



BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

FACULTAD DE ECONOMÍA

EL COMERCIO Y CONSUMO DE COMIDA CHATARRA EN EL ESTADO DE PUEBLA:
GRUPO BIMBO, COCA-COLA FEMSA, Y NESTLÉ
2012-2018

TESINA PRESENTADA PARA OBTENER EL GRADO DE:
LICENCIADA EN ECONOMÍA

PRESENTA:
GABRIELA AGUILAR ROSAS

DRA. AURORA FURLONG Y ZACAULA

SEPTIEMBRE 2025

Índice del Protocolo

Justificación.....	3
Marco Teórico:.....	8
Pregunta de Investigación:	10
Objetivo General:	10
Objetivos particulares:.....	10
Metodología:	10
Guion tentativo.....	11
Conclusiones	47
Bibliografía:	51
Cronograma:.....	55

Justificación

Con la llegada de la tecnología incorporada a miles de mercancías, dio comienzo a una revolución de todo aquello que conocemos y, junto con la comercialización, hizo posible grandes cambios en los sistemas de consumo tanto tangible e intangible de productos inimaginables, como la aparición de los smartphones, Smarth tv, consolas de videojuegos, ordenadores, electrodomésticos (freidora de aire, microondas, hornos, etc.), la nanotecnología, biotecnología que incluso se fue aplicando en los alimentos.

La industria de la publicidad o el marketing es otra de las industrias que, por medio de las revistas, periódicos, televisoras, comerciales, plataformas de streaming y las redes sociales (Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, WhatsApp, YouTube, etc.) hacen sencilla la difusión masiva de anuncios publicitarios de alimentos procesados o comida chatarra, incitando al público a comprarlos y consumir una variedad de productos que son en ocasiones innecesarios.

Vemos también lo llamativo de los eslogan, colores, formas, sabores, el precio o personas que promocionan estos productos (deportistas, influencers, actores, cantantes, entre otros). En este sentido las empresas principalmente transnacionales han visto que la influencia de celebridades, consumiendo o impulsando a comprar estos productos, ayuda a las ganancias que proveen estas mercancías y que pueden jugar a favor o en contra. Por ejemplo, tenemos el caso del jugador Cristiano Ronaldo, quien hizo una posverdad¹ antes de la inauguración de la Eurocopa 2020, antes de dar comienzo a el futbolista Ronaldo apartó dos botellas de gaseosa de la franquicia Coca-Cola. Esta acción acaparó a la prensa provocando titulares con mensajes de menosprecio para tal producto. Este hecho provocó una reducción en el valor de las acciones de Coca-Cola, mismas que tuvieron una caída de casi 4,000 mil millones de dólares (MMD) pero al mismo tiempo le dio un valor agregado a la compañía con 1,300 MMD, según menciona la IESE INSIGHT (2021).

Es sencillo invadir al consumidor con varios anuncios publicitarios o envolverlos en el marketing, provocando un manejo psicológico sobre la persona. La influencia de estos anuncios de comida procesada o comida chatarra, hacen ver la necesidad de desear consumirlos para

¹ El término *posverdad* significa según la RAE como la distorsión deliberada de una realidad, que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales.

sentirse bien o tener pertenencia a un estatus social. También está el hecho de que las marcas de comida proporcionan nuevas experiencias al consumidor por dándoles a probar nuevos sabores, texturas que no han salido en ningún otro producto.

Existen otros dos elementos sobre la venta de productos chatarra que consideramos importantes: el precio y el tiempo de preparación. Generalmente la población opta por comprar estos alimentos porque sacian en forma breve el hambre, además son accesibles y baratos por la cantidad de harina y grasa con que son preparados. Debido a esto, las empresas transnacionales han ido transformando las dietas y substituyendo los verdaderos alimentos por este tipo de preparados.

La celeridad de las actividades y el escaso tiempo para alimentarse lleva a disminuir las posibilidades de preparación de verdaderos alimentos nutritivos. La comida rápida y las actividades cada vez se realizan en forma súbita. Hoy en día no nos permitimos desperdiciar ni un minuto, si no es por alguna causa remunerable y elegir entre comer en 30 minutos o preparar una comida que pudiera tardar más de ese tiempo, con frecuencia nos lleva a elegir la comida rápida como la alternativa de alimentación.

