factores de atracción hacia el medio urbano. Cabe señalar que en 1943, con la fundación del Instituto Mexicano del Seguro Social, se empezó a garantizar un sistema de salud para obreros y empleados, mientras que en el mundo rural se contaba únicamente con la medicina tradicional. A partir de ese momento, se comenzó a expandir la red hospitalaria, empezando por los asentamientos urbanos.

El gasto social, que había tenido un fuerte impulso en el mandato de Lázaro Cárdenas, decayó hacia los años 50 y luego volvió a ver una recuperación en los años 60 que sobrepasó inclusive la inversión cardenista. Veamos esta gráfica:

### Distribución del gasto público, 1935-1963



Fuente: Hernández Trillo, Fausto, «Las finanzas públicas en el México posrevolucionario», en Kuntz Ficker, Sandra, *Op. Cit.*, p. 591.

Estos factores, unidos al hecho de que en el mundo rural comenzó a haber una movilidad que más adelante expondremos, son algunas de las causas que explican el cambio demográfico.

Para 1960 el país estaba constituido por 124 ciudades, 40 más de las que había en 1950 y 17 crecieron a tasas del 6.5% anual; por ejemplo, donde la ciudad de León creció al 7.4%, Monclova al 8.5%, Guadalajara al 8% y Monterrey al 7%. La ciudad de México lo hizo con un promedio anual del 5.7%, donde el 40% de la población urbana eran emigrantes atraídos por el dinamismo económico y social de esta urbe.

Muestra de este proceso urbanizador, es el cuadro siguiente que indica la tasa porcentual de emigración que sufrieron las principales entidades

del país. En este movimiento hubo entidades expulsoras, sobre todo en la región del Bajío y en el sureste del país.

### Emigración Campo-Ciudad en las entidades más importantes

	1955-1960 %	1965-1970 %	1970-1975 %	1975-1980 %
Distrito Federal	16.60	4.0	-9.6	-13.30
Estado de México	1.4	29.0	25.0	22.9
Baja California	27.7	22.0	11.3	4.9
Jalisco	-4.6	-0.6	1.8	1.4
Nuevo León	7.6	11.0	7.4	7.0
Quintana Roo	23.1	35.1	50.1	37.9

Fuente: Banamex, *Estadísticas seleccionadas de México Social 1996-1998*, México, Grupo Financiero Banamex Accival, División de estudios Económicos y Sociales p.105.

Un factor importante a considerar para entender el aumento demográfico es también la emigración hacia los Estados Unidos, que a continuación detallamos:

### La Emigración hacia los Estados Unidos

Año	Residentes
1940	256 mil
1950	4.1 millones
1990*	5 millones

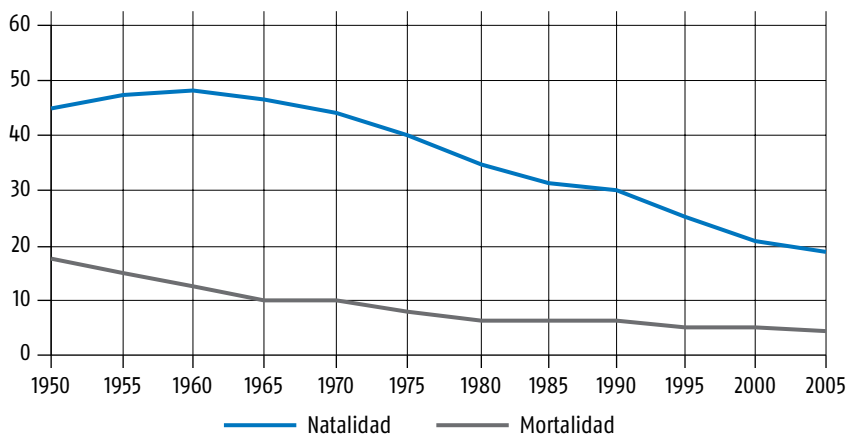
Fuente: Banamex, *Estadísticas seleccionadas de México Social 1996-1998*, México, Grupo Financiero Banamex Accival, División de estudios Económicos y Sociales p.108-116.  
\* 6% de la población de México en ese año.

Este movimiento migratorio ha ido creciendo paulatinamente ya que, de una tasa de 37 emigrantes por cada 100 mil del año 1990 a 1995, se pasó a 42 en el siguiente quinquenio, llegando a casi medio millón de emigrantes anuales durante los últimos años.

En los años 60, se llegó al pico del crecimiento demográfico. A partir de ahí, la tasa de natalidad que era de 48 por cada mil habitantes, luego

se redujo hasta llegar a 19, un porcentaje demográfico muy cercano a la tasa de reposición, como resultado de las políticas públicas emprendidas sobre salud reproductiva.

### Tasas de natalidad y de mortalidad, 1950-2006



Fuente: Consejo Nacional de Población, *La situación demográfica de México, 2000, 2002 y 2004*.

Asimismo, gracias a los programas de salud y al mejoramiento de la calidad de vida, la tasa de mortalidad bajó de alrededor de 18 por cada 100 mil habitantes, a cerca de 5.

Otro factor más que influyó en el incremento demográfico fue el aumento de la esperanza de vida, que en 1930 era de 34.9 años para los hombres y 36.9 para las mujeres; para el año 2000, éste pasó a 73 años para los hombres y a 79 para las mujeres, con lo que prácticamente se duplicaron las expectativas de vida, resultado del mejoramiento y la paulatina expansión de los servicios de salud.

De la misma manera, la tasa de nacimientos se redujo al pasar de un promedio de 7 hijos durante la expansión demográfica, a 2.29 en el 2010.

La mortalidad infantil que en 1930 era de 145 por cada mil habitantes, se redujo a 17 en la primera década del siglo XXI.

La urbanización en México ha creado asentamientos que trascendieron los límites políticos de municipios y entidades completas. El Consejo Nacional de Población ha desarrollado un modelo de explicación de este fenómeno urbanizador que describe en *La situación demográfica*

de México<sup>40</sup> de la siguiente manera: en un primer momento, creció el asentamiento en el centro; luego, y a medida que la emigración y el crecimiento natural de la población aumentaba, el centro se despobló para convertirse en un lugar de actividad económica; entonces crecen los asentamientos hacia la periferia, con lo que se incrementa la necesidad de infraestructura de comunicaciones. Así, para la población urbana el gasto en transporte aumentó de un 5.9% del ingreso total en 1963 al 14.3% en el año 2008, así como el gasto de vivienda que pasó del 15.77% en 1963 al 29% en el 2008.

El fenómeno de conurbación en el país fue también un proceso muy rápido. En 1970 existían en México trece metrópolis, para 1980 aumentaron a 26 y en 1991, a 51. Finalmente, para la primera década del siglo XXI hay más de 56 zonas metropolitanas. Esto plantea un problema, pues su administración trasciende los límites político-administrativos y requiere una nueva visión de la realidad metropolitana.

Finalmente, tenemos que admitir que el crecimiento de la población urbana en los últimos 80 años ha sido tan intenso, que de 1940 a 2010, se ha multiplicado por 44.5 veces; mientras que la población rural solamente se duplicó. Esto ha impedido que exista una política pública de desarrollo urbano, pues con estos crecimientos era difícil crear instrumentos de ordenación urbana, ya que muchos de los asentamientos se realizaron a partir de la autoconstrucción de vivienda, mientras que los servicios e infraestructura básica llegaron años después.

#### **4.4.1 Contraste urbano-rural**

Algunos pensadores como Nilda Sito, Gino Germani, Johan Galtung y Torcuato Di Tella<sup>41</sup> aseguran que la base del crecimiento demográfico es el desarrollo económico y que éste genera un movimiento expulsor o de movilización. Otro elemento a considerar, es la capacidad de movilidad social al interior de los grupos ya que, mientras en el mundo rural la movilidad social es restringida y se caracteriza por ser una sociedad estratificada y rígida, la urbana es flexible y por lo tanto permite tanto social como individualmente, una movilidad ascendente o descendente según sea el caso.

---

40. Consejo Nacional de Población, *La situación demográfica de México*, México, 2000, p. 160.

41. Di Tella, Torcuato et. al., *Modernización y desarrollo social*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1970.

A continuación describiremos algunos conceptos útiles para entender mejor estos dos universos sociales:

4. Diferencias ocupacionales. Mientras la sociedad rural tiene individuos ocupados en su inmensa mayoría en labores agrícolas o ganaderas y un pequeño porcentaje en servicios; la sociedad urbana tiene como ocupaciones principales el ámbito industrial y la prestación de servicios, que en las sociedades postindustriales, llega a ser el de mayor ocupación laboral de las personas que habitan las ciudades.
5. Diferencias ambientales. En el campo se trabaja al aire libre, en contacto directo con la naturaleza y se encuentra expuesto a los fenómenos climáticos de una forma permanente; en cambio, el habitante urbano muchas veces se encuentra separado de la realidad ambiental, dentro de una realidad «de concreto» donde, además de perder contacto con la naturaleza, el tiempo transcurre a través de otros ciclos totalmente distintos.
6. Diferencias en el tamaño de las comunidades. El mundo rural está compuesto de pequeñas comunidades dispersas; por el contrario, el mundo urbano se compone de grandes poblaciones.
7. Diferencia en la densidad de población. En el campo, las comunidades tienen una baja densidad demográfica por kilómetro cuadrado; en cambio, las ciudades se caracterizan por tener una enorme densidad con respecto a la misma medida.
8. Diferencias en la homogeneidad/heterogeneidad de la población. Las sociedades rurales son mucho más homogéneas, pues sus integrantes tienen una mayor similitud en sus características psicosociales; por el contrario, las sociedades urbanas se caracterizan por ser heterogéneas y contener múltiples características psicosociales, muchas veces determinadas por la educación, ocupación o niveles de ingreso.
9. Diferenciación, estratificación y complejidad social. La ciudad por definición, es un mundo complejo, donde coexisten diversos grupos con identidades particulares, con una mayor estratificación y con identidades que les permiten una diferenciación entre ellos. En cambio, en las sociedades rurales, dada su condición de escasa movilidad y de rigidez, la estratificación y la identidad son mucho más homogéneas; inclusive, en muchas ocasiones esto se ve reforzado porque los miembros que se sienten constreñidos en su horizonte

vital, emigran. Asimismo, los más pobres buscarán mejorar sus niveles de vida saliendo de las comunidades rurales, por lo que estos movimientos hacen a estas comunidades mucho más homogéneas que las urbanas. Mientras en el mundo rural las generaciones se suceden en la ocupación; en el mundo urbano la posibilidad del cambio ocupacional hace que exista una mayor movilidad social.

10. Dirección de las migraciones. Una constante que se presenta no sólo en México, sino en el mundo, es que la mayoría de la migración se produce del campo a las ciudades; son contados los casos de migración inversa.
11. Sistemas de integración social. A pesar de que el mundo rural se caracteriza por su dispersión poblacional, los contactos personales son más limitados debido a su poca movilidad, pero son más permanentes y estrechos, provocando que se dé una relación profunda de comunidad. En el mundo urbano, el contacto es casual, superficial y muchas veces de corta duración; de ahí que los sistemas de interacción rural se caractericen por líneas y cadenas que tienen mucho de toque humano, intimidad y solidez.

Si bien el cambio demográfico en México fue grande y profundo en pocos años, el proceso de aculturación en la nueva realidad urbana fue mucho más lento y podríamos decir que aún no termina de realizarse, pues tanto habitantes originarios como emigrantes, llevaron consigo o hicieron permanente, tradiciones y visiones del mundo convertidas en valores, como lo veremos más adelante. Éste es el caso de las costumbres alimentarias que se perpetuaron o se fueron formando a través de los siglos, como en el caso de la tortilla, el chile y el frijol y su combinación con el pan que aparece en la Colonia, y son producto de la creciente aculturación que toda sociedad tiene; de tal suerte que nuevas pautas alimentarias se irán dando a medida que la población se transforme culturalmente.

## 5. LOS VALORES DEL MEXICANO

Los valores constituyen el centro de toda cultura; cumplen la función de darle continuidad, sentido e identidad a las sociedades y le confieren un sentido profundo a nuestras acciones y a nuestra vida.

El marco axiológico de los valores es una estructura normativa que permite orientar y articular las esferas del quehacer humano, condiciona la percepción, la evaluación y la toma de decisiones, define lo que es deseable y lo que no, y por lo tanto, influye profundamente en nuestra conducta.

Según Milton Rokeach, mencionado por Díaz Guerrero, los valores no son sinónimo de necesidades y deseos, aunque puedan ser fuente de ambos; no son exactamente iguales a los motivos, aunque los incluyan, y no son puras normas de conducta, aunque sí influyen al establecer criterios considerados como deseables y sientan las bases para la aceptación o rechazo de normas particulares.<sup>42</sup> Los valores son patrones, normas y reglas interiorizadas que se adquieren principalmente en el seno de la familia durante la infancia, aunque hombres y mujeres modifican sus esquemas axiológicos durante el transcurso de su vida. Debemos tener en cuenta también a las instituciones que socializan estos valores: la escuela, la iglesia, los medios masivos de comunicación, los centros de trabajo, las autoridades, los sindicatos, los compañeros y los amigos.

Todas las culturas son iguales en dignidad, ya que cada una de ellas realiza y expone una imagen concreta del ideal humano, por lo que podemos decir que son exponentes de la diversidad creadora de las culturas humanas; de ahí que, todas ellas deben ser respetadas. Esta diversidad hace que no todos los valores sean iguales en una cultura concreta, por lo tanto debemos examinarlos y estudiarlos para encontrar lo que hay en común y evitar la imposición de valores, tal como lo recomienda la UNESCO en sus documentos fundacionales.<sup>43</sup> Tal como lo hemos visto en los capítulos anteriores, México sufrió una transición económica y demográfica rápida y profunda, en un lapso de cerca de 40 años. Los

---

42. Díaz Guerrero, Rogelio, *Un eslabón perdido en la investigación sobre los valores*, México, Instituto Politécnico Nacional, 1996, p. 11.

43. Bindé, Jerome, *¿Hacia dónde se dirigen los valores?*, México, Fondo de Cultura Económica, 2009.



valores no tienen esa misma capacidad de cambio; sino que su modificación suele ser más lenta por ejemplo en una movilización rural-urbana y la mayoría de las veces, es producto de la aculturación. Algunos contraponen a la cultura rural con la cultura urbana, haciendo juicios de valor sobre ellas. Nosotros preferimos entenderlas como dos formas de sociedades humanas, acorde con sus condiciones y posibilidades, siendo cada una de ellas una forma objetiva de ser. Para entender mejor la visión de estos mundos, describiremos las formas de comportamiento de cada uno de ellos.

La sociedad rural es mucho más tradicional que la urbana. La concepción del tiempo es circular y cíclica y las personas organizan su vida en razón de estos ciclos. Su contacto con la naturaleza condiciona la mayoría de sus conductas, siempre pendiente de los eventos naturales como el clima, que les hará posible, en muchos casos, sobrevivir. La siembra, el cuidado de la tierra y la cosecha marcan momentos especiales y se ritualizan para darles un sentido sagrado. Estos eventos rituales que se repiten año con año, son celebrados por toda la comunidad y nadie queda al margen, cada individuo tiene su posición, sus deberes, responsabilidades, privilegios y papeles perfectamente definidos. La vida en estas comunidades se rige por una estructura valorativa jerarquizada y rígida. A diferencia de la cultura urbana, los cambios y la innovación son introducidos lentamente, en períodos muy largos; de tal suerte que impidan alterar o destruir el orden de estas sociedades.

Los padres esperan que sus hijos les sucedan en las labores del campo artesanales y permanezcan en la comunidad. Ellos perciben el cambio generacional como algo biológico, pero no a través de disrupciones. Las relaciones humanas, aunque restringidas a la comunidad, son muy importantes.

En las sociedades rurales tradicionales, la divergencia y la pobreza son causa de migración de muchísima gente. De ahí que los fermentos del cambio salgan muchísimas veces de su comunidad, con lo que se produce un efecto de homogeneidad que refuerza aún más las relaciones y la cultura de los integrantes de la comunidad.

Como dice Enrique Alduncin, lo moderno, rompe con todos estos esquemas, pues: «saca a la persona de la eternidad y lo sumerge en lo temporal».<sup>44</sup> El mundo moderno, característico de la sociedad urbana,

---

44. Alduncin, Enrique, *Los valores de los mexicanos*, México, Fomento Cultural Banamex, T. II, 1991.

cambia el sentido del tiempo ya que el hombre no se regirá por las estaciones, se vuelve un tanto lineal y en el caso más extremo, el tiempo se vuelve segundos. Dentro de las culturas occidentales, donde la economía monetaria es el denominador común, el hombre se vuelve una mercancía más, donde las leyes económicas, cuantifican y miden todo.

Mabel M. Rodríguez Centeno comenta al respecto: «Lo cierto es que las prácticas de la economía rural tradicional distan mucho de las típicamente occidentales, en ellas el dinero no tiene la indiscutible primacía de otros contextos. Es una economía con un fuerte componente moral, que antepone consideraciones éticas o sociales a las relacionadas con la acumulación de capitales».<sup>45</sup> En esta visión del mundo rural, el campesino es un agente económico orientado hacia la subsistencia, para el cual la relación producción y consumo está dirigida siempre a la satisfacción de las necesidades del grupo familiar. Cuando hablamos de grupo familiar, entendemos no sólo la familia nuclear, sino la familia ampliada donde son considerados los abuelos, los tíos y los sobrinos. Para el campesino, el valor de la supervivencia es básico y esencial.

A diferencia de las sociedades tradicionales, en las modernas el cambio y la innovación lo envuelven todo y la permanencia de las cosas es sólo cuestión de poco tiempo. Al contrario de las sociedades rurales, donde la certidumbre es un valor esencial, las sociedades urbanas se instalan en la incertidumbre y en el movimiento.

En el mundo urbano la productividad y la competencia mueven productos y servicios en volumen creciente y en el menor tiempo posible. La residencia y el trabajo pueden cambiar, inclusive hasta los oficios ya que lo relevante es progresar. Esta nueva actitud que exige la modernidad, implica que los padres esperen que sus hijos tengan y gocen de un nivel material superior a ellos, sin importar si cambian de lugar, residencia, oficio o actividad.

Los valores que articularán la vida urbana son el individualismo, la competencia y el hedonismo, por lo que el éxito personal y el consumo son ejes fundamentales para esta sociedad.

Los estudios sobre valores reconocen un proceso complejo de cambio que implica transformaciones en las esferas económica, política, social y cultural. Este proceso es heterogéneo y de distintas duraciones, pero

---

45. Rodríguez Centeno, Mabel M., "El espejo de la vida: crédito al consumo y cotidianidad en la Hacienda del Charco de Araujo, 1796-1799, en Gonzalbo Aizpuru, Pilar, *Op. Cit.*, p. 125.

no necesita romper con las tradiciones sino que, en muchos casos, convive con ellas.

El cambio, como tendencia dominante, se observará en el desplazamiento de las formas de integración social y en la lógica de la cooperación a la acción colectiva y depende del interés, de su racionalidad instrumental y de la competencia. Se podría decir que es un proceso de interacción entre lo nuevo y lo tradicional, que da por resultado una transición que en algunos casos es rápida y en otros, lenta, dependiendo de lo profundo que resulte el movimiento demográfico y económico.

Entre 1940 y 1970, el mexicano sufrió un cambio profundo que lo obligó a transitar de una cultura a otra. En 1981 Enrique Alduncin,<sup>46</sup> hizo la primera encuesta para medir estos cambios, que contrasta con un nuevo estudio hecho en 2011.<sup>47</sup> A continuación reproducimos algunos de estos contrastes:

A la pregunta: «¿a qué región le gustaría que se pareciera México?», encontramos que en los últimos 30 años cambió la percepción del mexicano con respecto al país; mientras en 1981 prevalecía la postura de que a ninguna otra región, en 2011 aumenta la percepción de que debería parecerse a Estados Unidos, a Canadá y a Europa.

En 1981, los mexicanos preferían los productos extranjeros; sin embargo, esta percepción ha cambiado. El nacionalismo industrial mexicano es un valor creciente en las personas, en 2011 casi el 40% de los entrevistados encuentra mejores los productos del país, un 44% piensa que son de igual calidad a los extranjeros y la percepción de que son «peores» se ubica en los 43 puntos porcentuales. Algo similar sucede con los precios y con la originalidad.

Ante la pregunta: «¿es necesario cambiar, aún cuando no se logren los resultados esperados?», más de la mitad de los mexicanos, según cifras de 2011, está de acuerdo en promover el cambio.

Cuando se preguntó: «¿lo que fue bueno para nuestros padres y abuelos debe ser bueno para nosotros?», un 53% opinaba de manera afirmativa en 1981; al día de hoy, todavía el 51% cree que sí y un 49% dice lo contrario.

Respecto al tiempo del cambio y el esfuerzo para realizarlo, sigue permaneciendo alto el porcentaje de personas consideran que el cambio y el esfuerzo son indispensables para lograr la transformación.

---

46. Alduncin, Enrique, *Op. Cit.*

47. Alduncin, Enrique, "Valores y desarrollo" en *Este país, Tendencias y opiniones*, Número 242, junio 2011, pp 28-32.

Cuando se les pregunta sobre conservar las tradiciones o adoptar nuevas, el 65% de las personas no está de acuerdo en desechar tradiciones.

Asimismo, la insatisfacción sigue siendo motivo para lograr los cambios en un 52% de las opiniones y se refuerza con la pregunta sobre si está uno satisfecho con lo que ha logrado sin esperar mucho de la vida. El 60% están en desacuerdo con esta afirmación.

En materia económica, la mayoría de las personas no está de acuerdo en que se pierda la identidad y la soberanía.

En este mismo estudio, un 51% manifestó tener valores preconventionales, que son introyectados, resguardados y preservados en las sociedades tradicionales; un 32% opina que su moral es convencional y por último, en valores postconvencionales, característicos de una sociedad donde la cultura de la ley está muy arraigada, solamente el 18% manifiesta tenerlos.

Asimismo, los valores de la eficiencia económica como la igualdad de oportunidades sin importar el origen social, el asegurar los niveles de bienestar, la libertad de palabra y de creencias, obtienen los más altos puntajes. En cambio, la obediencia de los ciudadanos a las decisiones de la autoridad, la centralidad del gobierno para decidir sobre lo más importante y un Estado autoritario que limite y reglamente la conducta de todos, tienen muchísima menos aceptación que antes.

¿Qué características tienen los mexicanos según la percepción individual? La mayoría de ellos se considera creativo (en contra de lo que pensaban de sí mismos hace casi 15 años), alegre, trabajador, generoso y patriota.

En 1995 y unos pocos años antes, el mexicano se veía aguantador y sacrificado; hoy estos dos conceptos son menos apreciados.

Por último, llama la atención que el mexicano acepta un fervor a la Virgen de Guadalupe aunque se considere a la vez poco religioso.

En otra encuesta realizada por varios estudiosos de las Ciencias Sociales y las Matemáticas como Eduardo Berumen,<sup>48</sup> encontramos que el mexicano sigue siendo poco consciente de sus derechos políticos y sociales. Aunque participa cada día más en las elecciones, casi la mitad no conoce los derechos políticos, le interesa poco la política y discute poco de ella con otras personas; sólo se atreve a hacerlo en el ambiente familiar. Además, considera a la familia como algo muy importante y participa poco en grupos y organizaciones, le interesa la historia, los deportes,

---

48. Berumen, Eduardo et al., "Encuesta Nacional de valores sobre lo que nos une y divide a los mexicanos", en *Este País*, México, número 251, marzo de 2012, p. 57.

el nacionalismo y la religión; cree que el desarrollo de la tecnología es muy importante así como un mayor respeto a la autoridad; en cambio, se desinteresa de la política, las clases sociales y los partidos políticos. Es parcialmente confiado, mayoritariamente con sus vecinos y totalmente desconfiado de los partidos políticos y la Cámara de Diputados. Además considera importante tener una familia, una educación y un trabajo respetado y admirado, está orgulloso de ser mexicano y de sus costumbres, se identifica más con su ciudad o su pueblo y con el país en su conjunto, que con los Estados o entidades federativas.

Asimismo, un 36% de los mexicanos manifiesta ir una vez por semana a los servicios religiosos y un 45% considera que sólo se cumple la ley algunas veces. A pesar de todo lo que se dice de la educación, un 70% la considera buena y cree que una economía fuerte es necesaria para ofrecer empleos y buenos salarios. Los valores más importantes del mexicano en el aspecto social son: la igualdad, la justicia, la solidaridad y la libertad.

El papel de la religión es importante para los mexicanos pues, cerca de 6 de cada 10 personas manifiestan que es un factor de unidad. Ahora bien, ¿qué les une a los mexicanos? Las respuestas son múltiples; la mayoría, coincide en la historia (74%), los deportes (73%), el nacionalismo (70%) y la religión (60%). Por el contrario, encuentran como factor de desunión la diferencia entre mayores y menores (60%), así como la mitad de los encuestados opina que las razas, las etnias y la diferencia entre campo y ciudades, son factores importantes de desunión.

Desde otro punto de vista, el mexicano tiene mala opinión de la política; encuentra que lo separa y al parecer, no está consciente de que el acto de votar es parte importante de la democracia, pero la participación política es esencial para la vida democrática. Es reacio a agruparse en asociaciones y a tener una vida diaria más implicada en las decisiones de política del país. Por desgracia, los partidos políticos y los políticos, tienen las más bajas calificaciones en estas encuestas.

Un factor importante para analizar el cambio en los mexicanos es su percepción sobre las mujeres, materia que trata Ana Hirsch Adler en su libro *México: Valores Nacionales*.<sup>49</sup> En una sociedad tradicional, donde están perfectamente estructurados los roles de cada uno de los sexos, las mujeres tienen un papel específico que desempeñar, ya que se encargan del hogar y el cuidado de los hijos.

---

49. Hirsch Adler, Ana, *México en sus valores nacionales*, México, Ediciones Gernika, 1998.

En 1981, cuando se les preguntó sobre las cualidades de la mujer, los encuestados respondieron que la mujer debería ser limpia, hogareña, inteligente, femenina, trabajadora, honesta y sencilla, discreta, religiosa, dulce, casta y abnegada, así como aguantadora, sufrida y sumisa.

El papel de la mujer giraba todo en torno al hogar y la familia, así como el apoyo a la pareja. Además, para ellas la infidelidad era un tema delicado ya que eran más moralistas que los hombres, aunque había cierta laxitud a medida que subía el ingreso; los católicos eran mucho más moralistas en este tema. Asimismo, el divorcio era visto como una solución, un fracaso y una salida justificable, aceptando así ideas más modernas. En cuanto al control natal, había desaparecido el dicho de «los hijos que Dios nos dé», para sustituirlos por «no se deben tener más para atender a los que ya se tienen».

Para los años 90, los cambios habían sido notables. El 82% estaba de acuerdo en que la mujer trabajara, el 56% consideraba que era responsabilidad de ambos decidir sobre el gasto, otro 56% contestó que es responsabilidad de ambos el cuidado de los niños y en cuanto al cuidado de la casa, el 52% asigna esta tarea a las mujeres, el 47% a ambos y sólo el 1% al hombre.

En la encuesta de Inglehart y Basañez que recupera Sergio Aguayo en su *Almanaque Mexicano 2007*,<sup>50</sup> se vuelven a repetir ciertos valores, como la familia y la religión, pero aumenta el valor del trabajo, el tiempo libre y los amigos. Asimismo, el mexicano sigue sintiéndose orgulloso de su nacionalidad, está en general satisfecho de la vida y prefiere pasarla de una manera tranquila a correr riesgos.

Es notable que en la encuesta de valores de 2000 a 2005, a la gente no le gustaría tener como vecinos a drogadictos y bebedores asiduos en un 77%, y en cambio, baja considerablemente el rechazo a los homosexuales, ya que solamente un 30% de los encuestados los considera como vecinos indeseables. Además, baja el porcentaje de rechazo como vecinos indeseables a las personas con SIDA, los evangélicos o cualquier otra religión y migrantes e integrantes de alguna etnia o raza; esto nos demuestra que la sociedad mexicana se ha vuelto cada día más tolerante.

Poco a poco, ascienden los valores económicos y el trabajo comienza a ser visto como una actividad con sentido de logro. Igualmente, empieza a verse que la competencia estimula a las personas a superarse.

---

50. Aguayo Quezada, Sergio, *Almanaque Mexicano 2008*, México, Editorial Aguilar, 2007, p. 152.

En cuanto a la igualdad de género en esta encuesta, los mexicanos están de acuerdo en un 71% en que ser ama de casa es tan satisfactorio como tener un empleo pagado, también un 60% consideró aceptable que una mujer soltera tenga un hijo aunque no lleve una relación estable con un hombre.

Bajaron sustancialmente los atributos donde el hombre es considerado como superior, hasta niveles cercanos al 25%, lo que significa que el 75% de la población está a favor de una igualdad de género. Es importante mencionar que sólo el 22% de la población encuestada manifiesta que es injustificable el divorcio y el 32% opina lo mismo con respecto a la homosexualidad.

Respecto al aborto, en una encuesta realizada por la revista *Este país*, encuentra en noviembre de 1991 que, desde 1981 a ese año, la oposición al aborto bajó de un 65% a un 40%.

Como lo habíamos dicho, en esta encuesta también los políticos y la política tienen las calificaciones más bajas.

### **5.1 Contraste entre la sociedad tradicional y la postmoderna**

En 1994, Ronald Inglehart realizó un análisis de la Encuesta Mundial de Valores que se llevó a cabo entre marzo de 1990 y enero de 1991 en 40 países que abarcaba el 70% de la población urbana y se solicitó información a 56,292 personas mediante 47 variables. Un instrumento parecido a esta encuesta se aplicó en 1981 en 24 países, donde se incluía a México, y su diseño se realizó para comprobar la siguiente hipótesis:

El desarrollo económico genera ciertos cambios en los sistemas de valores y creencias populares —que a su vez producen una retroalimentación que conduce a cambios en los sistemas económicos y políticos de estas sociedades.

Esto no significa que necesariamente tengan que cambiar todos los elementos de la cultura, generando una cultura global uniforme. Sin embargo, existen ciertos cambios culturales y políticos que parecen estar lógicamente relacionados con la dinámica de un síndrome central de modernización que se extiende a la urbanización, la industrialización, el desarrollo económico, la especialización para el empleo y la diseminación del alfabetismo.<sup>51</sup>

---

51. Hirsch Adler, Ana, *México: valores nacionales. Visión panorámica sobre las investigaciones de valores nacionales*, Ediciones Gernika, México, 1998, p. 186.

Este autor establece las diferencias básicas entre los conceptos de modernización y postmodernización que caben muy bien en el análisis de los valores que antes hemos detallado. Los cinco aspectos primordiales de las sociedades postmodernas son los siguientes:

- La transición de valores de escasez a valores postmodernos de seguridad. «En las sociedades industrializadas, la mayoría de las personas dan por sentada la sobrevivencia; pero precisamente porque la consideran un hecho, no se dan cuenta de qué tan profundamente afecta su cosmovisión». <sup>52</sup>
- Una menor eficiencia y aceptación de la autoridad burocrática; esto da lugar a la pérdida de la confianza en las instituciones jerárquicas en todas las sociedades industriales avanzadas.
- El rechazo del modelo occidental y el colapso de la alternativa socialista.
- Una mayor importancia de la libertad individual y la experiencia emocional, y un rechazo de toda forma de autoridad.
- Disminución del prestigio de la ciencia, la tecnología y la racionalidad.

Inglehart hace también un análisis de las sociedades con un componente autoritario tradicional, donde la religión tiene un papel muy importante. Estos grupos tienden estadísticamente a:

- Favorecer las familias numerosas.
- Conceder una importancia relativamente grande al trabajo.
- Acentuar la obediencia como virtud que debe enseñarse a los hijos.
- Considerar a la familia como importante.
- Expresar un fuerte sentido de «orgullo nacional».
- Creer que «Dios es importante». Se describen a sí mismos como pueblos religiosos.
- Conceder poca importancia a la política.
- Dar poca importancia al «ahorro» y a la «decisión», como virtudes que deben enseñarse a los hijos, y
- Rechazar el aborto.

Como podemos observar, México es una sociedad múltiple y diversa, donde no existe homogeneidad sobre todos los valores; por eso, es necesario

---

52. Hirsch Adler, Ana, *Op. Cit.*, p. 192.



que las políticas públicas tomen en cuenta estas diferencias a fin de poner en práctica propuestas y medidas que enriquezcan a la sociedad.

Como toda esquematización, las categorías son polarizantes y muchas veces se olvida hacer un análisis profundo; de ahí que tengamos que comprender la idea de escasez y la incertidumbre sobre la alimentación en el mundo rural. Estos factores dependen de circunstancias ajenas al poblador, y esto provoca que ellos prioricen el orden y la certidumbre de aquellas situaciones sobre las que sí tienen influencia. Por eso, en estas sociedades las jerarquías y los roles son importantes, evitando cambios que podrían poner en riesgo a la comunidad; en cambio, en una sociedad urbana, moderna y postindustrial, donde los valores de la seguridad dan por sentado el abasto de alimentos y otros bienes, tienden a olvidar lo difícil que es en una sociedad tradicional, lograr el abasto para poder sobrevivir. No es que una sea mejor que otra; simplemente son realidades diferentes.

De acuerdo a lo que demuestran las encuestas mencionadas, el mexicano tiene muy arraigados tanto elementos de las sociedades tradicionales como de las sociedades modernas. Con esto, podríamos pensar que aún estamos en una etapa de transición valorativa.

En 1990, Raúl Béjar Navarro y Héctor Manuel Capello, encontraron que eran pocos los conceptos y valores que tenían un consenso suficiente entre los ciudadanos; de hecho, sólo uno lo obtuvo: la cultura popular, entendiendo ésta como toda aquella manifestación de arte y, en forma especial, la comida<sup>53</sup>.

En 1969 en la *Encuesta sobre nacionalismo e imagen del mundo exterior en los niños mexicanos* realizada por Rafael Segovia, T. Garza y M. Acosta, encontraron el peso que tiene en la cultura tanto la comida como las bebidas: «Las comidas y bebidas de origen nacional tenían gran arraigo en las preferencias alimenticias, sobre todo en los estudiantes de escuelas federales y de estrato bajo»<sup>54</sup> y coincide con lo que hemos descrito en nuestro estudio sobre el consumo en el mundo urbano y la comida tradicional.

Como se mencionó anteriormente, la sociedad urbana valora especialmente la comida tradicional mexicana y aunque se da una marcada

---

53. Béjar Navarro, Raúl y Héctor Manuel Capello, *Bases técnicas y metodológicas en el estudio de la identidad y el carácter nacional*, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, UNAM, México, 1990, p. 170.

54. Segovia, Rafael *et. al.*, «Encuesta sobre nacionalismo e imagen del mundo exterior en los niños mexicanos», en *Foro internacional de El Colegio de México*, Vol. xiii, Número 2 (50), México, octubre-diciembre de 1972, pp. 272-291.

diferencia en los grupos de altos ingresos, existe la paradoja de que a las comidas extranjeras, aún en estos estratos, se les da un toque mexicano.

Además, según el *Censo de 2010*, la concepción de la mujer es diferente como resultado del cambio de valores que ha sufrido México en los últimos cuarenta años. A pesar del cambio en la posición social de las mujeres, en las sociedades occidentales, todavía éstas desempeñan múltiples roles con respecto a los que realiza el hombre, pues deben ser: madres, educadoras de niños, trabajadoras para aportar ingresos, encargadas de las labores del hogar y pareja.

El cambio de las sociedades tradicionales a las modernas, refleja claramente cómo se tiene que transitar de algo establecido, a una sociedad que les implica cambios profundos y constantes, de los cuales hablaremos a continuación.

En los censos de 2010 que realizó el INEGI, encontramos que la tasa de natalidad ha cambiado totalmente, debido a las políticas de salud y a la idea de una moral distinta. Por ejemplo, el número de hijos por mujer en los años 70, era de 6 en promedio; mientras que para la primera década del siglo XXI es de 2.5. Este cambio ha permitido a las mujeres incorporarse al mundo del trabajo y a su vez tener más tiempo para cuidar a los niños, dependiendo del estatus social. Encontramos variaciones a estas cifras según la región, pues en el caso de Chiapas y Durango, las mujeres tienen un promedio de 3 hijos, en el centro —en particular en el Distrito Federal— tienen un promedio de 1.7, y el resto del país está en la media o cerca de la media, de 2.5 hijos.

Sobre el matrimonio, se ha encontrado que a mayor ingreso y educación, la edad para casarse oscila sobre los 30 años. En cambio, a menor ingreso y menor educación, ésta se sitúa entre los 20 y 24 años.

Asimismo, son cada día más las mujeres que fungen como jefas de hogar, ya que el 46% de los hogares censales en caso de familias nucleares, son presididas por mujeres. En el caso de los hogares ampliados, donde convive además algún familiar, ya sean abuelo, tío o sobrino, el 33% los encabezan mujeres contra el 21% que es encabezado por los hombres.

Llama la atención el aumento de los hogares unipersonales, pues en el caso de las mujeres es el 17.2% y en el de los hombres sólo el 6.9%.

Por tamaño de la localidad, la jefatura femenina en la familia es mayor en poblaciones de más de 100 mil habitantes (27.4%), que en localidades de 2,500 habitantes o menos (19.1%).

La tasa de participación económica de las mujeres en 2007 era de 41% en promedio y es, entre las edades de 40 a 49 años, donde mayor número

de mujeres están ocupadas (54.7%).<sup>55</sup> El trabajo de las mujeres está localizado mayormente en los servicios, pues solamente un 3.8% de las mujeres trabaja en el sector primario; un 16.2% en el secundario y un 60% en el terciario.

Además, por cada 100 hombres que trabajan en servicios personales, lo hacen 184.5 mujeres; 87 son comerciantes; 123, oficinistas; sólo 28.6, trabajadoras industriales y artesanales, y 83, profesionistas, técnicas y trabajadoras del arte.

Por hora trabajada, la mujer recibe un ingreso menor entre 2 y 3% al que percibe el hombre. El ingreso promedio por hora trabajada de un profesionista, es para las mujeres de \$58.30 y para los hombres de \$71.60, para el año de 2007.

En el caso de la población ocupada que no recibe ingreso, las mujeres duplican en número a los hombres.

Por horas trabajadas a la semana, las mujeres lo hacen un 20% más que los hombres.

Por todo lo aquí descrito, creemos que aún en el mundo moderno es necesaria una mayor equidad de género y que el hombre se involucre más en las labores y cuidado del hogar y de los hijos. El concepto de familia ha evolucionado y deberá evolucionar hacia una mayor participación de ambos sexos tanto en la actividad económica como en la educación de los hijos y las labores del hogar.

#### **4.1 La mujer y la alimentación**

Algo que permanece como parte de los valores tradicionales, es la posición de la mujer frente a la alimentación.

En la sección donde describimos las tendencias y hábitos del mexicano, podemos observar cómo la mujer juega un papel esencial que tiene que reconocerse si queremos que se efectúen los cambios necesarios, a fin de abatir la obesidad y el sobrepeso en el país.

El niño recibió durante sus primeros años de vida los valores y las conductas aceptadas por la sociedad y por sus padres, pero sobre todo, de la madre; ella es quien enseña a comer y decide qué se come, cuándo y cómo.

Hemos descrito también cómo la mujer efectúa la compra de los alimentos, aunque hay un involucramiento mayor del hombre en la

---

55. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Las mujeres en México, estadísticas sobre desigualdad de género y violencia contra las mujeres*, México, INEGI, 2009.

decisión del gasto, la mujer es determinante para adquirir y preparar los alimentos.

Asimismo, es indispensable que las decisiones alimentarias tengan una participación más equitativa entre hombres y mujeres; y si queremos lograr un cambio de las tendencias alimentarias, debemos involucrar a ambos padres en escuelas y lugares de trabajo, pues creemos que es insuficiente que la escuela se enfoque sólo en los niños.

Es esencial que el gobierno reconozca el valor y la importancia que tiene la mujer en la alimentación de las familias mexicanas, y saber que es un factor esencial en el combate a la obesidad y el sobrepeso.



## 6. EL SEDENTARISMO

El sedentarismo es una forma de vida que expresa cómo una sociedad se ha organizado para desarrollar su ser social. Hace más de diez mil años y de manera generalizada, el ser humano era un ser nómada; este período abarca desde la prehistoria hasta la revolución agrícola.

El ser humano ha vivido más tiempo como nómada que como sedentario. En el mundo moderno, el nomadismo es visto como un recuerdo de la prehistoria, pero aún subsisten grupos humanos que son trashumantes como algunas tribus del Magreb en el norte de África y en España, año con año, los ganaderos de ovinos migran de de Cáceres hasta la Cornisa Cantábrica en lo que hoy se conoce como Castilla-León, para engordar a su ganado.

José Enrique Campillo Álvarez comenta en su libro *El mono obeso*,<sup>56</sup> que la obesidad y el sobrepeso son resultado de un problema de diseño pues el ser humano, como muchos mamíferos, no estaba hecho para la abundancia, sino para la escasez. Entre sus genes, existe el famoso gen ahorrador, que permite conservar grasas para la época de escasez; este diseño es típico de sociedades nómadas y le permite al ser humano, sobrevivir ante un medio donde las carencias de alimento hacen difícil preservar la vida sin este mecanismo. Este modelo estaba diseñado para comer y gastar energía y por lo tanto, choca con la vida urbana sedentaria, donde hay una mayor ingesta y un menor gasto energético.