Al considerar que, para tener una alimentación de alta calidad se tiene que comprar, lavar, desinfectar, cocinar, limpiar, regularmente se opta por el camino más rápido y corto. Esta situación afecta principalmente a la población infantil y juvenil, lo que tiene cierta relación con que las mujeres, que son más de un 80 por ciento de las veces preparan los alimentos, poco a poco están entrando al mundo del trabajo asalariado y eso les reduce el tiempo que tienen disponible para la preparación de alimentos. Además, cabe destacar que, en las escuelas de nivel básico, medio superior y superior, la venta de comida rápida es de una dimensión descomunal, aunque la actual presidenta ya ha dado órdenes para que este tipo de comida desaparezca de las escuelas de nivel básico y se prohíba su venta.

Una investigación realizada por Mi Escuela Saludable (2022) realza que en un día escolar se obtienen 1,711 residuos contaminantes, lo que está relacionado con que cada alumno se consume 550 calorías de comida chatarra durante la jornada escolar. Entre los productos más vendidos están las botanas dulces y saladas, galletas, lácteos con azúcar añadida y bebidas azucaradas, las envolturas de todos estos productos equivalen al 55% de los residuos. Además,

los ingredientes que contienen estos productos están asociados con la hiperactividad y déficit de atención, también todos estos aditivos presentes en la comida chatarra están relacionados con el desarrollo de la diabetes, hipertensión, hígado graso y obesidad.

La introducción de la comercialización de los alimentos procesados y productos ultra procesados empezó a incrementar desde la llegada del Tratado del Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), como menciona la Secretaría de Economía (2016):

“...este acuerdo posiciono a México como un socio comercial fundamental para Estados Unidos y Canadá, consolidando a nuestro país como una plataforma de exportación a los mercados mundiales.

Desde la entrada en vigor del TLCAN, el comercio entre México, Estados Unidos y Canadá se triplicó, sumando 996,569 millones de dólares en 2016; es decir casi 2 millones de dólares por minuto

Desde 1999 a 2016, los países del TLCAN han invertido en México 241,013 millones de dólares”.

En la presente investigación analizamos la relación entre el comercio de comida chatarra y las tendencias que tienen los consumidores por ingerirla. Se realizó un análisis del incremento, entre los años 2012-2018, del consumo de estos alimentos en la población poblana y de las razones por las que ha ido aumentando.

La tendencia creciente del consumo de comida chatarra se debe a varios factores que determinan la elección de las industrias encargadas de la venta de alimentos procesados y ultra procesados como una alternativa para la alimentación de una gran parte de la población. Aunado a esto, el gran margen de ganancias que se obtiene periodo a periodo incrementa el número de ventas y consumo. Además, la serie de políticas que tienen para la distribución y comercialización tienen una gran influencia en el consumidor y su conducta a su consumo.

La institución Alianza por la Salud Alimentaria (2021) menciona que *“En México se consumen 214 kilos de alimentos ultra procesados per cápita cada año. Es el país con la mayor ingesta de estos productos en América Latina...”*; es decir que en los últimos diez años México se encuentra dentro de los países con más compra y venta de comida chatarra, lo cual ha dejado

en esta industria un margen de ganancias de más de 120 MMD. La preferencia por el consumo de estos alimentos en la población se debe a varias tendencias y en esta investigación identificaremos cuáles y por qué son los más elegibles.

La comida chatarra, alimentos procesados y ultra procesados se ha convertido en parte de los hábitos alimentarios de nuestra sociedad, ya sea desde un niño a un adulto. El exceso de consumo de estos alimentos trae consigo estragos a la salud del consumidor y, aun sabiendo esto, el consumo de estos alimentos sigue creciendo. Existen varios factores para preferirlos y uno de los principales es que son económicos y tienden a una preparación muy rápida. También se debe considerar la influencia de la mercadotecnia que ejercen las mismas empresas para atrapar al consumidor y hacerlo elegir sus productos como la primera opción entre tantos. Además, se encuentran aspectos socioculturales y la situación económica.