El nomadismo implicaba vivir con un alto nivel de incertidumbre en materia de alimentos, pues requería de una búsqueda constante para nutrirse. Con la revolución agrícola, el hombre se aseguró el abasto y se convirtió en sedentario.

En un lento proceso de descubrimiento y evolución, la agricultura y posteriormente la domesticación de animales permitieron asegurar la comida y, por lo tanto, las tribus dejaron de vagar para establecerse y así poder cuidar de su cosecha y animales. Esto sucedió hace diez mil años, sobre todo en la región de Medio Oriente y con un clima más benigno, el

---

56. Campillo Álvarez, José Enrique, *El mono obeso*, 2a. edic., Barcelona, Editorial Crítica, 2004.

fenómeno se extendió a otras regiones. Estos pequeños asentamientos tribales dieron origen a los primeros poblados.

Dentro de la cultura, la idea de Dios ha acompañado en todo este devenir al ser humano. Las primeras ciudades fueron lugares sagrados, donde se adoraba a los diversos dioses para la obtención de gracias (caza, pesca, cosechas). Este núcleo sagrado permanente fue poblándose hasta convertirse en un asentamiento mayor.

La agricultura implicó también un proceso de aprendizaje para saber cuándo sembrar y cuándo cosechar, e impulsó la creación de la escritura para llevar registros, como el registro del tiempo (el calendario); desarrolló posteriormente las matemáticas, la observación astronómica y el comercio interétnico.

La sociedad agraria, en un afán de administrar la producción y protegerse, tuvo que crear un sistema social de clases, haciéndose cada día una sociedad más compleja. De ahí nacen los graneros y las murallas para conservar y proteger los alimentos y a los pobladores. Estas construcciones iban, en la mayoría de los casos, anexándose al centro sagrado primario. Además, comenzó la especialización y la división del trabajo, que hizo aún más compleja la sociedad sedentaria.

Este proceso que comienza hace diez mil años, culmina en el siglo xx en un crecimiento continuo de los asentamientos sedentarios que hoy conocemos como urbes.

En el apartado sobre urbanización, hemos descrito el proceso de concentración humana en las ciudades y lo que las Naciones Unidas prevén para el futuro, con lo que el sedentarismo estará presente en los próximos años en forma creciente y en los diversos grupos humanos.

La obesidad y el sobrepeso ocurren porque se ha quebrado el equilibrio entre la ingesta y el gasto calórico en los seres humanos. México, según algunas publicaciones de la oms, de la Organización Panamericana de la Salud, de la Secretaría de Salud y el Instituto Nacional de Salud Pública, ocupa el séptimo lugar mundial en población sedentaria, y donde la población femenil registra un menor grado de actividad física que los varones, según la Asociación Nacional de Endocrinología.

Tanto el Ejecutivo Federal, como las diversas instituciones de salud pública y la Comisión de Evaluación de las políticas sociales hacen énfasis en la ingesta alimenticia y sólo en una pequeña proporción, mencionan el gasto energético.

Esta obra pretende que haya una visión integral sobre el fenómeno

alimentario, incorporando elementos como las costumbres, las tradiciones, la economía, la sociología y por último, el gasto energético.

Por esto, para entender el sedentarismo es importante describir cómo vive, trabaja y descansa el mexicano.

Como hemos mencionado, México cambió de una sociedad agrícola minera, a una sociedad industrial y postindustrial. En el 2010, más del 61.78% de la población económicamente activa se dedicaba a los servicios, otro 24.09% a la industria y un 13.51% al sector primario.

Las ciudades en México, de acuerdo con el Consejo Nacional de Población, tienen un modelo que podría describirse como «de corona», pues a medida que crece, se va despoblando el centro donde se ubican las actividades económicas y la población se sitúa en la periferia. De ahí que a mayor concentración poblacional, mayor distancia entre los hogares y los centros de trabajo, por lo que se tiene que usar algún medio de transporte.

Este fenómeno se hace evidente en la manera en que los hogares mexicanos gastan en diversos rubros; si observamos la tabla sobre composición del gasto de los hogares urbanos, podemos ver que de 1963 a 2008, se ha triplicado el gasto de transporte y duplicado el gasto en vivienda; lo que nos indica que cada día para poder vivir y laborar en un centro urbano, se requiere un mayor desarrollo habitacional pero también un enorme gasto en transporte.

### Composición del Gasto de los Hogares Urbanos 1963 a 2008 (%)

Conceptos	1963	1968	1977	1994	2000	2004	2006	2008
Alimentos, bebidas y tabaco	42.0	39.4	37.4	29.4	23.2	21.9	19.5	22.4
Ropa	13.1	13.2	9.9	6.8	5.7	6.2	6.0	5.3
Vivienda	15.7	17.3	17.8	22.2	26.2	26.5	26.8	29.0
Muebles, aparatos y accesorios domésticos	5.4	7.3	6.2	5.7	5.3	4.1	4.7	4.2
Salud y cuidado personal	7.8	7.0	5.8	6.8	8.5	8.1	8.3	7.9
Transporte	5.9	6.6	11.3	15.2	13.7	13.6	16.0	14.3
Educación y esparcimiento	5.4	5.5	5.8	7.7	10.8	12.8	10.4	9.3
Otros servicios	4.7	3.8	5.9	6.3	6.5	6.8	8.3	7.7
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: Banco de México, *Índice de Precios al Consumidor*, México, Banxico, 2010.



El caso más grave de nuestro país es la Ciudad de México y sus municipios conurbados, en los que hay personas que viven a 30 y 40 kilómetros del centro de trabajo y todos los días tienen que recorrer esta distancia por lo menos dos veces. Ya en la época de los 90, el Gobierno del Distrito Federal indicaba que en las horas «pico», la velocidad del transporte público y privado, era de 16 kilómetros por hora, lo que obliga a gastar entre una y tres horas, para acudir a los centros de trabajo y regresar a los hogares.

Este fenómeno no es exclusivo de México, sino más bien es representativo de sociedades con cierto grado de desarrollo económico y por lo tanto de urbanización. A continuación reproducimos una tabla donde se observa el gasto de vivienda y transporte en varios países.

### Comparación Internacional Ponderadores de Índices de Precios al Consumidor (%)

Conceptos	México 2000	EEUU 1996	Canadá 1992-1994	Francia 1996	Japón 1995	Haití 1987	Honduras 1979	Ecuador 1995	Brasil 1986
Alimentos, bebidas y tabaco	23.20	12.46	17.08	21.32	25.50	49.42	45.00	32.06	35.28
Ropa	5.72	5.33	6.82	6.35	8.48	8.48	9.11	11.17	11.66
Vivienda	26.15	28.19	27.88	18.46	16.01	9.08	20.36	11.73	14.25
Muebles, aparatos y accesorios domésticos	5.36	5.91	5.67	8.31	5.06	4.96	6.26	6.82	8.97
Salud y cuidado personal	8.50	8.49	6.35	14.12	4.36	7.21	7.01	8.35	7.52
Transporte	13.72	17.14	17.22	14.56	13.51	8.72	3.03	9.48	10.51
Educación	6.60	4.40	2.10	3.02	13.91	2.01	2.42	4.81	3.59
Esparcimiento	4.22	4.35	8.07	3.50	6.88	5.18	2.87	3.69	4.21
Otros servicios	6.53	13.73	8.81	10.46	6.29	4.94	3.94	11.89	4.01
<b>Total</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Banco de México, *Índice de Precios al Consumidor y Metodología para el Cambio de Base del Índice de Precios al Consumidor*, México, Banxico, junio 2002 y enero 2011.

Este modelo de crecimiento urbano de centro-periferia, se debe a la necesidad de procurar vivienda al movimiento migratorio habido en los años 60, que se caracterizó por un conjunto de asentamientos irregulares

carentes de todos los servicios y edificados la mayoría de las veces por medio de la autoconstrucción. Los gobiernos estatales y municipales tardaron años en dotar de servicios de infraestructura a estos asentamientos (agua, drenaje, pavimentación y transporte); asimismo, la red de mercados y centros de abasto no fue establecida, por lo que una cantidad enorme de micro y pequeños negocios sustituyeron la construcción de mercados públicos y centrales de abasto. Aún hoy, en muchas colonias de la periferia, sobre todo las asentadas en laderas de montañas, carecen de la infraestructura básica.

Este modelo de crecimiento urbano requirió, para funcionar y lograr el desplazamiento de las personas, que se priorizara el transporte individual acompañado de una cantidad enorme de pequeñas unidades de transporte público (microbuses y combis) en contra del establecimiento de un transporte público masivo como ferrocarriles de cercanías, metro o autobuses, lo que se tradujo en la saturación de las vías públicas y por lo tanto, se hizo más lento el traslado de personas.

Este problema, que comenzó en la Ciudad de México y su zona metropolitana, se manifiesta en casi todos los asentamientos mayores o cercanos a 100 mil personas. Por el contrario, en el mundo rural el desplazamiento de los individuos se hace a pie o en bicicleta y sus lugares de trabajo se encuentran a escasos 20 minutos de sus hogares.

El tiempo que invierte la gente para transportarse es de horas, durante el cual pasa sentado o parado, prácticamente sin movimiento; por lo que, a diferencia de las pequeñas poblaciones, el hombre urbano se transporta sin gasto de energía.

Según la OCDE, México tiene un promedio anual de 1,833 horas de trabajo al año, solamente superado por Turquía, Polonia, Hungría, la República Checa, Grecia y la República de Corea, que es el país que tiene el promedio de horas realmente trabajadas más alto dentro de las estadísticas de la OCDE (2,357 horas).<sup>57</sup> De hecho, la mayoría de los países de la OCDE ha disminuido en el período de 1993 a 2006 sus horas trabajadas, ya que muchos de ellos implantaron la semana de 40 horas. La mayoría de los mexicanos trabajan un promedio de 8 horas de lunes a sábado con una pausa para la comida que, de acuerdo al estudio de Consulta Mitofsky,<sup>58</sup> no supera la media hora.

---

57. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, *Factbook 2008: estadísticas económicas, sociales y ambientales*, España, 2008.

58. Consulta Mitofsky, *Op. Cit.*

En el caso de las mujeres que trabajan y que tienen niños pequeños, existen dos modalidades: la jornada corrida o de tiempo reducido, para que puedan atender a sus hijos.

Si tomamos en cuenta que cerca del 85.87% de la población económicamente activa trabaja en el sector secundario y terciario, y salvo actividades como la construcción, el esfuerzo físico que se requiere para realizar el trabajo es bajo, comparado con las actividades primarias, por lo que el gasto energético resultante es menor.

La introducción de maquinaria automatizada y sistemas de información, ha permitido reducir el esfuerzo físico para realizar el trabajo, con lo que propicia una actividad sedentaria cada día mayor; en especial, en el caso de las mujeres que trabajan en su mayoría en el sector de servicios. Asimismo, las labores del hogar que antes requerían de un mayor esfuerzo físico, hoy se han facilitado con artículos electrodomésticos como lavadoras, licuadoras, aspiradoras. Inclusive la costumbre de comprar diariamente los alimentos ha variado, pues según el *Censo de 2010*, el 82.1% de la población tiene cuando menos, un refrigerador para conservar la comida y evitar la compra diaria.

Para ilustrar lo anterior, presentamos los siguientes cuadros del estudio *Ilustración de los Niveles Socio Económicos en México* de Heriberto López Romo del Instituto de Investigaciones Sociales:<sup>59</sup>

### Electrodomésticos y enseres domésticos (%)

Aparato	Total	A/B	C+	C	D+	D	E
Refrigerador	92.3	100.0	99.6	98.7	95.7	82.9	55.2
Estufa de gas o estufa eléctrica	97.3	100.0	99.8	99.4	99.0	95.7	75.1
Lavadora automática	63.3	95.6	86.9	77.9	61.9	36.2	19.4
Licuadora	91.0	99.3	98.0	95.5	92.8	83.4	63.3
Horno de microondas	58.3	93.0	86.8	77.4	54.1	28.4	10.6
Tostador eléctrico	25.9	71.3	47.5	33.3	16.5	8.5	3.2
Plancha eléctrica	91.9	98.3	97.5	96.8	94.2	85.7	61.5
Máquina de coser	22.9	39.4	33.1	27.0	21.6	12.0	8.5
Aspiradora	13.9	57.5	34.6	14.1	4.9	0.9	0.8

Fuente: López Romo, Heriberto, *Ilustración de los Niveles Socio Económicos en México*, basado en la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2008 (INEGI).

59. López Romo, Heriberto, *Op. Cit.*

## Otros enseres domésticos – 2006 (%)

Aparato	Total	A/B	C+	C	D+	D	E
Batidora	42.4	83.0	69.4	55.2	37.9	21.7	8.7
Extractor eléctrico de jugo	23.9	64.9	45.9	31.7	17.3	9.2	2.7
Cafetera eléctrica	22.9	70.2	47.4	29.9	15.1	7.6	1.7
Sandwichera eléctrica	18.8	62.3	39.3	26.0	11.8	4.7	0.4
Exprimidor eléctrico de jugos	15.1	55.1	32.2	21.4	8.4	3.4	0.5
Horno eléctrico	12.6	49.6	28.2	15.6	6.7	3.2	0.4
Abrelatas eléctrico	10.5	42.4	22.7	14.4	5.8	1.5	0.2
Molinos de mano	4.5	6.5	4.3	5.4	2.8	5.5	6.1

Fuente: López Romo, Heriberto, *Ilustración de los Niveles Socio Económicos en México*, basado en la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2008 (INEGI).

La combinación de horas de trabajo con el tiempo de desplazamiento, hace que la población económicamente activa pase prácticamente cerca de 12 horas sin realizar grandes esfuerzos físicos ni gasto de energía. Esto sucede de lunes a sábado, y durante el fin de semana, como lo manifiesta el Estudio de las Tendencias Alimentarias, se reúne toda la familia y, a veces, también con amigos. Por el tiempo que dura el almuerzo y la comida a media tarde, podemos deducir que el mexicano promedio no se moviliza tampoco el fin de semana.

Si nos preguntamos: «¿qué hacen los mexicanos en su tiempo libre?», es útil recurrir a un estudio hecho por CONACULTA en 2007 y citado por Sergio Aguayo, donde podemos observar que una de las actividades menos realizadas es el deporte.

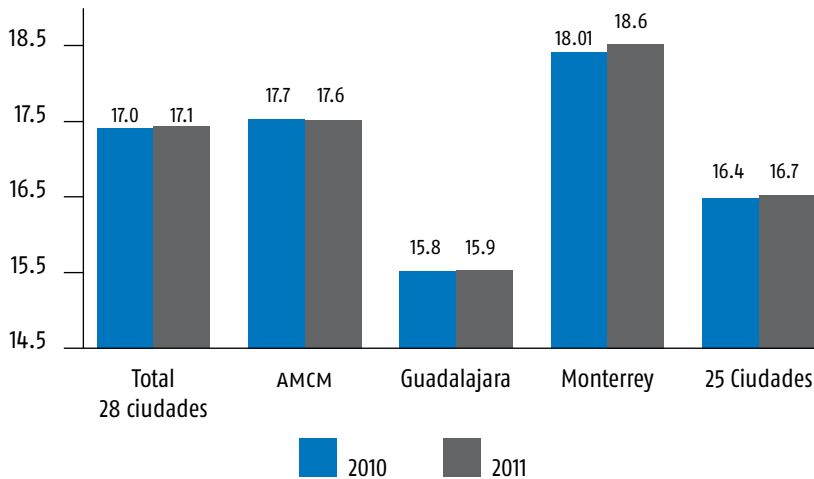
## Uso del tiempo libre–2006 (%)

Concepto	Ver TV	Descansar	Amigos/ familia	Escuchar música	Leer	Deporte	Ir al cine
<b>Total</b>	41.1	29.2	21.7	20.6	19.8	15.7	13.1
<b>Sexo</b>							
<b>Hombres</b>	38.1	30.0	22.4	18.4	17.8	23.6	13.4
<b>Mujeres</b>	43.6	28.5	21.2	22.3	21.4	9.1	12.9
<b>Edad</b>							
<b>De 12 a 17 años</b>	47.7	21.1	20.5	29.2	7.7	19.8	15.1
<b>De 18 a 22 años</b>	32.1	18.1	15.0	30.5	25.7	21.0	18.8
<b>De 23 a 30 años</b>	41.2	29.9	20.5	20.3	16.7	15.0	14.4
<b>De 31 a 45 años</b>	40.2	33.6	28.2	19.3	21.4	16.7	12.4
<b>De 46 a 55 años</b>	41.3	33.0	16.6	7.7	34.3	14.5	10.1
<b>De 56 ó más años</b>	43.2	39.0	24.6	11.8	19.9	4.7	6.3
<b>Escolaridad</b>							
<b>Ninguna</b>	50.4	59.4	21.9	4.9	9.2	3.2	2.0
<b>Primaria</b>	46.3	35.8	21.4	15.9	16.3	8.2	9.4
<b>Secundaria</b>	44.4	29.6	23.4	20.6	14.1	18.4	10.9
<b>Bachillerato</b>	37.9	20.9	22.8	26.6	17.1	16.8	18.7
<b>Universidad o más</b>	30.4	23.2	18.4	23.0	40.2	21.1	17.8
<b>Nivel socioeconómico</b>							
<b>Muy bajo</b>	44.3	42.7	23.1	14.5	12.6	13.6	5.5
<b>Bajo</b>	41.3	33.0	21.5	20.9	14.8	12.5	8.7
<b>Medio bajo</b>	43.9	26.5	23.2	19.9	19.1	16.2	14.1
<b>Medio</b>	35.4	23.1	17.4	24.3	30.5	17.9	23.4
<b>Medio alto/alto</b>	31.0	6.7	23.8	27.3	37.5	28.3	20.6

Podemos notar también que una de las actividades que más realiza el mexicano durante su tiempo libre es ver televisión. A continuación, presentamos la gráfica correspondiente al tiempo promedio de exposición a este medio que está presente, según cifras del INEGI, en el 93% de los hogares del país.<sup>60</sup>

60. Instituto Nacional De Estadística y Geografía, *Censo General de Población y Vivienda 2010*, y *Conteo de Población y Vivienda*, México, INEGI, 2005.

## Encendido total de televisores contra el total de personas



Fuente: IBOPE AGB México. *Media Performance 2011*. México, 2012.

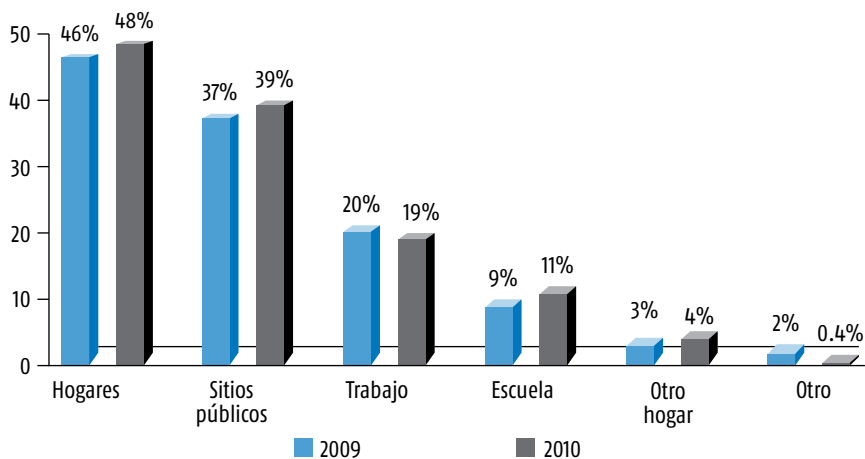
Por otro lado, con respecto al internet, según la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), con información del INEGI, los usuarios de internet pasaron, de 17.2 a 34.9 millones entre 2005 y 2010.<sup>61</sup>

Asimismo, la *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares* del INEGI,<sup>62</sup> desglosa la variedad de espacios donde es utilizado internet, tal como se muestra en la gráfica siguiente:

61. Histórico de usuarios de Internet en México. Cifras calculadas por COFETEL al mes de diciembre de 2010, con base en información del INEGI.

62. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares* (ENDUTIH), México, INEGI, 2009 y *Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares* (MODUTIH), México, INEGI, 2010.

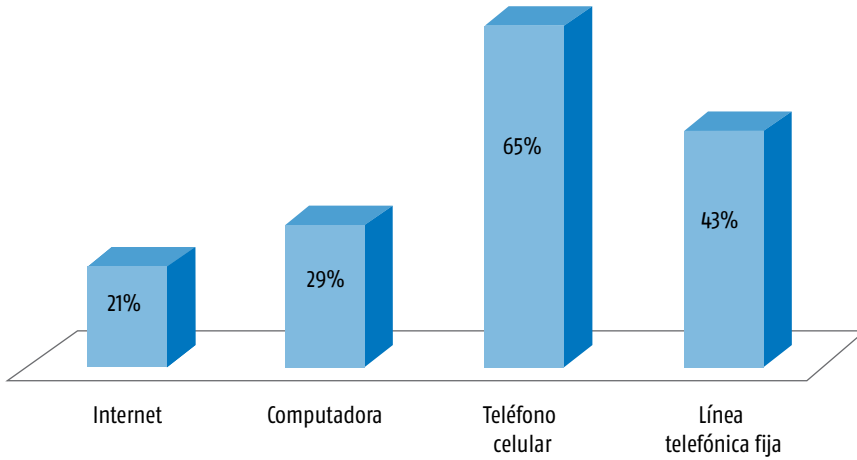
## Usuarios de internet por lugar de acceso 2009–2010 (cifras en millones)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH)*, México, INEGI, 2009 y *Modulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (MODUTIH)*, México, INEGI, 2010.

Nuestro estilo de vida ha sufrido una revolución importante con el uso de las nuevas tecnologías, a tal grado que hoy no se requiere ni siquiera desplazarse para comunicarse y en muchas ocasiones, tampoco para trabajar. Para demostrarlo, en la siguiente gráfica veremos la disponibilidad de algunas de estas herramientas:

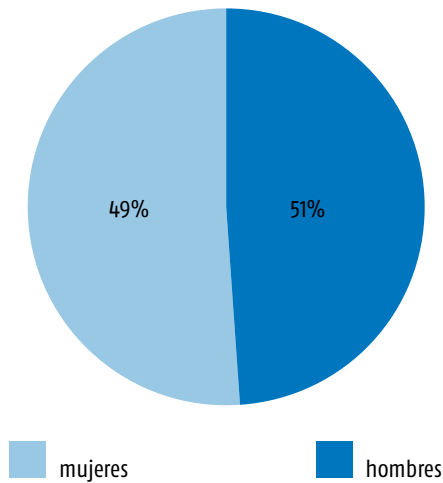
## Viviendas por disponibilidad de algunos bienes TIC 2010



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Censo General de Población y Vivienda*, México, INEGI, 2010.

Por sexo, podemos decir que el usuario de internet se divide de la siguiente manera: el 51% de hombres y el 49% de mujeres.

## Usuarios de Internet por Género, 2010

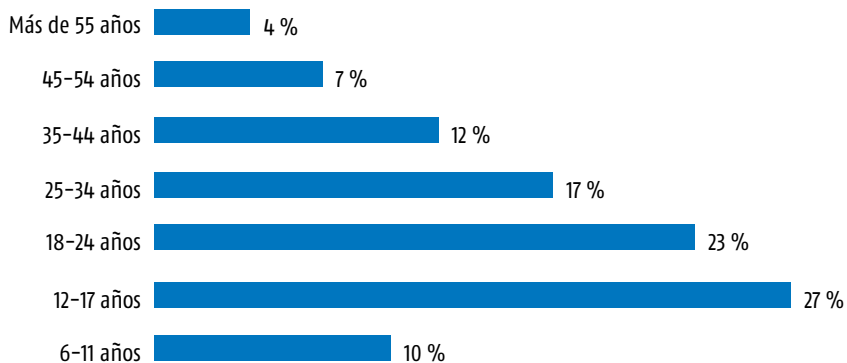


Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH)*, México, INEGI, 2009.



Por grupos de edad, los usuarios de internet guardan las siguientes proporciones:

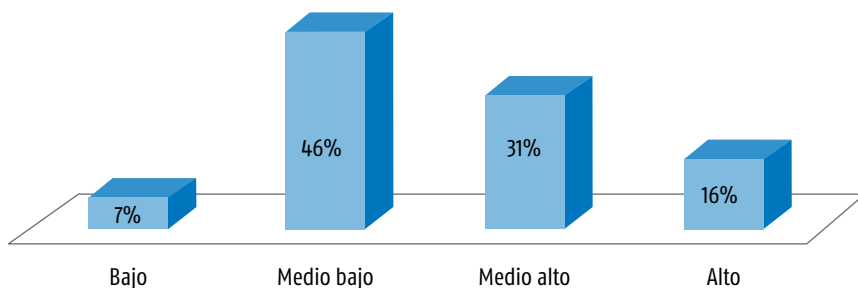
### Distribución de usuarios de internet por grupos de edad, 2010



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (MODUTIH), México, INEGI, 2010.

A continuación mostramos las cifras de usuarios de internet, distribuidos por nivel socioeconómico:

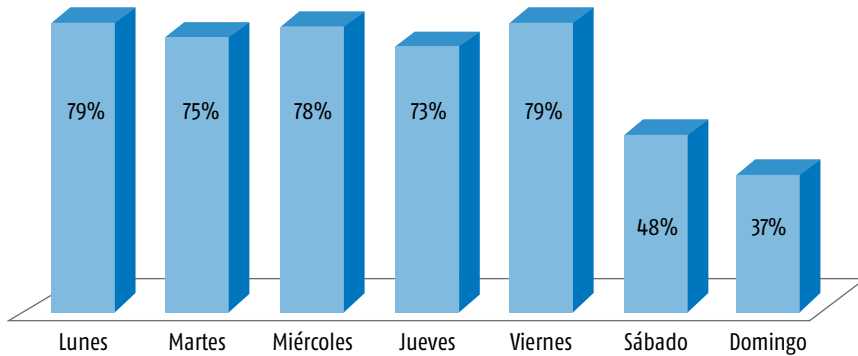
### Distribución de Usuarios de Internet por estrato socioeconómico del Hogar, 2010



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía, *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH)*, México, INEGI, 2009 y *Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (MODUTIH)*, México, INEGI, 2010.

Los días de la semana en que más usuarios se conectan a internet son:

### Conexión por día de la semana



Fuente: Asociación de Mexicana de Internet. *Estudio AMPICI 2009 sobre hábitos de los usuarios de Internet en México*, México, mayo, 2010. Consultado en: <http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos>, el 10 de diciembre de 2011.

La AMPICI calcula que los usuarios mexicanos permanecen conectados en promedio alrededor de 3 horas 21 minutos diariamente y se prevé que este tiempo aumente en el futuro.

En conclusión, el mexicano urbano —que representa más del 70% de la población— tiene hábitos de vida prácticamente sedentarios. Para ir a su trabajo gasta de una a tres horas en transporte, actividad que también es en sí un acto pasivo. A su vez, en su tiempo libre ve alrededor de 4 horas y media de televisión, número que va cada día en aumento; además, cada vez usa más internet, tanto en el trabajo como en el hogar. Por lo tanto, podemos decir que una de las características esenciales de la cultura urbana es el sedentarismo.

Ahora bien, el estudio *Hábitos de Alimentación y Ejercicio* elaborado por Consulta Mitofsky en 2008, nos da un panorama más claro sobre la actividad física en México.

En la encuesta realizada a más de mil personas mayores de 18 años en el mes de junio de 2008, se observó que no sólo no se incrementó la incidencia de ejercicio físico en la vida cotidiana, sino que además disminuyó el número de personas que se ejercita regularmente de un 42% a un 39%.

Por estado civil, 54.1% de los solteros hacen algún tipo de ejercicio, contra sólo el 32.7%; de los casados. Por estado físico, de los que observamos signos visibles de obesidad y sobrepeso, sólo se ejercitan 35.5% y

el 45.7% de los delgados. Además, resulta revelador saber que los fumadores se ejercitan en un 42.6% contra el 37.7% que no fuma. En este último caso, se reconoce que desean compensar los efectos de su adicción haciendo ejercicio.

Podemos concluir que el mexicano es, por costumbre, un ser sedentario que no hace deporte, como lo manifiestan los estudios de CONACULTA<sup>63</sup> y de Consulta Mitofsky.

Pero, ¿qué tanto el Estado Mexicano, a través de la Secretaría de Educación Pública, promueve el deporte? El estudio *Dimensiones de la Seguridad Alimentaria, Evaluación Estratégica de Nutrición y Abasto* publicado por el CONEVAL<sup>64</sup> nos puede dar un panorama general sobre el asunto. El estudio reconoce que un gran porcentaje de los niños y adolescentes entre 10 y 19 años, no realiza actividad física alguna, y sólo el 35.2% efectúa actividad vigorosa. Es importante resaltar que para dicho estudio, esto es apenas una de las causas subyacentes de la obesidad y el sobrepeso.

Por otro lado, en el estudio *Dieta escolar en primarias públicas de medio tiempo y tiempo completo en Ciudades de la República Mexicana*,<sup>65</sup> elaborado por el Instituto Nacional de Salud Pública y CONEVAL, se hace un análisis de la clase de Educación Física en 16 escuelas. En cuatro de ellas —ubicadas en Monterrey— no se cuenta con profesor para esta asignatura y en otras cuatro, la duración promedio es de 50 minutos a la semana. Además, el ejercicio que realizan comúnmente es el aeróbico en un 68%, la actividad que predomina son los deportes en un 80% y el 10% de las clases son impartidas en las aulas, sin la práctica de ningún ejercicio físico. Asimismo, sólo cuatro de las 16 escuelas ofrecen actividades deportivas extraclases.

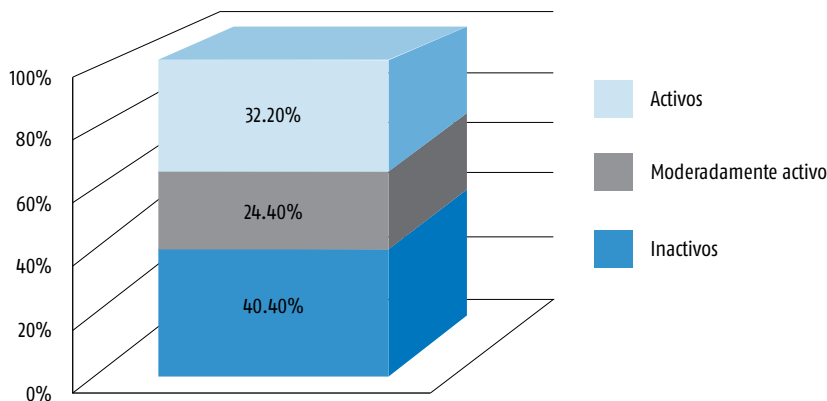
---

63. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, *Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales*, México, 2010.

64. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, *Dimensiones de la seguridad alimentaria, evaluación estratégica de nutrición y abasto*, México, CONEVAL, México, 2010.

65. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social e Instituto Nacional de Salud Pública, *Dieta escolar en primarias públicas de medio tiempo y tiempo completo en Ciudades de la República Mexicana*, México, 2010.

## Distribución porcentual de la actividad física en adolescentes (diez a diecinueve años) en México, 2006



## Características de las actividades escolares relacionadas con el ejercicio

	Ciudad de México	Monterrey	Mérida	Tapachula	Total
Director	n=4	n=4	n=4	n=4	n=4
<b>Número de alumnos</b>	1,513	868	1,570	1,751	5,702
Niños	744	437	789	924	2,894
Niñas	769	431	781	827	2,808
Total de profesores	105	37	142	75	281
<b>Escuelas con profesores de educación pública</b>	4	0	4	4	12
Total de profesores de educación física	13	0	6	19	27
<b>Hay clases de educación física (días/semana)</b>	5 (5-5)	1.5 (1-3)	5 (3-5)	5 (2-5)	5 (1-5)
<b>Profesor de educación física</b>					
Días a la semana que da clase	3.5 (2-5)	2 (2-2)	1 (1-1)	2 (2-2)	2 (1-5)
<b>Duración de la clase (minutos)</b>	55 (50-60)	40 (40-40)	50(45-55)	50 (50-50)	50 (40-60)
<b>Tipo de ejercicio</b>					
Aeróbico	60	75	78.3	66.7	68
Anaeróbico	22.9	25	17.4	20	21
Clase en aula	17.1	0	4.4	13.3	11

	Ciudad de México	Monterrey	Mérida	Tapachula	Total
	<b>Tipo de actividades</b>				
Deportivas	80	83.3	78.3	80	80
Recreativas	80	83.3	78.3	80	80
Clase en aula	17.1	0	4.4	10	10
Se ofrecen actividades deportivas extraclase	0/4	0/4	2/4	2/4	4/16
Todos los niños tienen la misma oportunidad de participar en las actividades deportivas	N/D	N/D	2/2	2/2	4/4

Fuente: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, *Dimensiones de la seguridad: evaluación estratégica de nutrición y abasto*, México, CONEVAL, 2010, p. 59.

Cuando los niños describen las actividades que hacen durante la jornada escolar, dicen que al entrar a clases se les permite realizar algunas actividades como correr, jugar y platicar durante aproximadamente 12 minutos. Los directores de 13 de las 16 escuelas informaron que, en el recreo, los niños comen y después hacen ejercicio en forma libre; sólo cuatro escuelas cuentan con juegos organizados.

En la Ciudad de México, por problemas ambientales, prácticamente no hay ejercicio como tal y queda prohibido que permanezcan en la escuela después de terminar las clases. En Mérida, sólo pueden estar en la escuela 15 minutos después de terminada la jornada; en cambio, en Tapachula pueden estar hasta 45 minutos.

En el estudio *Ilustración de los Niveles Socioeconómicos en México*<sup>66</sup> elaborado por el Instituto de Investigaciones Sociales, para poblaciones de más de 100 mil habitantes, se demuestra que los niños y adolescentes dedican cada vez más de su tiempo libre a los videojuegos. Veamos los siguientes porcentajes:

66. López Romo, Heriberto, *Op. Cit.*

## Tiempo libre dedicado a los videojuegos

	Total	A/B	C+	C	D+	D	E
<b>Videojuegos</b>	17.7%	48.0%	33.9%	22.3%	12.1%	4.65	1.8%

Fuente: López Romo, Heriberto, *Ilustración de los Niveles Socioeconómicos en México*, México, Instituto de Investigaciones Sociales, 2010.

En el ambiente urbano, entre el tiempo que gasta el individuo en el transporte para ir al trabajo, así como la labor que desarrolla en el mismo y la falta de políticas públicas que promuevan el deporte y el ejercicio vigoroso, hacen que tengamos un gasto energético mínimo. Esto implica que nuestra nación se convierte cada día más en un país absolutamente sedentario.

Si a esto sumamos además, que el tiempo libre es utilizado en ver televisión, y que tanto en el trabajo como en el hogar el tiempo que se dedica al uso de tecnologías de la información como internet crece a pasos agigantados, tendremos finalmente un círculo vicioso que se cierra aún más hacia el sedentarismo.

De no corregirse esto, a través de políticas públicas que promuevan el deporte y el ejercicio, el sobrepeso y la obesidad se generalizarán.



# CONCLUSIONES GENERALES POR TEMA

## C.1 Encuesta Ingreso-Gasto 2010 a Nivel Nacional

- Como refleja el estudio que realizó CANACINTRA, a partir de la Encuesta Ingreso-Gasto realizada por el INEGI en el año 2010, podemos observar que hay una relación estrecha entre las localidades con mayor número de habitantes y el ingreso. Entre más grande es la población, hay más hogares pertenecientes a los niveles socioeconómicos C, D+ y D, y a medida que decrece el número de habitantes por población, aumenta el de los niveles E y D.
- Esta distribución es característica de una sociedad urbana, donde el índice de urbanización incrementa la cantidad de hogares de niveles socioeconómicos medios (C, D+ y D) y se reducen los de mayores y menores ingresos, comparativamente hablando.
- Por el contrario, entre más rurales son los asentamientos, mayor es el nivel de hogares pertenecientes a niveles de menor ingreso (D y E).
- En cuanto a la distribución del gasto en alimentos, que el estudio presenta en el cuadro «Gasto trimestral en alimentos y bebidas como porcentaje del ingreso total de los hogares por nivel socioeconómico y por tamaño de la localidad» encontramos características piramidales. En la base, los segmentos de menores ingresos dedican un promedio del 55% de su ingreso para alimentarse; en cambio, los segmentos de mayor ingreso sólo dedican el 6% esto significa que la proporción entre los primeros y los últimos es mayor por nueve veces.
- En cambio, en los segmentos medios el gasto va del 34% hasta el 17.5%, cuya proporción es solamente del doble.
- En conclusión, en los niveles socioeconómicos D y E se encuentra la población con mayores niveles de pobreza, sobre todo en la región sur-rural y rural dispersa (menos de 2,500 habitantes), matizándose esta pobreza a medida que aumenta la población, como lo vemos en las localidades semiurbanas.
- Esta constante se rompe en el norte del país, pues la pobreza a nivel rural es muy parecida a la pobreza urbana.
- Los cuadros «Gasto trimestral en alimentos y bebidas fuera del hogar por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad», «Gasto



trimestral en alimentos y bebidas fuera del hogar como porcentaje del gasto trimestral en alimentación y bebidas de los hogares por nivel socioeconómico y tamaño de la localidad» y «Gasto trimestral en alimentos y bebidas por nivel socioeconómico: distribución porcentual por grupo de alimento» nos indican que para los niveles A/B y de localidades con 100 mil habitantes o más, el gasto de alimentos dentro del hogar es prácticamente igual al realizado fuera de él y, a medida que las localidades son más pequeñas, el gasto va disminuyendo. Este fenómeno se repite, pero sin tanta agudeza, en los niveles C+, C y D; sin embargo en el nivel E, el gasto de alimentos fuera del hogar es cuatro veces menor en el mundo rural, que lo que se realiza en este mismo nivel dentro de las ciudades.

- Así, podemos decir que la relación población-ingreso determina las oportunidades para la adquisición y el consumo de alimentos. Encontramos en los niveles de menor ingreso, sobre todo en el mundo rural, que su gasto de alimentos fuera del hogar es el menor; por eso, en este sector la alimentación se realiza generalmente dentro de los hogares y guarda los porcentajes anteriormente mencionados.
- De acuerdo a lo anterior, podemos decir que 20 millones de hogares prácticamente no gastan en alimentos fuera de casa y el porcentaje dedicado a esta alimentación es marginal, ya que en el nivel E solamente gastan un 4.8%.
- En cambio, en los hogares C, C+ y A/B (alrededor de 9 millones de personas), el gasto en alimentos fuera de casa está entre el 27 y el 51%, sobre todo en las localidades de mayor población.
- Esto significa que los restaurantes con todos los servicios y los restaurantes de autoservicio, como los fast-food, son visitados regularmente por los niveles socioeconómicos C, C+ y A/B; en cambio, los otros segmentos asisten sólo de manera ocasional. Lo que estos últimos gastan fuera del hogar es adquirido en puestos, ambulantes, mercados o fondas, donde los precios son más accesibles.

## **C.2 Análisis de la tabla de consumo en gramos o mililitros**

- Después de un análisis de los consumos, encontramos que los niveles A/B y C+, tienen una dieta basada en frutas, hortalizas, leche, tortilla, carnes de res y ave, pan, refrescos, derivados de la leche y pescado, este último consumido especialmente en los niveles A/B.
- Por el contrario, en los niveles D+, D y E, la dieta se caracteriza por

el consumo de tortillas, derivados de maíz, huevo, pan, verduras y hortalizas, refresco, azúcar, carne de ave, papas, grasas de origen vegetal, arroz, leche (D+ y D, aunque menos en E) y frijoles (mayor en el nivel E).

- En el nivel socioeconómico C, encontramos una combinación de ambas dietas.
- Así, podemos concluir que en México existen básicamente tres tipos de dietas, cuyo consumo está determinado por el nivel de ingreso. Estas mismas tendencias las encontramos, aunque matizadas, por el tipo de población y su tamaño.
- Existen grandes diferencias de consumo según el nivel socioeconómico. Por ejemplo, los niveles A/B consumen siete veces más frutas que el nivel E; en cambio, este último consume más del doble de tortilla y derivados del maíz que los niveles de altos ingresos.

### **C.3 Producción de alimentos**

- Como lo muestran las gráficas del crecimiento demográfico, la transición urbano-rural de la población se dio en la década de los años 60. Esta transición estuvo acompañada por una importante reducción de la pobreza extrema en esa época. El acceso que tuvo la población a los alimentos también evolucionó y ésta fue cada vez mayor. Esta transición se comprueba con la composición del gasto de los hogares en la tabla «Comparación Internacional: Ponderadores de Índices de Precios al Consumidor», realizada por el Banco de México, donde se detalla cómo se integra este gasto. También podemos observar cómo, a mayor ingreso, el gasto en alimentos desciende, aumentando el de transportes y vivienda en forma proporcional, hasta situarse en un promedio de alrededor del 22%; porcentaje muy parecido al gasto que tienen en este rubro países de mayor desarrollo económico.
- Otros datos que corroboran esta transición alimentaria están en la tabla de la CEPAL «Desarrollo social y bienestar, disponibilidad de calorías y proteínas por habitante», donde podemos ver que en los años 80 se pasa de una ingesta de 2,600 calorías por persona a 3,000, incrementando además, la ingesta diaria de proteínas. Asimismo, podemos observar en la tabla «Recursos naturales y producción de bienes. Índices de volumen físico de la producción de alimentos» cómo se fue incrementando la producción de alimentos en México.