En un estudio realizado por Global Insight (2011) sobre los principales países consumidores de la industria de los alimentos procesados en 2012 se encontró a México en el ranking número nueve con un consumo de 125 MMD, ubicado por debajo de Italia con 146 MMD, pero arriba de Reino Unido con tan solo 122 MMD, el crecimiento entre el periodo 2011-2012 fue del 2.5% y su participación fue del 2.7%.

La Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) (2017) con respecto al tercer trimestre de 2017, posiciona al estado de Puebla como uno de los diez estados del país en los que se preparan más comida rápida o procesada, como son: los tacos, las tortas, las pizzas, las hamburguesas, entre otros productos.

El autor de Sal, Azúcar y Grasa, Michael Moss (2013), menciona que el azúcar (el ingrediente más poderoso, llamado punto de la felicidad), la sal (explosión del sabor) y la grasa (sensación de felicidad) son los principales componentes de los productos de la comida chatarra, la mayoría de estos son productos de adicción.

En el primer capítulo Comida Chatarra: Alimentos Procesados y Ultra Procesados se realiza una investigación respecto a las bases teóricas de la comida chatarra, el comienzo de la distribución de este producto, los principales motivos de la aparición de este tipo de alimentos, su surgimiento y el cómo hacer una comida rápida y económica, dónde y cómo dio comienzo a la venta estos productos en el mercado y el por qué. Al mismo tiempo hablamos de las

principales comidas y sus apariciones o creaciones en la historia hasta nuestros tiempos, por ejemplo, dónde o cómo surgió la venta rápida de las hamburguesas Mc Donald's, cómo nació el descubrimiento del helado, el sistema que se empleó para el consumo de estos productos, entre otros.

También se estudia la industrialización de los alimentos, los procedimientos básicos que se manejan en los productos hasta los procedimientos avanzados para manipularlos, se clasifico en cuatro grupos importantes tomados del sistema NOVA de clasificación de alimentos por parte de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) para una mayor explicación y comparación de estos procedimientos, pero en los que nos enfocamos fue en los dos últimos grupos, el penúltimo de Alimentos Procesados y el ultimo de Productos Ultra Procesados.

En el segundo capítulo, El Comercio de la Comida Chatarra por Empresas Multinacionales, se investiga todo lo referente al comercio y consumo dentro del país, uno de los puntos importantes de este capítulo fue la implementación del Tratado del Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), actualmente TMEC. Se analiza cómo debido a este convenio entre los diferentes países Canadá y Estados Unidos, incremento la importación alimentaria de diferentes productos ultra procesados dentro del territorio mexicano, haciendo de este uno de los principales países con mayor consumo de estos alimentos.

Al mismo tiempo hablamos de las principales empresas transnacionales que se encuentran en el mercado destacando tres para una comparación de su crecimiento y consumo, la primera empresa a evaluar fue Grupo Bimbo, la segunda empresa fue Coca-Cola FEMSA y la última a la empresa Nestlé, por considerar que son las más representativas en términos de ventas de este tipo de comida.

Marco Teórico:

La denominación comida chatarra define a los alimentos con un valor nutricional limitado, son todos aquellos que ofrecen una menor porción de proteínas, vitaminas o minerales, que en cambio sólo contienen una gran cantidad de calorías vacías que son las azúcares o las grasas.

La primera vez que se mencionó el término comida chatarra fue por el director del Centro para la Ciencia en el Interés Público, Michael Jacobson (1972):

“... todos aquellos alimentos, en su mayoría industriales y altamente procesados, caracterizados por un valor nutricional reducido y por una alta presencia de calorías, colesterol, grasas saturadas, azúcar blanca refinada, sal y harina blanca, así como aditivos, colorantes y conservadores químicos”.