- El desarrollo económico y el cambio demográfico de lo rural a lo urbano fueron paralelos, determinándose mutuamente. Podemos decir que hay mayor acceso a diversos alimentos en las poblaciones de mayor tamaño y con mayor desarrollo económico, y esto permitió que la dieta del mexicano cambiara radicalmente.
- Este cambio se ve reflejado en el descenso de la pobreza alimentaria, determinada por el mayor acceso a los alimentos que tiene el mundo urbano.
- Luego de la transición alimentaria ocurrida a finales de los años 70, el Consumo Nacional Aparente mostraba resultados mixtos entre productos industrializados y frescos, según el Estudio del Consumo Nacional Aparente realizado por CANACINTRA en 2011. Uno de estos resultados es el decremento de 44.29% en el consumo de tortilla y de 46.16% en el frijol. En el caso de las tortillas, este descenso en el consumo ocurre principalmente en las comunidades rurales.
- Por el contrario, el pollo, el huevo y la carne de ovino aumentaron 410%, 126% y 125%, respectivamente.
- El consumo de carne de puerco descendió, mientras que el de la carne de bovino aumentó; ambos cambios son marginales respecto a la tendencia general.
- En el caso de las frutas y verduras, hay aumentos en algunas y disminuciones en otras, lo que refleja que el carácter estacional y las variaciones de los precios inciden en las oscilaciones sobre el consumo; sin embargo, la disminución en el consumo de uno de estos productos se compensa con el aumento de otro. Comparando las tablas, podemos afirmar que el consumo de frutas tiene, en general, una leve tendencia a aumentar.
- Uno de los productos que mantuvo sus niveles de consumo fue el azúcar. De hecho, a pesar de las especulaciones sobre el aumento en su consumo, los resultados de este estudio muestran que, durante 28 años (de 1980 a 2008), el consumo de este producto permanece estable y no encontramos tendencia alguna a que aumente.
- En el caso del pan y los derivados del trigo, la tendencia es también estable y la única diferencia la encontramos en la migración de productos de panadería artesanal a los de producción industrial, sin que esta migración refleje ningún aumento del consumo en general.
- Los refrescos y las aguas sin gasificar son un caso aparte. Según el análisis de CANACINTRA (con datos de la Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas, La SAGARPA, el INEGI, la

Secretaría de Economía y en Banco de México), el consumo de refrescos aumentó en un 79.24%. Sin embargo, para comprender el motivo de este aumento, es importante recurrir al detalle de los índices del Banco de México y del INEGI que incluían al agua embotellada, el agua gasificada y los refrescos sin gasificar dentro del mismo rubro. A partir de 1990, a medida que aumentó la ingesta de agua embotellada, el Banco de México desagregó estas categorías en dos rubros, constatando que desde ese año a 2008, el incremento del consumo de agua embotellada fue espectacular: de 1,842.71%.

- Ahora bien, si comparamos cuánto representaba el agua respecto al consumo de los refrescos en el año de 1990, el resultado es de 2.46% y para 2008 esta relación es del 48.87%; por lo que deducimos que el agua embotellada representaba la mitad del consumo del rubro «refrescos».
- Así, cuando medimos el aumento en la ingesta de los refrescos solamente, sin ningún agregado, encontramos que de 1980 al 2008 aumentó un 25.46%.
- A este consumo general tenemos que restar el consumo de los refrescos sin calorías que, según fuentes de la industria, es de alrededor del 12%. Por lo que podemos concluir que el aumento real de los refrescos calóricos entre 1980 y 2008, fue únicamente del 13%.
- Observando el aumento en los últimos 30 años, podemos indicar que la ingesta de refrescos calóricos es más o menos estable, con aumentos marginales.
- Respecto al consumo de grasas, en el cuadro que muestra la producción de grasas y aceites comestibles,<sup>67</sup> encontramos un pico de aumento en la producción entre los años 1994 y 1998 que no tiene explicación. Es tan grande el aumento y el descenso que podría deberse a una escasez en insumos, variación de precios, o a una duplicidad en los registros.
- En vista de este comportamiento anormal, recurrimos a la Asociación de Productores de Aceites y Grasas (ANIEME) y a las cifras de la FAO, encontrando que el consumo es estable y que solamente ha habido un aumento marginal de un kilogramo por habitante en este tiempo.

---

67. *Estudio del Consumo Nacional Aparente* elaborado por CANACINTRA con datos del INEGI, la Secretaría de Economía, el Banco de México y la FAO.

- Concluimos que si no hay un alimento que tengan una clara tendencia ascendente exceptuando el pollo y el huevo , entonces la obesidad y el sobrepeso no tienen que ver con el consumo de un solo producto, sino que se deben a una combinación de alimentos y a la falta de ejercicio, consecuencia de un estilo de vida sedentario.

#### **C.4 Estudio cualitativo**

- En los estudios que realizó De la Riva para la Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias,<sup>68</sup> encontramos dos constantes que se presentan en el mundo urbano: primero, que día a día aumenta el consumo de productos que facilitan la vida y son prácticos, pues el tiempo es una variable que determina la vida de los individuos en el mundo moderno y éste se percibe como escaso; segundo, que la gente busca el sabor y el sazón caseros. Esto constituye una barrera para los alimentos envasados, pues el consumidor quiere naturalidad, frescura y sabor. Los productos envasados, a pesar de que son prácticos y funcionales, tendrán que buscar la manera de contar con estos atributos ya que no han podido evitar la connotación de menores beneficios frente a los alimentos naturales, especialmente en el sabor.
- El estudio abarca a las amas de casa que cuentan con estudios de primaria a nivel profesional y tienen una edad de 18 años en adelante; a los adolescentes de 13 a 17 años, y los jóvenes de 18 a 30. Es importante recalcar que el estudio es representativo para los niveles socioeconómicos B, C, D y E.
- En este mismo análisis se exploran las actitudes de estos grupos frente a la comida y se les clasifica en cuatro tipos: hedonistas, glotones, desinteresados y conscientes.
- Las personas hedonistas buscan el placer, sin importar el efecto que tengan los alimentos en la salud. No buscan lo nutritivo y les importa poco su peso y figura.
- Los glotones son personas que comen en grandes cantidades, difícilmente quedan satisfechas, poniéndose de mal humor cuando no pueden comer. Ingieren muchos alimentos pero, paradójicamente, sí se fijan en lo que consumen, y se encuentran con sentimientos de culpa que tratan de compensar expresando que hacen ejercicio.

---

<sup>68.</sup> 3 De la Riva, *Op. Cit.*

- Las personas desinteresadas no dan importancia a los alimentos, pues otras actividades llaman su atención más que el hecho de comer. Valoran los alimentos por sus efectos funcionales y tienden a preferir comidas saludables.
- Las personas conscientes están en permanente preocupación por su alimentación y cuidan sus hábitos, buscando siempre el valor nutritivo de la comida. Están pendientes de su peso y de su figura.
- La proporción que encontró esta encuesta, de cada uno de los tipos mencionados, es la siguiente: 34% son hedonistas, 28% desinteresadas, 22% conscientes y 19% glotonas.
- Así, podemos ver que la comida tiene una impronta psicológica en las actitudes y conductas frente a la alimentación.
- El estudio refleja también la manera en que las realidades regionales condicionan la alimentación de los individuos, haciendo de ésta un fenómeno diverso y variado.
- Estas diferencias locales, unidas a ciertas actitudes, reflejan lo complejo de la alimentación y nos indican que no se pueden generalizar las medidas para combatir la obesidad y el sobrepeso.
- Los hallazgos que se encontraron en esta parte del estudio son muy importantes, pues reflejan esencialmente la actitud de las mujeres con respecto a la alimentación. Ellas son determinantes en la educación de los hijos, pues como lo hemos repetido varias veces, son las mujeres las que enseñan cómo, cuándo y dónde comer, e influyen en sus parejas sobre el tema de la alimentación.

## **C.5 Alimentación rural**

- El sector rural y semi-rural alcanza alrededor del 30% del total de la población del país y está asentado en 184,748 localidades, cantidad que representa el 98% de todas las localidades del país.
- Dotar de infraestructura y servicios a los asentamientos rurales, así como combatir la pobreza y desnutrición, ha sido una tarea difícil, costosa y compleja debido a la dispersión de la población y la cantidad de recursos que se tienen que invertir.
- La pobreza alimentaria está localizada en este sector, sobre todo en el sur-rural, que en algunos casos duplica a la pobreza urbana. Aún así, existen ciertos avances en el combate a la marginación y la pobreza.

- En el sector rural, la dieta está basada principalmente en tortilla, frijol, verduras y chile, productos que están presentes en la dieta del mexicano desde tiempos prehispánicos.
- En el estudio realizado por la OCDE sobre la situación del campo, encontramos que el sector rural empieza a evolucionar. Uno de los datos que así lo confirma es la fuente de donde obtienen sus ingresos. Muchos de los habitantes de estas localidades perciben dinero de labores no relacionadas con el sector agropecuario, lo que indica que, aunque residan en estas poblaciones, buscan trabajo fuera de ellas al finalizar las temporadas agrícolas.
- Poco a poco la economía rural se está monetizando y, con los datos de la Encuesta Ingreso-Gasto de 2010 del INEGI, podemos observar que el autoconsumo disminuye paulatinamente.
- El mercado se está incorporando lentamente, con las reservas propias del entorno, al medio rural. Sus ingresos provienen, además del salario no agropecuario, a transferencias por parte del gobierno y a las remesas enviadas por familiares que han migrado, principalmente, a los Estados Unidos. Así, el ingreso asistencial sigue siendo muy importante, pues no cambia ni genera una reforma en el modelo productivo.
- Esta conclusión la observamos en los estudios que ha realizado CONEVAL sobre el abasto en pequeñas comunidades —mismos que se han citado arriba—. En ellos podemos notar cómo se van incorporando nuevos productos antes ausentes en la dieta tradicional.
- A pesar de las reformas legales a la tenencia de la tierra, todas las encuestas apuntan a que los campesinos no están dispuestos a despojarse de la tierra, pues la consideran como la única cosa que les otorga certidumbre al final de su vida; además, les permite tener un poder político que se traduce en más ayudas para el campo.
- Es importante resaltar que no existen propuestas concretas para elevar la productividad del sector agropecuario que les permita a los campesinos un mejoramiento en su calidad de vida y en su alimentación.
- Según el análisis de la Encuesta Ingreso-Gasto 2010 del INEGI, hemos encontrado que el egreso dedicado a la alimentación es un componente mayoritario para el sector rural. Debido a esto, están expuestos a la precariedad en la alimentación y al aumento de las otras dos clases de pobreza (de capacidades y de patrimonio) que son los indicadores del índice de pobreza extrema.

- La seguridad social es prácticamente inexistente, salvo por el Seguro Popular que se va extendiendo poco a poco. La mujer sigue, como lo ha hecho tradicionalmente, trabajando en las labores del hogar, ya que solamente una tercera parte de ellas se dedica a labores del campo.
- Por todo lo anterior, concluimos que si se desea cambiar la realidad rural, debemos encontrar otras medidas que prioricen la producción, la innovación y el cambio en el sector agrícola, por encima de visiones asistenciales.

### **C.6 Tendencias dimensión ser-deber ser**

- Este estudio hace un análisis de los valores que son relevantes para los distintos segmentos de edad (niños, jóvenes, adultos jóvenes y adultos hombres y mujeres) y que determinan el consumo, así como los espacios donde lo realizan. La investigación tiene los siguientes ejes de análisis:
  1. La compra regular de alimentos nos indica cómo se alimenta la población y qué consideran como saludable y nutritivo.
  2. Los espacios que se relacionan con los alimentos y las personas con quienes se comparten, influyen en las elecciones que se hacen. Por ejemplo, la familia y los amigos son factores importantes, así como aquellos ambientes que promueven la sociabilidad y el relajamiento.
  3. Las actitudes fundamentales frente a los alimentos son: por un lado, asociada al valor nutritivo y por el otro que busca el ideal del placer. En ambas actitudes, el estudio consigna la separación entre el *deber ser* y el *ser*, representados en la búsqueda de lo nutritivo (*deber ser*) y del placer (*ser*).
  4. Los alimentos son también vehículos para obtener efectos asociados con el entorno social y la expresión de valores en la persona.
- Así, es evidente que la alimentación no sólo contempla lo nutritivo, sino también aspectos psicológicos y sociales. Esto nos indica que para estudiar las dietas y los alimentos tenemos que entender que están cargados de valores tradicionales o aspiraciones, determinados también por la economía, la psicología y la cultura.



- En un análisis más preciso, encontramos que los niños consumen lo que los padres determinan, pero también que hay un espacio de transgresión, asociado con lo divertido y lo prohibido.
- Los jóvenes, en un afán de expresión personal y de autoafirmación, introducen variantes en su alimentación que no están contempladas en los consumos que comúnmente pueden ser considerados como tradicionales.
- Los adultos jóvenes tienden a consolidar su autoafirmación. Se distancian generacionalmente y se abren a nuevos consumos que reflejan una búsqueda de salud y nutrición, asociados a dietas que experimentan la innovación, separándose un poco de lo tradicional.
- Los adultos tienen una conducta de acuerdo a cada sexo, donde los roles sociales determinan las preferencias de alimentos. Además, es importante hacer notar la tendencia a consumir productos tradicionales.
- Las categorías de alimentos más importantes que se encuentran en todo el estudio son: pan, leche, cereal, agua, tortillas y, en el caso particular de los niños, dulces y chocolates.
- Existe también un ascenso en productos como el yogurt, las barras dietéticas, la fruta y la verdura.
- Asimismo, en la adolescencia encontramos que las bebidas alcohólicas comienzan a ser importantes. Esta ingesta estará determinada por el ingreso, donde ciertos destilados y la cerveza son característicos de los segmentos de menores ingresos, mientras que el vino y el whisky se consumen en segmentos de mayor ingreso.
- Las mujeres tienen una tendencia a buscar lo nutritivo y saludable, y los hombres consumen más carne y refrescos, pues argumentan que necesitan energía.
- Para todos los segmentos de edad, así como para distintos niveles socioeconómicos, el fin de semana significa romper con la rutina y comer y beber de forma diferente. Así, los alimentos varían de forma considerable, ya sea que se adquieran fuera del hogar o se consuman dentro de la casa, donde la comida tradicional tiene un peso muy importante. Para los ambientes urbanos, estos días son momentos de convivencia familiar y socialización.
- Es importante recalcar que alimentos como la tortilla y los frijoles se consumen regularmente, aunque son vistos como parte de la comida tradicional.
- En síntesis podemos decir que la leche, el agua, los cereales, el pan,

la carne, las frutas y las verduras, constituyen los elementos esenciales de la dieta del mexicano urbano.

### **C.7 Tendencias alimentarias. Estudio antropológico**

- La descripción que se hace de la comida dentro y fuera del hogar en este estudio, muestra cómo se transforman los hábitos alimenticios.
- Las frutas y verduras tienen un mayor peso en el consumo y el yogurt tiene una verdadera tendencia ascendente, el queso apenas tiene crecimiento y los productos *light* van en ascenso. El consumo de leche se mantiene mientras que el de las cremas y mantequillas desciende.
- Como lo hemos visto en las tablas del Consumo Nacional Aparente, el pollo y el huevo ascienden, la carne de res se mantiene y la de cerdo baja, mientras que el pescado no tiene alteración alguna.
- La comida fuera del hogar se realiza en lugares cercanos al trabajo y a los centros de estudio; alrededor de estos sitios, se establecen los puestos ambulantes, las fondas y la venta de tamales. Sin embargo, los restaurantes de servicio completo y los de autoservicio pueden tener una ubicación distinta ya que obedecen a las costumbres alimentarias de la gente de altos ingresos.
- Mientras la gente de niveles C, D y E buscan lo económico, rápido, práctico y sabroso, los de altos ingresos acuden a lugares donde se encuentra lo natural, la convivencia, el servicio, el disfrute del tiempo y lo orgánico. Además, cada día hay una mayor cantidad de alimentos nutracéuticos, que son buscados por sus beneficios funcionales (fibras, linazas, sojas, lácteos tecnificados), a lo cuales la población les atribuye efectos no sólo nutricionales, sino de salud.
- En síntesis, podemos englobar las tendencias de alimentación en tres: la casera tradicional (espacio familiar y social), la comida rápida (espacio laboral que comprende a las fondas y los puestos en la calle); y la comida donde el tiempo no apremia (espacio para el disfrute organoléptico y social).
- Las mujeres son las que más consumen nutracéuticos en la actualidad, aunque se prevé que en el futuro influyan también sobre los niños y sus parejas.
- Hay cuatro actores fundamentales que influyen en la comida; por orden de importancia, estos son: los especialistas, la industria alimentaria, los medios de comunicación y las autoridades. Estos

actores son fundamentales para el cambio de hábitos y la innovación en la alimentación.

- Los productos *light* provocan desconfianza debido a la desinformación, mientras que los transgénicos producen rechazo; en cambio, la medicación alimentaria aumenta, pues el consumidor percibe que es una forma de curar y substituir lo que no se come, justificando así prácticas sedentarias.

### C.8 Estudio sobre la percepción de lo que es nutritivo y lo que es sabroso

- A pesar de que la gente busca lo sabroso, encontramos que hay una mayor conciencia por lo nutritivo. Después de hacer un análisis de las tendencias, encontramos que, por orden de importancia, éstas son las frecuencias de consumo de los productos en todos los segmentos de edad. Cuando se les hizo la pregunta «¿qué comió usted ayer?», los encuestados respondieron:

Leche	8	Quesos	5
Tortilla	7	Carne	5
Aguas envasadas	6	Pan de caja	4
Verduras y frutas	6	Jamón	4
Jugos	5	Pollo	4
Cereal	5	Yogurt	4
Pan dulce	5	Huevo	4
Frijoles	5	Pescado	1

- Los refrescos tienen una frecuencia de consumo de 7, aunque la percepción es de rechazo, ya que los consideran dañinos, sobre todo para los niños.
- El consumo de refrescos se justifica por el aporte de calorías baratas para los sectores de bajos ingresos.
- Los dulces y chocolates tienen una mayor frecuencia de consumo en los niños, pero baja considerablemente a medida que aumenta la edad.

- El agua es muy importante en la alimentación, con la peculiaridad de que su consumo se hace embotellada en los ambientes urbanos.
- A pesar de que el Estado mexicano ha logrado dotar de agua potable a la mayoría de las viviendas, la campaña de recomendación para beber agua hervida o embotellada que la Secretaría de Salud realizó años atrás, ha dado como resultado que la gente prefiera consumirla en garrafones y botellas.
- Este análisis confirma los hallazgos de todos los estudios anteriores, por lo que podemos decir que son consistentes entre sí.

### **C.9 Qué comen y dónde comen fuera de hogar**

- Como resultado de las encuestas de Mitofsky,<sup>69</sup> ante la pregunta «Al pasar un día fuera de casa y tiene hambre, ¿qué es lo que come?», encontramos que el 31.7% comió tacos, 18.6% tortas, 10.04% comida corrida, 9.8% fruta, 8.9% quesadillas, sopes, gorditas, y el resto de los productos tienen respuestas menores al 3%.
- Los puestos de la calle y las fondas representan el 87% de las unidades económicas que expenden alimentos, es ahí donde come la mayoría de las personas.
- Los restaurantes de servicio completo y de cadena de autoservicios son los menos visitados, pues sólo entre el 7 y el 10% de la población encuestada, respondió asistir frecuentemente a ellos.
- La comida en los puestos de la calle y en las fondas se busca por el precio, por el sabor y por la rapidez; mientras que en los restaurantes se prefiere por la variedad, higiene y convivencia.
- La población urbana, por sus actividades y la distancia entre el hogar y el trabajo, come fuera de casa; el consumo y el lugar estarán determinados por el ingreso.

### **C.10 Comida de alto valor calórico y bajo valor nutricional**

- Durante mucho tiempo, el concepto de comida chatarra ha sido señalado como el culpable de la obesidad y el sobrepeso. A partir

---

69. Consulta Mitofsky, *Op. Cit.*, p. 8.

del estudio que hizo INCIDE Social sobre estos productos —y que corroboramos con las encuestas de Consulta Mitofsky y los ponderadores del INPC del Banco de México— encontramos que, salvo el caso de los refrescos que el 63% de la población en promedio dice consumir, el resto de los productos no los consume entre el 80 y el 90% de la población. Estas cifras indican que difícilmente algún producto puede influir de forma determinante en la obesidad y el sobrepeso.

### **C.11 Industria alimentaria**

- Los resultados sobre la industria alimentaria, según sus unidades económicas y nivel de importancia, coinciden perfectamente con los patrones de consumo que hemos detallado a lo largo de esta obra.
- En todo México, hay una gran cantidad de micro y pequeñas empresas relacionadas con el sector alimentario, aunque la gran mayoría está concentrada en el Distrito Federal, Estado de México, Nuevo León y Jalisco.

### **C.12 Seguridad alimentaria**

- México se ha convertido en un gran importador de productos básicos como: trigo, maíz amarillo, oleaginosas, arroz y frijol. Esto significa que debe hacerse un esfuerzo importante para tener una mayor seguridad alimentaria, ya que estamos expuestos al riesgo de las fluctuaciones del mercado y de la escasez que a nivel global se están presentando.

### **C.13 Cambios socioeconómicos y demográficos**

- Simon Kuznets en su libro *Modern Economic Growth: Rate, Structure and Spread*,<sup>70</sup> estudia el cambio que sufrieron los países en proceso de industrialización y la transformación demográfica que generó la urbanización.

---

<sup>70</sup>. Kuznets, Simon, *Op. Cit.*

- El estudio que elaboramos abarca aproximadamente cien años en materia económica y podemos decir que las dos variables que señala Kuznets (el desarrollo urbano y la economía) son los ejes que transformaron México.
- Mientras la economía era eminentemente agrícola y minera, la mayoría de la población vivía en el campo, con contadas excepciones como centros urbanos, centros mineros y algunos puertos, donde residía el poder político y administrativo.
- Sin embargo, una vez que se consolidó el poder colonial, las variaciones demográficas se dieron como resultado de epidemias o del desarrollo minero en el norte del país. A partir de la Independencia y hasta la Reforma, la situación fue prácticamente igual.
- Es en el período de la Reforma donde se dan los cambios legales de tendencia liberal. Estos cambios pretendían por un lado acabar con el orden heredado de la Colonia y, por otra parte, introducir un nuevo orden modernizador. La primera gran reforma abarcó la tenencia de la tierra, liquidando las corporaciones características de la Colonia, tanto indígenas como eclesiásticas. El objetivo era impulsar el desarrollo en el campo, basado en pequeños propietarios, para activar la producción agrícola.
- Se hicieron también reformas a las leyes mineras que acabaron con la propiedad permanente por medio del «denuncio», medio utilizado para cambiar la propiedad e incentivar la invención y la producción.
- Estos dos cambios produjeron una transformación demográfica, pues concentraron a la población que antes estaba en corporaciones indígenas, alrededor de las haciendas y de los centros mineros.
- Las reformas emprendidas por los liberales del siglo XIX lograron efectos contrarios a lo deseado. Sólo en el norte fue donde se amplió la frontera agrícola y crecieron pequeños propietarios, pero en el centro y en el sureste la concentración de la tierra fue enorme y la población cercana a los centros de producción se multiplicó.
- En cuanto a la demografía, la mayoría de los pobladores siguieron siendo rurales.
- El crecimiento demográfico se incrementó a una tasa del 1.5% y sólo se aceleró un poco durante el Porfiriato.
- Durante este período se desarrolló la industria, sobre todo en el sector textil pero, por falta de mercado interno, su desempeño fue pobre. Además, durante el Porfiriato se consolidaron las reformas emprendidas en el siglo XIX, creando por primera vez un mercado a

- nivel nacional, al terminar con las compañías de deslindadores y el denuncia en materia minera, dando así certeza a la propiedad.
- Durante el gobierno de Porfirio Díaz, el país solamente tenía 33 ciudades y el nivel de urbanización alcanzaba el 11.8% de la población total.
  - La economía en México seguía siendo agrícola y minero-exportadora, pues tan sólo algunos productos como la vainilla, los tintes y las fibras vegetales como el henequén, tenían peso en las exportaciones.
  - El petróleo comenzó a convertirse en un bastión importante de la economía mexicana en esta época.
  - Al no tener ahorros internos suficientes, en el Porfiriato se abrieron las puertas a la inversión extranjera que desarrolló los ferrocarriles y la minería y, en una pequeña escala, la ganadería y la agricultura.
  - El movimiento revolucionario produjo efectos desiguales en la economía pues afectó al campo principalmente en el centro y norte del país.
  - Durante esta época, a pesar de que cayeron las exportaciones, se sostuvieron en un nivel estable como para generar ingresos suficientes al Estado mexicano.
  - Poblacionalmente, la Revolución significó la pérdida de un millón de habitantes así como cambios en la concentración urbana, pues muchos pobladores del interior emigraron a las ciudades para huir del conflicto. De esta manera, a partir de los años 20 se impone una mayor concentración urbana.
  - El reparto agrario, además del efecto económico, propició la movilización de personas, haciendo que en el campo se liberara la población asentada en las haciendas.
  - Esta reforma permitió que aumentara poco a poco la producción agrícola, ya que además del reparto se hicieron inversiones en infraestructura.
  - La velocidad de la transformación económica y demográfica se acelera y profundiza entre 1930 y 1970, una vez pasada la crisis mundial del 29. La Segunda Guerra Mundial y posteriormente el modelo de sustitución de importaciones propugnado por la CEPAL, produjeron un impulso que dio como resultado la industrialización del país.
  - A este cambio económico respondió demográficamente la emigración campo-ciudad, haciendo que el crecimiento urbano se disparara.
  - Las oportunidades de mejora económica, de educación y salud que brindaban las ciudades, fueron los atractores que permitieron el

crecimiento y el cambio demográfico. En 1970, México ya era un país urbano e industrializado.

- De esta manera, México comienza un cambio muy lento que tarda casi 80 años en dar resultados. Después, en un período de 40 años, el país experimenta una rápida transformación en lo económico y en lo demográfico. Este análisis de dos ejes de transformación, es el correlato de un cambio que Kuznets estudia y que tiene en México un buen ejemplo.
- Este cambio tan dramático abarca dos generaciones y significó para México, que hoy pertenezca a una de las 20 economías más importantes del mundo y a uno de los 15 países con mayor población. Pero la transformación del país no termina ahí; hoy tenemos un proceso que nos convertirá en una economía de servicios, ya que en la actualidad, este sector abarca el 60% de la población económicamente activa.
- En materia de abasto, debemos entender que no es lo mismo alimentar a 19 millones de habitantes que tenía el país en 1940, que a 112 que tiene en 2010.
- Los problemas económicos de 1940 eran inherentes a una sociedad rural, los de 2012 son propios de una sociedad urbana, industrial y de servicios.
- El cambio demográfico que aconteció de 1940 a 1970, implicó afrontar las necesidades de una población joven. Sin embargo, según los datos de CONAPO e INEGI, y gracias a las políticas públicas de salud reproductiva, ahora tenemos bajas tasas de crecimiento demográfico y una población que envejece.
- Todos estos cambios tienen efectos directos sobre los hábitos de vida del mexicano que debemos comprender si queremos combatir de fondo la obesidad, el sobrepeso y la desnutrición.
- Lo mismo sucede con el cambio de enfermedades infecciosas a enfermedades crónico-degenerativas, propias de la sociedad urbana, que deberán ser atendidas con un enfoque integral que abarque todos sus aspectos.
- Debemos advertir que la urbanización de México no ha terminado y que, de acuerdo a las proyecciones de las Naciones Unidas y del Consejo Nacional de Población, en pocos años llegaremos a tener una población urbana del 80% del total de habitantes, concentrada en su mayoría en núcleos de población de más de 50 mil habitantes.



- La economía, el empleo, las costumbres, los problemas del transporte y el acceso a la alimentación, representarán un verdadero reto para el país en el futuro.

#### **C.14 Los valores del mexicano**

- Para poder comprender las particularidades de una cultura, es necesario entender los valores y los cambios en ellos durante un tiempo determinado.
- En México, la evolución de los valores no ocurrió de forma inmediata a la transición entre el mundo rural y urbano. Por eso, hoy nos encontramos en una sociedad que transita entre la tradición y la modernidad, una sociedad heterogénea y plural.
- Han cambiado las actitudes frente al trabajo y el logro, pero todavía existe una fuerte presencia de valores tradicionales como la religión y el arraigado acento familiar del mexicano.
- El individualismo, propio de las sociedades urbanas modernas, está todavía acotado, pero las tendencias indican que poco a poco la sociedad está perdiendo valores colectivos representativos de una sociedad rural.
- Durante mucho tiempo se habló de lo rural y lo urbano como antítesis; hoy, sin embargo, creemos que son dos mundos que debemos entender para comprender la diversidad de nuestra sociedad.
- Lo que sí parece concluyente en los valores sociales es que el mexicano rechaza la política. Esto es grave pues se trata de la única vía para cambiar y evolucionar en una sociedad democrática.
- El mayor cambio se observa en la equidad de género, ya que podemos ver cómo pierde fuerza la posición tradicional de la mujer y nos acercamos más a los roles sociales que caracterizan a las sociedades modernas.
- Se requiere que pasemos de valores preconconvencionales para adquirir los convencionales y postconvencionales, pues los primeros son típicos de sociedades verticales y tradicionales, y los otros son el prototipo de las sociedades modernas y urbanas, sobre todo en lo que a política respecta.
- Es importante reconocer el papel de la mujer en el ámbito de la nutrición, si queremos cambiar, influir y lograr combatir eficazmente la obesidad y el sobrepeso.

- Hay que hacer conscientes a los mexicanos urbanos de que la aparente seguridad en el abasto de alimentos es sólo una percepción, y que debemos involucrarnos más en la información alimentaria y en la distribución y el abasto de los alimentos.
- Toda política pública debe tener en cuenta lo anterior para poder comprender el cambio de conductas y lograr la introyección de valores de salud en la sociedad. Más que leyes, se requiere de un esfuerzo sostenido en la información, la formación y la promoción de nuevas conductas sobre la actividad física y los hábitos alimenticios.

### **C.15 Sedentarismo**

- La ciudad, como espacio, es la culminación de un recorrido que la humanidad ha hecho, que la llevó del nomadismo a las grandes aglomeraciones urbanas.
- La ciudad permitió a los humanos un desarrollo de conocimientos, nuevas conductas, valores y hábitos de consumo que difieren del mundo rural.
- La ciudad es un espacio para el sedentarismo, una forma y una cultura que chocan con el diseño original biológico de los seres humanos.
- La ciudad permite al hombre la percepción, a veces paradójica, de la seguridad alimentaria, y reduce el esfuerzo para obtener alimentos. Resulta paradójico que los habitantes de las ciudades, estando lejos de los centros de producción de alimentos, disfruten de mayor abasto y variedad que los propios campesinos.
- La ciudad trastoca también la percepción del tiempo y del espacio. El día, las horas y los minutos son ahora los ejes rectores de la actividad humana; lejos quedó la percepción del tiempo a partir de ciclos largos, temporadas y estaciones.
- Espacialmente, se da un cambio de las grandes superficies rurales a las pequeñas áreas en que habitan miles de hombres, concentrando lo que antes fue disperso.
- Las nuevas formas de comunicación, la informática y los nuevos modos de producción, evitan al hombre la necesidad de desplazarse y el consiguiente esfuerzo físico.
- Muchas de las nuevas tecnologías harán que las personas trabajen desde su propio hogar, haciendo que no tengan siquiera necesidad de desplazarse.

- Los seres humanos, cuyo diseño anatómico estaba creado para lograr un balance entre la ingesta y el gasto calórico, se enfrentan hoy en las ciudades a una nueva paradoja: comen más de lo que gastan.
- A primera vista, bastaría con modificar las dietas para detener la obesidad y el sobrepeso, sin embargo no debe olvidarse el sedentarismo, que es el resultado de la falta de movimiento vigoroso.
- El ejercicio y el deporte no sólo sirven para evitar la acumulación de grasa, sino que moverse vigorosamente ayuda también a la circulación, al corazón y a la oxigenación. En pocas palabras, el ejercicio ayuda a la salud y a tener una vida más plena.
- En México el sedentarismo en las ciudades no ocurre solamente en los espacios de trabajo. El tiempo que utilizamos para ir de la casa al trabajo es un tiempo sin esfuerzo. En transporte público o privado, se ocupa un tiempo que, en el caso de las localidades de gran tamaño como la Ciudad de México, significa inclusive seis horas entre la salida y el regreso a los hogares.
- En el hogar, la televisión y el internet ocupan a las personas entre cuatro y seis horas diarias; mientras que, los fines de semana, el 49% de la población ve la televisión durante casi la mitad de su tiempo de descanso.
- Los fines de semana se destinan también a la convivencia con familiares y amigos y, de acuerdo con las encuestas de Mitofsky y CONACULTA, citadas previamente, sólo el 15% dice hacer deportes y un 40% expresa que hace algún tipo de ejercicio.
- Los niños no hacen ejercicio rutinario y vigoroso; inclusive, en algunas escuelas, las clases de educación física son teóricas y dentro de las aulas.
- Concluyendo, el ejercicio, el deporte y el movimiento vigoroso están ausentes de la cultura urbana mexicana. Si queremos detener el avance de la obesidad y el sobrepeso, no es suficiente revisar las dietas, sino también hacer del deporte un valor a favor de la salud del mexicano.

## **C.16 Análisis de las iniciativas en materia legislativa**

- Las iniciativas presentadas en la LXI Legislatura son dispersas y no promueven una estructura de cambio en los hábitos alimenticios de los mexicanos; más bien, se centran en cambios en la Ley General

de Salud y otros reglamentos, pero no constituyen la base para lograr políticas públicas que combatan la obesidad y el sobrepeso.

- Tal como lo dice el análisis, las ideas expresadas son coyunturales y se podrían aglutinar en tres ejes: primero, el etiquetado de alimentos; segundo, la promoción de hábitos alimenticios y de actividad física y tercero, la regulación de la publicidad. Dentro de estos tres ejes, la discusión sobre las normas relativas a la alimentación de los niños toma un papel importante dentro de los argumentos de los actores involucrados.
- En esta política de protección a la infancia es evidente la regulación de la venta de productos en las escuelas y la promoción de hábitos saludables entre los niños.
- La información en que se basan las propuestas tanto del sector público, como de las organizaciones no gubernamentales es prácticamente la misma: datos de la OMS, la FAO, las encuestas de salud pública y nutrición, así como la opinión de asociaciones médicas.
- En este sentido, conceptos como multifactorialidad, malos hábitos y falta de ejercicio, son vistos como las causales principales, dejando de lado otros factores de relevancia vital, como el ingreso, la pobreza, o el acceso a los alimentos.
- Estas reformas provienen de una visión con un sesgo autoritario, ya que sólo contemplan soluciones a partir de la prohibición, la regulación y la imposición de medidas (como el semáforo en el etiquetado), donde se propone que el Estado decida qué es saludable y qué no lo es.
- En síntesis, no hay una comprensión profunda de la complejidad del tema, sólo la imposición de reformas legales que no contemplan cambios acordes con la realidad en las dietas. Tampoco hay un impulso decidido para darle a la actividad física la importancia que tiene, tomando en cuenta el balance esencial que debe existir entre la ingesta y el gasto calórico.
- Por todo lo anterior, es importante hacer notar que las instituciones mencionadas no cuentan con información adicional y relevante para entender el fenómeno, como ¿por qué comen los mexicanos así? y ¿cuáles son las causas del sedentarismo en la población?



## **ANEXO 1**

### **Comentarios a los puntos de vista, exposiciones y trabajos de diversas instituciones internacionales, nacionales y organismos no gubernamentales**

*A continuación se encuentran los comentarios sobre los pronunciamientos y las acciones adoptadas por autoridades como la Secretaría de Salud y la de Educación Pública sobre los problemas del sobrepeso y la obesidad; el interés es contar con una visión amplia de las posiciones mostradas por estas autoridades, así como por diversas ONG. La mayor parte de los archivos digitales en los que se encuentra la información comentada están agrupados en el directorio «Anexo 1 —Foro Políticas Públicas y Legislación para Prevenir la Desnutrición y Obesidad en México— Abril 12, 2011».*

*También recomendamos revisar con detalle el documento denominado «A2.07 — Código de Autoregulación de Publicidad de Alimentos y Bebidas No Alcohólicas dirigida al Público Infantil.pdf», para conocer la postura de la industria alimentaria respecto a temas publicitarios; y, finalmente, consignamos el Acuerdo mediante el cual se establecen los lineamientos generales para el expendio o distribución de alimentos y bebidas en los establecimientos de consumo escolar de los planteles de Educación Básica, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 23 de agosto de 2010. («A2.06 — DOF 2010-08-23, pp. 60-89 — Lineamientos para el expendio de alimentos.PDF»)*

#### **Comentarios**

- A partir del análisis realizado por el Sector de Alimentos, Bebidas y Tabacos de CANACINTRA, es evidente que la obesidad, el sobrepeso y la desnutrición, son problemas fundamentales en el país. Estos tres temas y su tratamiento requieren de una visión integral que sope se todas y cada una de las causas para poder resolverlos.
- Según la Organización Mundial de la Salud, la obesidad y el sobrepeso existen debido a un desajuste en el balance entre la ingesta y el gasto calóricos, atribuyendo las causas a dietas ricas en grasa y sal, pero bajas en proteínas. Analizando la postura que hace este organismo internacional, notamos que su descripción queda restringida

a la medición y al análisis de los valores nutrimentales de algunos productos; sin otorgar mayor importancia a otros factores, como el psicológico y el del desarrollo económico, que inciden en lo que ellos denominan *pandemia*. Asimismo, reconocen que habrá personas que por su carga genética pueden estar más expuestas a sufrir obesidad y sobrepeso.

- La OMS no toma en cuenta en su análisis, las distintas dietas producto de la diversidad cultural y, sobre todo, desdeña las prácticas cotidianas del consumidor.
- Con esta óptica, que no contempla la producción de alimentos ni los distintos factores sociales y económicos que afectan a los países, no se puede comprender totalmente al sobrepeso y la obesidad de acuerdo a las distintas formas de ser y de vivir de los diferentes pueblos.
- La OMS recomienda un consumo de 2,000 calorías diarias como la ingesta ideal y su «recomendación» abarca en forma global prácticamente a todos los países, sin ahondar, como ya lo dijimos antes, en otros factores que pueden desencadenar la enfermedad.
- De toda la información analizada, hay una gran cantidad referente a las consecuencias médicas y nutricionales, pero son pocas las referencias que se hacen en otros sentidos. En cuanto al gasto calórico y a las distintas recomendaciones que se sugieren a los países, son tan generales que difícilmente se podría estructurar una política pública a partir de estos criterios.
- La posición de la Secretaría de Salud y del Instituto de Salud Pública sobre la obesidad, el sobrepeso y la desnutrición se basa únicamente en la información de las Encuestas Nacionales de Salud y Nutrición.
- La visión que tiene la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER) sobre el problema proviene de tres criterios que, en materia de salud, ha publicado la OCDE: las medidas fiscales, en primer lugar; las intervenciones en los centros de trabajo, en segundo; y, por último, el etiquetado de productos. Estas medidas tienen el mayor impacto en la reducción del gasto en salud. La propia COFEMER hace un cálculo de los costos que representará al país el avance de la obesidad y el sobrepeso y de las enfermedades desencadenadas por estos fenómenos.
- La COFEMER se basa en la teoría de la decisión racional, la cual concluye que las decisiones erróneas se deben a la falta de información y a comportamientos «irracionales», por lo que recomienda que el Estado tome a su cargo la información y corrija estos

comportamientos «irracionales» para revertir el problema que, para ellos, sólo tiene una visión económica.

- Este criterio tampoco contempla detalles como el ingreso y el gasto en alimentos de los mexicanos y menos aún, las limitaciones propias de la pobreza para tener una dieta más adecuada. Más bien, su visión es de «castigo» a los productos para corregir las conductas de los afectados.
- Una constante, que se repetirá a través de todas las exposiciones que hemos analizado, son las medidas legales que el Estado tiene que tomar para incidir en el etiquetado de los alimentos, esquemas de autorregulación para la industria y la promoción informativa en escuelas y centros de trabajo, a fin de orientar a la población.
- La organización no gubernamental «El Poder del Consumidor» basa todos sus análisis en la información de la Secretaría de Salud y del Instituto Nacional de Salud Pública. Resulta curioso cómo reproduce gráficas de otras presentaciones, expone documentos sobre este problema en otros países y se declara en contra de aditivos y colorantes. Sin embargo, su enfoque es la crítica a la publicidad y, en especial, a la promoción que algunas empresas hacen de sus productos al acompañarlos con juguetes y figuras de héroes infantiles. Por lo tanto, su propuesta se ciñe a la regulación de la publicidad y a las promociones en particular, así como la prohibición de ofertas, regalos y el uso de personajes. A su vez, considera que los espacios fuera de las escuelas tienden a promover la obesidad y el sobrepeso, pues crean un ambiente obesigénico.
- Tanto el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria como los lineamientos de la Secretaría de Salud y la Secretaría de Educación Pública contemplaban originalmente una serie de prohibiciones para ganarle la batalla al sobrepeso y la obesidad; sin embargo, en una publicación posterior,<sup>1</sup> estos se suavizaron, cosa que contradujo el espíritu original de los lineamientos.
- En lo que se refiere al Código de Autorregulación Publicitaria (PABI) que firmó la industria, las autoridades en materia de salud y algunas organizaciones no gubernamentales consideran que no ha tenido

---

1. «Acuerdo mediante el cual se establecen los lineamientos generales para el expendio o distribución de alimentos y bebidas en los establecimientos de consumo escolar de los planteles de educación básica», en *Diario Oficial de la Federación*, México, lunes 23 de agosto de 2010.



resultado alguno. Esta normativa está acotada a restricciones legales y prohibiciones aplicables en el ambiente escolar y en el mundo infantil en particular.