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) le ha dado otro significado al término, el cual se apoyó en el sistema NOVA de clasificación de alimentos, mismo que no está basado en la cantidad de nutrientes, sino menciona la OPS (2015) que *“el sistema NOVA agrupa los alimentos según la naturaleza, la finalidad y el grado de procesamientos”*, los cuales se clasifican en cuatro grupos:

1. Alimentos sin procesar o mínimamente procesados.
2. Ingredientes culinarios procesados
3. Alimentos procesados
4. Productos ultra procesados

El director del Centro de Investigación en Nutrición y Salud del Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) Simón Barquera Cervera (2023) menciona que *“la mercadotecnia es parte del problema”*, ya que hace referencia al interés de vender estos productos ultra procesados o comida chatarra hacia la población mexicana es el interés económico, aunque tenga consecuencias en la salud de esta población (hipertensión, problemas vasculares, obesidad, diabetes, desnutrición, ansiedad, cáncer, entre otros).

La etimología de la palabra comercio proviene del latín *commercium* que se define como compra y venta de mercancía, también se deriva de la palabra *merx* y *mercis* que se entiende

como mercancía, por lo tanto la definición de comercio que se utiliza en el sector económico y se comprende como la actividad económica en la que se basa el intercambio de bienes y servicios entre diversas personas, grupos, países o naciones, pero en esta investigación la definición de comercio tiene otro significado por lo cual tomaremos la definición 5 de la Real Academia Española (RAE) en la que se refiere que “... *en algunas poblaciones, lugar en que, por abundar las tiendas, suele ser grande la concurrencia de gente*”, a lo que se refiere es al conjunto de comerciantes de un lugar o país, o al establecimiento de compra y venta de productos, lugares donde se encargan de exhibir mercancías para la venta al consumidor ya sea en establecimiento, tiendas o sitios en donde se realiza la comercialización.

Para toda nación el comercio es fundamental, el Banco Mundial (2012) menciona que “... *el comercio es un motor de crecimiento que se genera empleo, [...] y aumenta las oportunidades económicas, ayuda a sus países clientes a mejorar su acceso a los mercados de los países desarrollados y aumentar su participación en la economía mundial*”.

El creciente consumo de comida chatarra responde a una especie de imposición publicitaria, pero también se relaciona con bases del gusto social, a las prácticas de socialización y recordemos que el punto de vista sociocultural juega un papel importante en esta época, como menciona Berger y Luckman (2003) respecto a las interacciones sociales la humanidad como determinantes de los gustos, elecciones y preferencias. También se encuentra que uno de los aspectos del consumo de comida chatarra se debe al núcleo familiar perteneciente a una sociedad, su estilo de vida, nivel cultural, recursos económicos, entre otros.

La variedad que existe en el mercado de este tipo de alimentos es descomunal, tanto en sabores, colores, texturas y productos que se pueden encontrar con facilidad y además de esto le añadimos el precio accesible que tienen.

Sin embargo, también la publicidad juega un papel determinante en el incremento de consumo de este tipo de comida, las empresas transnacionales se encargan de distribuir y llegar a los lugares más recónditos de la población (Coca Cola).

Pregunta de Investigación:

¿Cuáles son las principales causas del consumo de comida chatarra en la población en Puebla?

Objetivo General:

Analizar cuáles son las principales tendencias de la compra y venta de comida chatarra por parte de los consumidores de Grupo Bimbo, Coca Cola, Femsa y Nestlé.

Objetivos particulares:

Conocer las tendencias del consumidor por consumo de comida chatarra.

Estudiar el papel de algunas empresas transnacionales y la venta de comida chatarra.

Ubicar cual es la principal comida chatarra que se consume en Puebla.

Metodología:

Búsqueda de la bibliografía a través de buscadores especializados en el tema, en Bibliotecas BUAP, Biblioteca en línea, Biblioteca UNAM.

Búsqueda de artículos de revistas en Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas, RIDE, Tiempo Económico Universidad Metropolitana, Universidad Autónoma de Chapingo.

Búsqueda de información especializada sobre definiciones de los ejes del tema.

Construcción de cuadros, gráficas y mapas estadísticos a partir de datos de DATA MÉXICO, Secretaría de Economía, INEGI.

Visualización de contenido multimedia como documentales en YouTube, en plataformas streaming Prime Video, Netflix y entre otras.

Lectura, análisis e interpretación de la información consultada en bibliografía especializada en el tema.