- La presentación del Dr. Abelardo Ávila Curiel, del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán, contiene una crítica a las políticas públicas sobre la desnutrición, la obesidad y el sobrepeso. Destaca que el Estado ha renunciado a la seguridad alimentaria, descuidando la producción y la regulación, para resolver estos problemas. El Dr. Ávila considera que, de seguir la tendencia a la alza de estos fenómenos, los servicios de salud pública se saturarían, agudizando así la pobreza y, por tanto, sus efectos en la desnutrición y los malos hábitos que producen la obesidad y el sobrepeso.
- El «Análisis del etiquetado *Guideline Daily Amounts* y su comprensión por estudiantes de nutrición en México»<sup>2</sup> de Stern, Tolentino y Barquera, presentado en el *Foro Políticas Públicas y Legislación para Prevenir la Desnutrición y Obesidad en México* critica la información nutrimental que aporta el etiquetado GDA, argumentando que es confusa y que puede conducir a decisiones de consumo erróneas. Esto se ejemplificó con el caso de una fruta y un refresco, los cuales tienen prácticamente el mismo aporte calórico y se compararon con iguales propósitos otros productos industriales. La exposición concluye que son engañosos y no aportan información suficiente. El Dr. Barquera considera que la mejor opción es el semáforo alimentario donde, a partir de los criterios de la Secretaría de Salud Pública, se pongan leyendas precautorias a cada uno de los alimentos industriales, alertando por medio de colores que un producto puede ser causante de la obesidad y, por el contrario, otro benéfico.
- Esta argumentación tiene como fundamento una encuesta que realizó entre estudiantes de nutrición, donde se les pidió que hicieran una «regla de tres» para que pudieran saber, con la información de los GDA, qué necesidades calóricas satisfacían los productos. Según él, la mayoría de los estudiantes fallaron a la hora de hacer el cálculo, por lo que concluye que «dada la ineficiente educación en México», la mayoría de la población está incapacitada para realizar una simple «regla de tres» y es necesario que el Estado mexicano les indique a los consumidores qué deben comer y qué deben evitar.

---

2. En español, la denominación *Guideline Daily Amounts* se ha traducido habitualmente como Guías Diarias de Alimentación y se les refiere por sus siglas: GDA.

- La Secretaría de Educación Pública, en su exposición<sup>3</sup> hace un recuento de lo que se pretende lograr con los Lineamientos y el compromiso que tienen la Secretaría de Salud y otras dependencias gubernamentales para promover este tipo de regulaciones. Asimismo, expone las estrategias de difusión y acciones que ha realizado y también las que implementará en un futuro para lograr un cambio en la conducta alimentaria de los educandos, pidiendo a los legisladores su intervención para reformas en la Ley General de Salud y sus Reglamentos.
- En su estudio «La Nutrición en México», el Dr. Juan Ángel Rivera Dommarco del Centro de Investigación en Nutrición y Salud del Instituto Nacional de Salud Pública, hace una exposición detallada de la desnutrición y de los efectos que la obesidad y el sobrepeso harán sobre la hipertensión, la diabetes y los problemas cardíacos. La gráfica «Cambios en compras de grupos de alimentos en hogares mexicanos de 1986 a 1998», presentada en este estudio —la cual, por cierto, es utilizada por otros expositores— indica que ha habido un aumento en la ingesta de refrescos y una disminución en la de frutas. A su vez, para demostrar el cambio de dietas en una región, el Dr. Rivera toma datos de cómo era la ingesta en 1944 en el Valle del Mezquital y cómo lo es en nuestros días, pero sin tomar en cuenta las transformaciones que ha tenido la región durante los últimos sesenta años. Su presentación se centró en demostrar cómo los criterios de la OMS son verdaderos y en documentar la transición de la ingesta en calorías y grasas que ha tenido el país.
- El Dr. Mauricio Hernández Ávila en su análisis llamado «La responsabilidad del poder legislativo en el diseño de políticas públicas en materia de salud alimentaria», hace un recuento de las reformas pendientes para combatir el aumento de enfermedades asociadas con la obesidad y el sobrepeso. Considera que la base de estos problemas está en el consumo de bebidas azucaradas y de grasas saturadas de origen animal. Además, cree que es necesaria la intervención del Estado, pues cree que los individuos no son responsables de la obesidad y del sobrepeso, ya que la mayoría de las personas no tiene medios para adoptar los comportamientos saludables que les

---

3. «Salud Alimentaria en el Contexto Escolar: El Programa de Acción y los Lineamientos Generales para el expendio de alimentos y bebidas en las escuelas», presentada por Juan Martín Martínez Becerra.

ayuden a mantener un peso equilibrado. Asimismo, el Dr. Hernández afirma que vivimos y socializamos en un ambiente obesigénico, por lo que insta al poder legislativo a que realice las reformas necesarias y pide que éstas contemplen también la intervención de otras instituciones públicas.

- El Dr. Rafael Álvarez Cordero, titular del Consejo para la Prevención y la Atención Integral de la Obesidad y Trastornos Alimenticios en el Distrito Federal, en su estudio «Políticas públicas y legislación para prevenir la obesidad en México», hace un recuento de las acciones que ha tomado el gobierno del Distrito Federal para el combate de la obesidad y los trastornos alimenticios en esta entidad. Por otro lado, reprocha al poder legislativo que, a pesar de que hay iniciativas referentes a la salud pública, éstas no se han podido concretar a nivel federal.
- Por otro lado, el Dr. Álvarez considera fundamental impulsar acciones dirigidas a los niños y ver a la obesidad y el sobrepeso no sólo como problemas de salud, sino también como desafíos sociales y culturales que se han agudizado debido a las presiones económicas y de mercado que existen en el mundo. Afirma, además, que las políticas públicas deberían centrarse en cinco áreas básicas: el hogar, la creación de una cultura de la salud en las escuelas para que los padres «entiendan» qué es la obesidad, la generación de una cultura del deporte, promover acciones concretas con los productores de alimentos (como la introducción de menús con nuevos edulcorantes) y la regulación de la publicidad.
- En la Reunión Nacional de Responsables del Adulto y del Anciano organizada por la Subsecretaría de Prevención y Protección de la Salud, el Dr. Agustín Lara presentó su estudio «Abordaje de la obesidad en México (2004)», en el cual reconoce que en los últimos 50 años ha habido una marcada disminución de la mortalidad, así como un incremento en la esperanza de vida. Sin embargo, señala que para afrontar la obesidad y el sobrepeso es necesario un mayor gasto en salud, destacando la gran oportunidad que tienen los esquemas preventivos. Toda su argumentación está basada, como la mayoría de los otros estudios, en la información de las encuestas nacionales de salud y la información de la Secretaría de Salud, así como un estudio sobre obesidad y sobrepeso en las franjas fronterizas.
- En su publicación «Tratamiento Farmacológico Secuencial», el M. en C. Juan Daniel Rodríguez Choreño de la Academia Mexicana

para el Estudio de la Obesidad, insiste en una visión farmacológica del tratamiento de la obesidad y el sobrepeso, a partir de una terapia cognitivo-conductual que refleje cambios en las actitudes, conductas y decisiones sobre la alimentación del individuo, ayudado por fármacos que les permitan reducir los efectos del sobrepeso y la obesidad. En el estudio encontramos las tablas que miden el efecto de estas terapias y los logros obtenidos.

- En el estudio «Actívate México», presentado por la Federación Mexicana de Actividad Física, se aborda la necesidad de promover el ejercicio y combatir el sedentarismo. De todos los documentos que antes hemos descrito, éste es el único que hace énfasis en los cambios de actitud y la promoción del deporte y del ejercicio como una solución real para combatir la obesidad y el sobrepeso. Inclusive, propone un modelo para que este cambio en la conducta de los individuos tenga resultados, basando sus argumentos en experiencias de otros países. El enfoque es interesante pues es el único que contempla un plan integral para lograr cambios a partir del aumento del gasto energético que compense el aumento en la ingesta calórica.
- El Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), en las dos publicaciones<sup>4</sup> que analizamos y exponemos en este estudio, hace un recuento pormenorizado de las políticas públicas que se han abordado para acabar con la desnutrición, a partir de estudios realizados especialmente en zonas rurales. Asimismo, toma en cuenta índices de pobreza alimentaria y evalúa los programas sociales haciendo un recuento histórico de cada uno de ellos.
- En sus conclusiones y recomendaciones el estudio recoge información de la OMS y de las encuestas de salud; indica que es necesario reconocer las limitaciones en el acceso a los alimentos y resalta que la pobreza es uno de los factores esenciales en la mayoría de los problemas sociales; por lo tanto, recomienda que el Estado mexicano estudie a profundidad el problema, buscando los factores económicos y sociales que inciden en él.
- Por todo lo aquí expuesto, es evidente que en todas las exposiciones, trabajos y presentaciones, la información procede de una misma

---

4. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). *Dimensiones de la seguridad alimentaria, Evaluación Estratégica de Nutrición y Abasto*, México, CONEVAL, 2010; e *Informe de Evolución Histórica de la Situación Nutricional de la Población y los Programas de Alimentación, Nutrición y Abasto en México*, México, CONEVAL, 2010.

fuelle. En general, es notable la falta de información sobre la producción de alimentos en México, del gasto alimentario en los diversos productos y la diversidad de dietas del pueblo mexicano. No se habla nada sobre cómo, cuándo y por qué come el mexicano. Se soslayan aspectos tan importantes como los psicológicos, económicos y sociales, así como los antropológicos. Quedan en el aire preguntas como las siguientes: ¿es posible aplicar en forma general medidas a un universo tan heterogéneo como lo es la sociedad mexicana?, ¿se puede realizar el cambio en la dieta que tiene el mexicano, sin contar con información sobre los ingresos y los gastos en alimentación?, ¿es el individuo sólo un receptor pasivo, sin voluntad, criterio y reflexión sobre la alimentación?, ¿cómo hacer homogéneo un conjunto de pobladores de un país, cuando la realidad nos indica que el mundo rural y el mundo urbano son totalmente diferentes?, ¿por qué en todas sus exposiciones sólo es importante el gasto en salud?, ¿cómo podemos educar a los niños sin incidir primordialmente en los padres?, con estas políticas, ¿tendremos que esperar a que pasen 15 ó 20 años, para que los niños cambien sus conductas alimentarias cuando tengan edad de decidir?, ¿por qué sólo se hace énfasis en la ingesta alimenticia y se le da tan poca importancia al ejercicio y al deporte para combatir la obesidad y el sobrepeso?

- Éstas y muchas otras preguntas no tienen respuesta desde la perspectiva de las instituciones y organismos que hemos comentado. Por lo tanto, consideramos necesario enfocar desde diversos puntos de vista estos problemas y tratar de responder a todas las preguntas que antes planteamos.

## **ANEXO 2**

### **Recopilación y análisis de las iniciativas que reforman diversas disposiciones legales en materia de obesidad, de la LXI Legislatura**

*A continuación se expone una recopilación y análisis de las iniciativas presentadas en la LXI Legislatura sobre las reformas legales a diversas leyes y propuestas que hicieron los legisladores de varios partidos políticos, durante el período citado. Una versión más extensa se encuentra en el anexo digital, en el documento «A2.01 —Exposición de iniciativas y disposiciones legales— LXI Legislatura».*

El fenómeno del sobrepeso y la obesidad empezó a cobrar fuerza en el Poder Legislativo a inicios de la LXI Legislatura, volviendo este tema uno de los principales dentro de la agenda de salud de la mayoría de los grupos parlamentarios de ambas Cámaras; sin embargo, las iniciativas sobre el tema no han logrado ser dictaminadas.

La importancia de legislar sobre obesidad está fundamentada en que éste es un problema de salud pública debido a la cantidad de personas que la padecen, así como las enfermedades que de ella se desprenden. A pesar de considerarse abiertamente un problema de «salud pública», en las propuestas legislativas no se identifica una política pública que integre y combata todas las aristas del creciente fenómeno de la obesidad.

El análisis realizado integra las iniciativas presentadas en ambas Cámaras del 1 de septiembre de 2009 al 30 de septiembre del 2011, cuyo ordenamiento legal esté relacionado con el tema de obesidad.

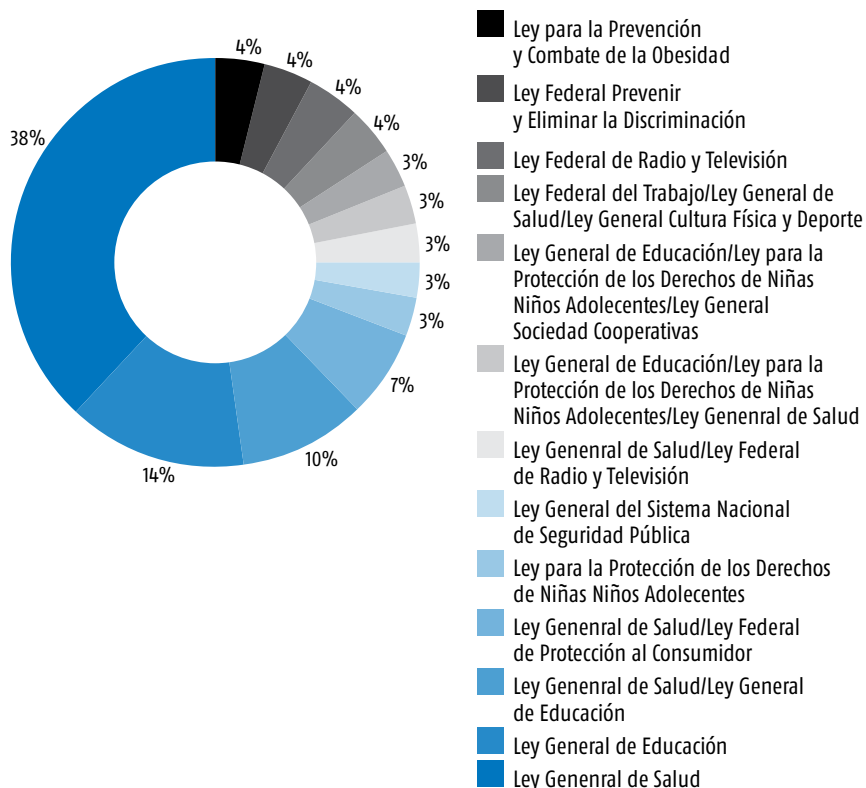
Durante la LXI Legislatura se presentaron 29 iniciativas que crean o reforman diversos ordenamientos legales enfocados a combatir el problema de obesidad en México.

Del total de iniciativas presentadas, el 41% fueron presentadas en la Cámara de Diputados y el 59% en la Cámara de Senadores.

El grupo parlamentario que más iniciativas presentó en ambas Cámaras es del Partido Revolucionario Institucional, con un 45% de las iniciativas presentadas.

Otro dato relevante es que del total de iniciativas presentadas sólo el 10% son de origen panista, a pesar de que el problema de la obesidad es uno de los principales ejes de la política de salud del Gobierno Federal.

## Leyes que las iniciativas presentadas pretenden reformar



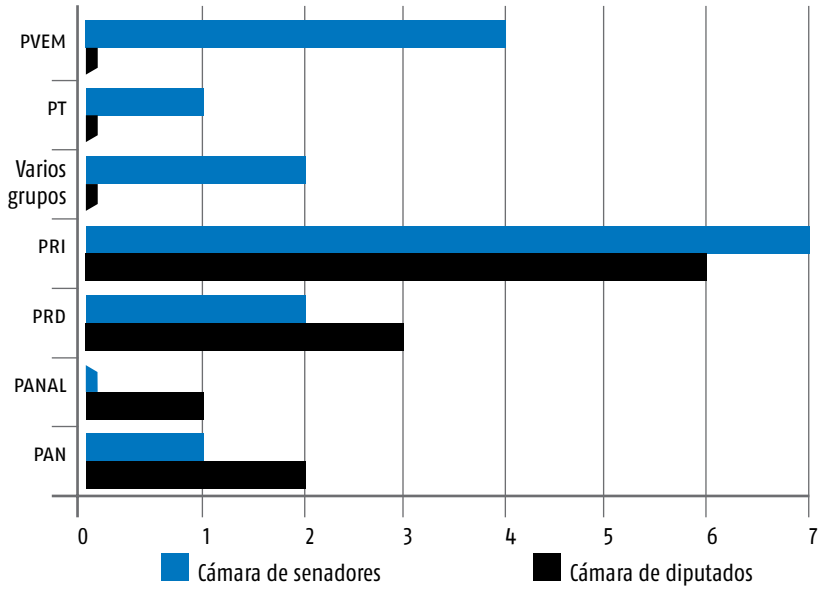
Al ser un tema que aqueja a los infantes y los trabajadores —principalmente de oficinas—, hay buen porcentaje de iniciativas que reforman leyes relacionadas con estos grupos.

La siguiente gráfica muestra la distribución de iniciativas por Cámara y por Partido; lo cual permite determinar que la agenda de salud-obesidad no tiene la misma prioridad en los diferentes grupos parlamentarios del Congreso de la Unión; lo que pudiera interpretarse como una falta de definición estratégica del tema.

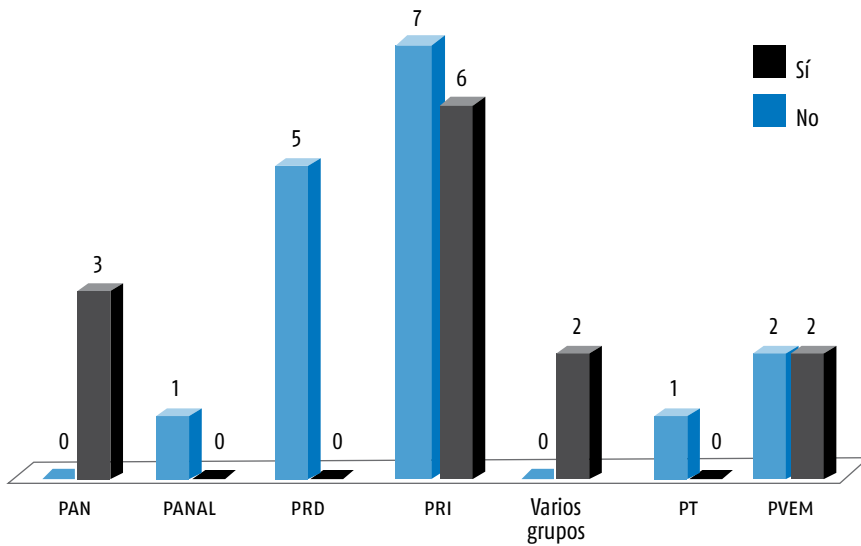
Lo anterior expresa la falta de propuestas legislativas de fondo para enfrentar el problema.

Durante los dos últimos años, la discusión en torno al problema de la obesidad, se ha centrado en principalmente dos temas: la regulación de la publicidad y el expendio de alimentos y bebidas en las escuelas. Sobre este último punto, se analizaron las iniciativas considerando las

## Iniciativas presentadas por grupo parlamentario en ambas cámaras



## Iniciativas presentadas por grupo parlamentario que hacen mención a la relación de obesidad con venta de alimentos industrializados en las escuelas y las que no hacen mención a dicha relación





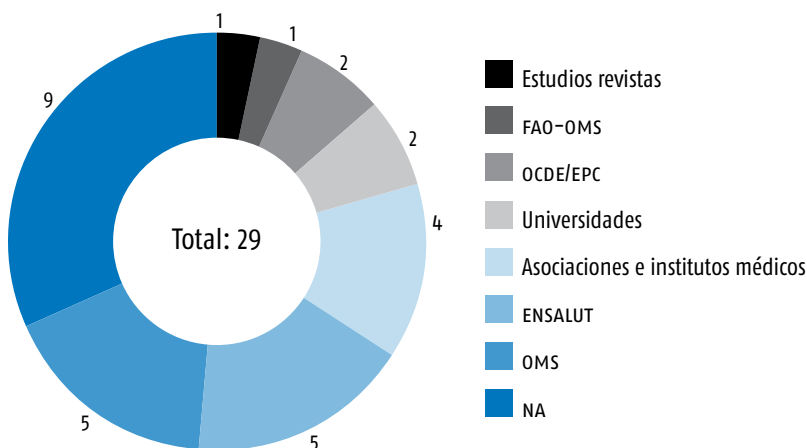
que hacían mención a la necesidad de regular la venta en escuelas, o en su caso, las que se refieren al consumo de alimentos industrializados en centros escolares como una de las principales causas de obesidad infantil; llegando a la conclusión de que el 45% de las iniciativas presentadas hacen referencia al tema escuelas.