Guion tentativo

Capítulo 1 Comida Chatarra: Alimentos Procesados y Ultra Procesados	12
1.1 Base Teórica de la Comida Chatarra	13
1.2 Industrialización de los alimentos.....	15
1.2.1 Alimentos procesados	21
1.2.2 Productos ultra procesados.....	23
Capítulo 2 El comercio de la Comida Chatarra por empresas multinacionales	32
2.1 Comercio y consumo	32
2.1.1 Empresas y globalización en el comercio de Comida Chatarra.....	35
2.2 Principales empresas transnacionales en el mercado.....	37
2.2.1 Grupo Bimbo.....	37
2.2.2 Coca – Cola FEMSA.....	40
2.2.3 Nestlé.....	44

CAPÍTULO 1 COMIDA CHATARRA: ALIMENTOS PROCESADOS Y ULTRA PROCESADOS

El surgimiento de la definición de la comida chatarra, comida rápida o comida basura, es una denominación para los alimentos con valor nutricional limitado, son todos aquellos que contienen un alto nivel de grasas, sales, azúcares y colesterol, que no tienen ningún aporte de nutrientes necesarios para el organismo como minerales, fibras y vitaminas, también suele tratarse de alimentos fáciles de consumir, preparar y en ocasiones su precio bajo es un factor atractivo para la compra.

Los productos más comerciales que existen en el mercado son: productos de confitería, dulces o caramelos, chocolates, gaseosas o bebidas gasificadas con alto nivel en azúcares, alimentos con conservadores, aditivos o cocinados con exceso de aceite como las papas fritas, las hamburguesas, los hot dogs y las pizzas, entre otros, que alteran las funciones del organismo y provocan un sinfín de enfermedades.

Durante los años noventa, el desarrollo económico de México tuvo la ambición de expandir las cadenas estadounidenses de fast food (comida rápida), las cuales tuvieron un campo de cultivo propicio para el surgimiento de varias cadenas de comida rápida en nuestro país y debido a esto se ampliaron las ofertas alimenticias en las ciudades más grandes.

Las empresas que fabrican estos productos crecieron debido a la estandarización de procesos, la homogenización de sus productos en todos los establecimientos y las protocolarias normas de higiene (no siempre confiable) hicieron que la población en México tuviera la certeza de consumir cualquier bocadillo de comida rápida que tendría la misma calidad y valor nutricional que alimentos sin procesar o mínimamente procesados.

En los años noventa se demostró que los alimentos de comida rápida mexicana, es decir, los tacos, las tortas o el pollo rostizado, eran los platillos preferidos por sectores de la población, principalmente por las mujeres ya que a su incorporación al trabajo asalariado les impedía hacer comida casera por el tiempo de preparación que se fue reduciendo, estos alimentos se han ido cambiando en un porcentaje elevado ya que el precio de la comida chatarra es más bajo y accesible.

1.1 Base Teórica De La Comida Chatarra

La primera vez que se mencionó el término comida chatarra fue por el director del Centro para la Ciencia en el Interés Público, Michael Jacobson (1972) menciona que son “*todos aquellos alimentos, en su mayoría industriales y altamente procesados, caracterizados por un valor nutricional reducido y por una alta presencia de calorías, colesterol, grasas saturadas, azúcar blanca refinada, sal y harina blanca, así como aditivos, colorantes y conservantes químicos*”, todos aquellos alimentos que no aportan algo positivo a nuestro organismo.

Los inicios de la preparación de la comida chatarra fueron producidos por empresas transnacionales de los EUA (Estados Unidos de América), a principios del siglo XIX la comida era preparada mayormente en los hogares, se elaboraban a base de ingredientes mínimamente procesados, cultivados localmente y cosechados estacionalmente, aunque aclaremos que no por esto las dietas de las personas eran saludables o variadas, pero tampoco existían alimentos con calorías vacías que saciaran el hambre.

El autor de *Fast Food and Junk Food: an Encyclopedia of What We Love to Eat* (2012) Andrew F. Smith atribuye a la industrialización de los molinos harineros en la década de 1820 el lanzamiento de la era de la comida chatarra, las innovaciones en la tecnología de molienda y las mejoras en el transporte trajeron harina blanca barata a las masas y por ende a las mesas de los consumidores. Ya que hoy en día la harina blanca es la base de los panes de las hamburguesas, las medias noches, las pizzas, las galletas, los pasteles de bocadillos, etc.