Como podemos observar en la gráfica «Iniciativas presentadas por grupo parlamentario que hacen mención a la relación de obesidad con venta de alimentos industrializados en las escuelas y las que no hacen mención a dicha relación», los grupos parlamentarios que no incluyen el tema de escuelas en sus iniciativas son: el PRD, PANAL y PT. En contraparte, para el PAN y el PVEM el tema de las escuelas es fundamental para enfrentar el problema de obesidad en México.

En el caso del grupo parlamentario del PRI, hay una distribución uniforme entre las iniciativas que relacionan el tema de las escuelas y las que no.

Se puede explicar la relación de obesidad–consumo de alimentos en escuelas, en la argumentación de los legisladores, por ser el tema que mayor cobertura ha tenido en medios de comunicación; además de ser el eje principal de la Secretaría de Salud Federal para explicar dicho fenómeno. Ante esto podemos afirmar que las propuestas legislativas responden más a una coyuntura, que a la legítima búsqueda de enfrentar el problema de obesidad desde la raíz.

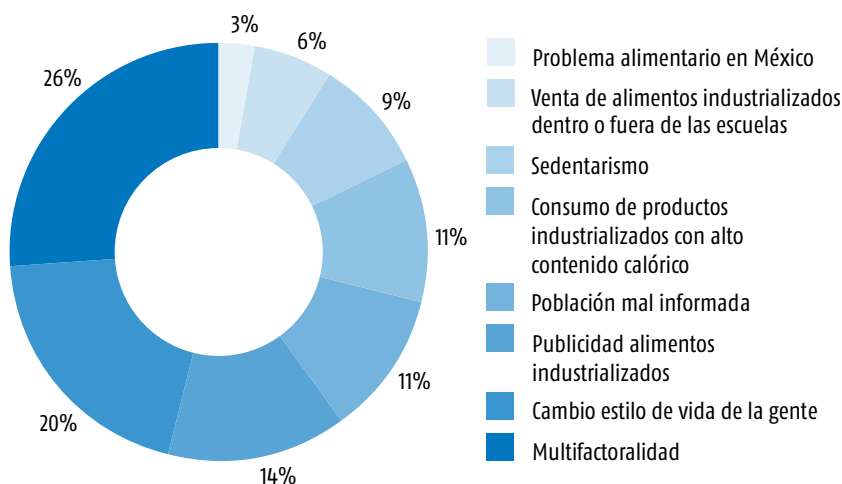
### Identifica las fuentes referidas en la argumentación de las propuestas de reforma analizadas



La gráfica anterior muestra las fuentes referidas en la exposición de motivos de las iniciativas presentadas por los legisladores. Como se podrá observar el 31% de las iniciativas no hacen referencia a alguna fuente; por otra parte la ENSALUT, la OMS y diversas asociaciones e instituciones médicas son las principales fuentes consultadas por los legisladores para explicar la realidad que enfrenta el problema de la obesidad en México.

Una constante identificada entre las iniciativas analizadas es la claridad en los datos, cifras que identifican la cantidad de casos por grupos de edades y sexo, calificando así el problema de sobrepeso y obesidad como un tema de salud pública; tal como lo afirman las referencias que fueron consultadas. Sin embargo, no hay uniformidad en las causas y soluciones para enfrentar el problema, la siguiente gráfica es muestra de ello:

### Causas del problema de obesidad en México, descritas en las iniciativas analizadas.



Para poder encontrar las soluciones de un problema es necesario identificar las causas de éste. En las iniciativas analizadas se describen las supuestas causas de la obesidad en México. En la exposición de motivos se hacen referencia a varias de ellas, en pocas ocasiones se hace mención a una sola causa. Como se puede observar en la gráfica anterior la causa más mencionada es la multifactorialidad.

Cuando nos referimos a esto, es porque se refiere directamente la palabra multifactorialidad o se enumeran las siguientes causas: malos hábitos alimenticios, origen hereditario, sedentarismo, diferencia positiva en

relación a la ingesta con el gasto calórico, causas biológicas y ambientales, sobrealimentación y situaciones psicosociales.

Los datos de la gráfica anterior, fortalecen nuestro argumento de que las propuestas de reforma presentadas por los legisladores integrantes de la LXI Legislatura, responden a intereses relacionados con los temas de coyuntura y no a un análisis serio del problema y propuestas jurídicas que sirvan de base u obliguen al Ejecutivo a implementar políticas públicas de largo plazo que realmente permitan disminuir la obesidad en México.

### Temas identificados como objetivos de las propuestas de reformas presentadas

Objetivo de la propuesta de reforma	Número de iniciativas
Etiquetado de alimentos y regulación de publicidad	1
Regulación expendio alimentos en cooperativas	2
Políticas públicas-seguridad alimentaria	2
Promoción hábitos saludables y actividad física/ regulación expendio alimentos en cooperativas	2
Prevención en enfermedades relacionadas con la obesidad y el sobrepeso	3
Regulación de publicidad y promocionales	3
Promoción de hábitos y actividad física	5
Etiquetado de alimentos	6
Otros	5

La tabla anterior muestra los objetivos de las propuestas de reforma; así identificamos como uno de los principales temas, el que tiene que ver con el etiquetado de alimentos. Entre las propuestas analizadas se habla de un etiquetado específico, de semáforo o etiquetas con leyendas de «el consumo de este producto puede causar obesidad» (algo similar a lo que aparece en las cajetillas de cigarrillos).

El otro tema recurrente en las propuestas de reforma es la promoción de hábitos de vida saludable o de alimentación y de actividad física. En este punto es importante recordar que, cuando una ley establece que se deberá «fomentar o promover» alguna acción, estas se vuelven buenas intenciones plasmadas en una ley general de carácter no vinculatorio, ya que no se interpone una sanción por la falta de fomento y/o promoción.

Si se comparan los temas descritos en la gráfica de la página 157 y los datos de la tabla anterior, identificaremos que, a pesar de haber concordancia entre la causa sedentarismo y la solución de «promoción de actividad física», en términos reales no se está dando una solución verdadera al problema del sedentarismo; sin embargo, esto sería diferente si se legislara a favor de mayores espacios públicos y deportivos que fueran administrados por el Estado y con acceso gratuito, para que las familias asistan y así se logre fomentar entre los niños el hábito del ejercicio.

Un tema de vital importancia que no es considerada por los legisladores en las supuestas soluciones al problema, es la libertad del individuo a elegir los alimentos que consume. Nos referimos específicamente a la propuesta de etiquetado con semáforo o leyendas que «inhiben el consumo». Dichas propuestas, en lugar de promover la educación y la mejor toma de decisiones de las personas; supone una orden desde el Estado que indica cuáles alimentos son buenos o cuáles malos para su consumo. Por eso, una vez más identificamos medidas legislativas de corto alcance y que no resuelven el problema de raíz.

No se identificaron propuestas legislativas con visión de soluciones a largo plazo que hicieran mención a factores tales como la falta de planeación urbana en donde deben considerarse mayores espacios públicos para desarrollar actividad física o bien, programas de ayuda alimentaria para los sectores más desprotegidos que no tienen acceso a todos los grupos de alimentos, o a la regulación del transporte público y el fomento a otros transportes como la bicicleta para desincentivar el uso del automóvil en las grandes ciudades.



## BIBLIOGRAFÍA

- AGUAYO QUEZADA, Sergio, *Almanaque mexicano 2007*, México, Ed. Aguilar, 2007.
- \_\_\_\_\_, *Almanaque mexicano 2008*, México, Ed. Aguilar, 2008.
- AGUIRRE, Ángel, *Los 60 conceptos clave de la antropología cultural*, Barcelona, España, Ed. Diamond, 1982.
- ALDUNCIN Y ASOCIADOS, *Demanda de alimentos preparados en los estratos populares del Distrito Federal*. Resumen ejecutivo, México, 2006.
- ALDUNCIN, Enrique, «Valores y desarrollo», *Este País, Tendencias y opiniones*, México, Número 242, Junio de 2011, pág. 28-32.
- \_\_\_\_\_, *Los valores de los mexicanos*, México, Tomo II: México en tiempos de cambio, Fomento Cultural Banamex, A.C., 1991.
- ARTEAGA BASURTO, Carlos, *et al.* (coord.), *Estado, Economía y Pobreza en México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Autónoma de Chapingo, Universidad Autónoma Metropolitana, Ed. Plaza y Valdés, e Instituto Politécnico Nacional, 2007.
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIALES DE ACEITES Y MANTECAS COMESTIBLES, A.C. (ANIAME), *Principales características del mercado mexicano de aceites y grasas*, México, ANIAME, 2006.
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE REFRESCOS Y AGUAS CARBONATADAS (ANPRAC), *Anuario estadístico 2006-2008*, México, ANPRAC, 2008.
- BANCO MUNDIAL, *Índice de datos (indicadores de importaciones de bienes y servicios 1980-2010)*, Banco de Datos del Banco Mundial (indicadores) [www.bancomundial.org](http://www.bancomundial.org), Washington, D.C., consultado en septiembre de 2011.
- BANCO NACIONAL DE MÉXICO, *Índices de precios al consumidor y metodología para el cambio de base del INPC*, México, BANXICO, Dirección General de Investigación Económica, junio de 2002 y enero de 2011.
- BARFIELD, Thomas (comp.), *Diccionario de antropología*, 2a. edic., México, Siglo XXI Editores, 2007.
- BAUER, Arnold J., *Somos lo que compramos, historia de la cultura material en América Latina*, México, Ed. Taurus, 2002.

- BAZBAZ, Suhayla, *et al.*, «Valores y cohesión comunitaria. De lo que somos y no queremos ser a lo que podemos hacer con lo que somos», *Este País, Tendencias y opiniones*, México, Número 245, septiembre de 2011, pág. 65-72.
- BINDÉ, Jérôme (comp.), *¿Hacia dónde se dirigen los valores?*, *Coloquios del Siglo XXI*, México, Ed. Fondo de Cultura Económica, 2006.
- BOHÓRQUEZ, Eduardo, «¿En qué creen los mexicanos?», *Contenido*, México, Julio 2011, pág. 75-81.
- BRAMBILA PAZ, Carlos, *Expansión urbana en México*, México, El Colegio de México, 1992.
- BRIONGOS, Miquel, *et al.*, *Sociología, hoy*, 2a. edic., Barcelona, Ed. Teide, 1982.
- CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE TRANSFORMACIÓN. *Determinación del consumo nacional aparente de 47 productos de consumo generalizado*. Documento de trabajo, México, 2011.
- CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA MOLINERA DE TRIGO (CANIMOLT), *Reporte Estadístico al 2010*, México, CANIMOLT, 2010.
- CAMPILLO ÁLVAREZ, José Enrique, *El mono obeso (La evolución humana y las enfermedades de la opulencia: diabetes e hipertensión, arterioesclerosis)*, 2a. edic., Barcelona, Ed. Crítica, 2004.
- CENTRO DE ESTADÍSTICA AGROPECUARIA, *Series estadísticas*, México, SAGARPA, 1996.
- CHÁVEZ, Adolfo y M. DE CHÁVEZ, Miriam, *La Tortilla de Alto Valor Nutritivo*, México, Ed. Mc Graw Hill, 2004.
- COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL), *Anuario Estadístico de América Latina y el Caribe 1995*, CEPAL, Santiago de Chile, 1996.
- \_\_\_\_\_, *Anuario Estadístico de América Latina y El Caribe 1995*, Naciones Unidas, CEPAL, Santiago de Chile, 1995.
- COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA, *Estadísticas del agua en México, 10 años de presentar el agua en cifras*, México, CONAGUA, 2010.
- COMITÉ TÉCNICO PARA LA MEDICIÓN DE LA POBREZA (SEDESOL), *Índice de CONAPO 2002-2005*, documento bianual, [www.sedesol.gob.mx](http://www.sedesol.gob.mx)., consultado en septiembre de 2011.
- \_\_\_\_\_, *Medición de la pobreza, metodologías y estimaciones preliminares*, SEDESOL, [www.sedesol.gob.mx](http://www.sedesol.gob.mx), consultado en septiembre de 2011.
- CONSEJO NACIONAL DE EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA DE DESARROLLO SOCIAL (CONEVAL), *Dimensiones de la seguridad alimentaria, evaluación estratégica de nutrición y abasto*, México, CONEVAL, 2010.

- \_\_\_\_\_, *Informe de evolución histórica de la situación nutricional de la población y los programas de alimentación, nutrición y abasto en México*, México, CONEVAL, 2010.
- CONSEJO NACIONAL DE POBLACIÓN (CONAPO), *La situación demográfica de México 2000*, México, CONAPO, 2000.
- \_\_\_\_\_, *La situación demográfica de México 2002*, México, CONAPO, 2002.
- \_\_\_\_\_, *La situación demográfica de México 2004*, México, CONAPO, 2004.
- CONSULTA MITOFSKY, *México: Hábitos alimenticios y comida chatarra*, México, enero de 2011.
- CURZIO, Leonardo, «México invertebrado», *Este País, Tendencias y opiniones* Número 246, México, Octubre de 2011, pág. 57.
- GRUPO FINANCIERO BANAMEX-ACCIVAL, *México social 1994-1995, estadísticas seleccionadas*, México, Banamex, 1996.
- \_\_\_\_\_, *México Social 1996-1998, Estadísticas seleccionadas*, México, Banamex, 1998.
- DE LA RIVA Y ASOCIADOS, *Tendencias en alimentación, estudio antropológico*, México, 2006.
- DOYAL, Len y GOUGH, Ian, *Teoría de las necesidades humanas*, Barcelona, Ed. Icara: Fueh, 1994.
- EDITORIAL TELEVISIVA (Ed.), *Almanaque Mundial 2012*, México, Ed. Televisa, 2011.
- EL COLEGIO DE MÉXICO, *Dinámica de la Población de México*, segunda edición, Centro de Estudios Económicos y Demográficos, México, El Colegio de México, 1981.
- FLORESCANO, ENRIQUE, *Origen y desarrollo de los problemas agrarios de México, 1500-1821*, México, SEP/Era, 1976.
- FLORESCANO, ENRIQUE, *Memoria mexicana*, México, Ed. Joaquín Mortiz, 1987.
- FRIGOLÉ, Joan, et al., *Antropología hoy, una introducción a la Antropología Cultural*, Colección «Hay que saber», Barcelona, Ed. Teide, 1983.
- GALIMERTI, Humberto, *Diccionario de Psicología*, México, Siglo XXI Editores, 2009.
- GARZA, Gustavo, et al., *El desarrollo urbano de México*, México, El Colegio de México, 1976.
- \_\_\_\_\_, *La urbanización de México en el siglo xx*, México, El Colegio de México, México, 2003.
- GOBIERNO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, *IV informe de gobierno de Carlos Salinas de Gortari*, México, Presidencia de la República, 1996.



- \_\_\_\_\_, *III informe de gobierno de Ernesto Zedillo Ponce de León*, México, Presidencia de la República, 1997.
- \_\_\_\_\_, *II informe de gobierno de Ernesto Zedillo Ponce de León*, México, Presidencia de la República, 1992.
- GONZALBO AIZPURU, Pilar (coord.), *Historia de la vida cotidiana en México*, México, Ed. Fondo de Cultura Económica y El Colegio de México, 2009, T. I, II, III y V.
- GRUPO MASECA, *Estudio día Típico, México, la obesidad y la tortilla*, México, GRUMA, 2010.
- HARRIS, Marvin, *Antropología Cultural*, Madrid, España, Alianza Editorial, 2009.
- HIRSCH ADLER, Ana, México: *Valores Nacionales, visión panorámica sobre las Investigaciones de Valores Nacionales*, México, Ediciones Gernika, 1998.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI), *Estadísticas históricas de México, censos de población 1900, 1910, 1921, 1930, 1940, 1950, 1960, 1970, 1980, 1990, 2000, 2010; Censo de población 1903, 1905, 1907, 1995, 2005*.
- \_\_\_\_\_, *Las mujeres en México, estadísticas sobre desigualdad de género y violencia contra las mujeres*, México, INEGI, 2007.
- \_\_\_\_\_, *Resultados de la encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares (ENIGH)*, 2010, Comunicado Núm. 270/II, Aguascalientes, INEGI, 15 de julio de 2011.
- JUÁREZ LÓPEZ, José Luis, *La lenta emergencia de la comida mexicana, ambigüedades criollas 1750-1800*, México, Ed. Porrúa, 2005.
- KOTKIN, Joel, *La Ciudad, una historia global*, Barcelona, España, Ed. Debate, 2006.
- KUNTZ FICKER, Sandra (coord.), *Historia económica general de México, de la colonia a nuestros días*, México, El Colegio de México, Secretaría de Economía, 2010.
- LÓPEZ ROMO, Heriberto, *Ilustración de los niveles socio económicos en México*, México, Instituto de Investigaciones Sociales, 2010.
- LÓPEZ, María de la Paz y ECHARRI CÁNOVAS, Carlos Javier, «Hogares, viviendas y jefatura femenina», *Este País, Tendencias y opiniones*, México Número 241, Mayo de 2011, pág. 35-38.
- MADDISON, Angus, *La economía mundial 1820-1992, análisis y estadística, parís, organización para la cooperación y desarrollo económico (OCDE)*, 1997.
- MORENO-BRID, Juan Carlos y ROS BOSCH, Jaime, *Desarrollo y crecimiento*

- en la economía mexicana, *Una perspectiva histórica*, México, Fondo de Cultura Económica, 2010.
- NACIONAL FINANCIERA, *La economía mexicana en cifras*, 1990, 11a. edic., México, NAFINSA, 1990.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA (FAO), *Base de datos estadísticos Faostat*, los datos consultados corresponden a los años 1964-66 y 1998-2000, <http://faostat.fao.org>, consultado en julio de 2011.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE), *Política Agropecuaria y Pesquera en México, Logros recientes, Continuación de las Reformas*, México, OCDE, 2007.
- \_\_\_\_\_, *Factbook. Estadísticas económicas, sociales y ambientales*, La Coruña, Netbiblo, S. L., 2008.
- SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y DESARROLLO RURAL, (SAGARPA), *Anuario estadístico de la producción agrícola de los estados unidos mexicanos*, México, SAGARPA, 1996.
- SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, RECURSOS NATURALES, PESCA Y ALIMENTACIÓN, (SAGARPA), *Sistema de información agropecuaria de consulta, 1980-2009*, México, SAGARPA, 2010.
- SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS, *Anuario Estadístico de la Producción Agrícola de los Estados Unidos Mexicanos, 1980 a 2009*, México, SARH, 1980-2009.
- \_\_\_\_\_, «Consumos aparentes de productos agrícolas, 1925-1982», *Econotecnia agrícola*, Vol. VII, No. 9, México, SARH, 1983
- \_\_\_\_\_, *Base de datos de SAGARPA 1980-2010*, consultada en [www.sagarpa.gob.mx](http://www.sagarpa.gob.mx), en septiembre de 2011.
- SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, *Sistema de información comercial*, México, SECOFI, 1996.
- SECRETARÍA DE ECONOMÍA, *Información estadística y arancelaria, Sistema de información arancelaria vía internet*, 2003-2010, México, consultado en [www.economia-snci.gob.mx/siavi4](http://www.economia-snci.gob.mx/siavi4), en septiembre de 2011.
- SECRETARÍA DE SALUD, *Acuerdo nacional para la salud alimentaria (estrategias contra el sobrepeso y la obesidad), bases técnicas*, México, Secretaría de Salud, 2011.
- SELDON, Arthur y PENANCE, F.G., *Diccionario de economía*, 4a. edic., Barcelona, Ed. Oikos-Tau, 1986.
- SERVICIO DE INFORMACIÓN AGROALIMENTARIA Y PESQUERA (SIAP), *Información del sector agroalimentario 2010*, 2a. edic., México, SAGARPA, 2010.
- \_\_\_\_\_, *Series estadísticas*, México, SAGARPA, 1980-2010.

- SITO, Nilda, *et al.*, *Modernización y desarrollo social*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1970.
- TORRES TORRES, Felipe (coord.), *Seguridad alimentaria: seguridad nacional*, México, Plaza y Valdés Editores, 2003.
- UNITED NATIONS, *World population 2006*, Department of Economic and Social Affairs, United Nations, New York, 2008.
- \_\_\_\_\_, *World urbanization prospects: the 1994 revision*, New York, Department of Economic, Social Information and Policy Analysis, United Nations, 1995.
- VANDER ZANDEN, James W., *Manual de psicología social*, 3a. edic., Barcelona, Ed. Paidós, 1990.
- ZABALBEASCOA, Anaxu, «Planeta urbano», en *El país semanal*, Ediciones El País, No. 1753, Madrid, España, Domingo 7 de mayo de 2010.
- ZOLLA, Elémire, *Qué es la tradición*, Barcelona, Ed. Paidós Orientalia, 2003



CANACINTRA  
MÉXICO