Durante la Guerra Civil Estadounidense de 1860, el incremento de compra y venta de productos enlatados y de fácil preparación y consumo, empezó a ser soluciones rápidas para la alimentación de las tropas ya que eran raciones producidas en masa y de fácil acceso. Este tipo de alimentos fue tomado por los vendedores de comida que iniciaron con la venta en carritos estacionarios fuera de las fábricas ofreciendo así las primeras comidas rápidas a los trabajadores como sucedió con la multilateral Mc Donalds.

La primera comida chatarra estadounidense registrada fue Cracker Jack por los hermanos Frederick y Louis Rueckheim en la feria de Chicago en 1893, una mezcla de palomitas saladas y dulces bañadas con maní y melaza, la receta no era una gran novedad pero el uso del marketing fue quien los llevo a la fama con su eslogan - ¡un premio en una caja!- y al mismo tiempo el

diseño del empaque con un sello de marca registrada, a pesar de haber pasado más de 20 años en 1916 Cracker Jack seguía siendo el bocadillo más vendido en el mundo.

En cuanto a las bebidas no se dejaban de lado ya que, en el siglo XVII en Europa se inventó un brebaje con agua carbonatada en donde se mezcló por primera vez con jugo de limón y miel para obtener una bebida dulce y burbujeante, mientras en EUA, empezaba las empresas de Coca-Cola y PepsiCo, aunque estas empresas no empezaron vendiendo los refrescos que conocemos hoy en día, sino que comenzaron a vender jarabes en mostradores de farmacias en los años de 1880 a cambio de venderse como un medicamento se comercializaron como un elixir refrescante y saludable para ayudar a la digestión, problemas respiratorios o tos.

Otro alimento vendido mundialmente son las paletas heladas o paletas de hielo, quien a su descubrimiento se le atribuye al señor Frank W. Epperson en 1905, cuenta la historia que cuando el señor Frank era un niño decidió ir a jugar afuera de su casa a temperaturas bajas, sacando con él una bebida que en sus tiempos era famosa, un vaso con soda, después de un rato de estar afuera decidió entrar a su hogar dejando la bebida, después de unas horas cuando se percató que no llevaba con él su bebida decidió ir a buscarla, cuando la encontró se dio cuenta que estaba congelada descubriendo así los primeros polos de hielo, a sus 29 años decidió patentar su invento el cual lo llamó Epsicle.

El inicio del comercio de venta y compra de comida chatarra empezó en 1940 con la apertura del primer restaurante de los hermanos McDonald: Richard (Dick) y Maurice (Mac), su sistema de drive-in que se comprende por el servicio de venta de comida sin salir del automóvil, la rapidez del servicio y la accesibilidad de los precios tal fue el gran éxito de este sistema que hizo que tuviera más aperturas de locales en otros estados del país de EUA creando lo que hoy conocemos como fast food.

Con la aparición de este sistema y el auge de la cultura del automóvil y la suburbanización² de las ciudades estadounidense en la década de 1950, era una gran novedad conveniente el poder pedir una hamburguesas y papas fritas en el drive-thru (autoservicio) ya que esta se convirtió en una institución estadounidense.

² El termino *suburbanización* describe el proceso de desplazamiento de la expansión de las zonas urbanas hacia terrenos de la periferia que antes eran rurales o no estaban urbanizados, así como el crecimiento de comunidades suburbanas afuera del centro de la ciudad.

1.2 Industrialización de los alimentos

La industria alimentaria consiste en la elaboración de alimentos para el consumo humano y animal a través de los diferentes procesos de industrialización que conlleva fabricar un producto en condiciones para su venta y consumo final. Los procesos que incluye esta industria son: recepción de alimentos, almacenamiento, procesamiento, conservación y servicio.

De igual manera la industria de alimentos se comprende por los subsectores de molienda de granos y semillas, obtención de aceites y grasas, confitería con y sin cascara, conservación de frutas, verduras y alimentos preparados, productos lácteos, procesamiento de carne de ganado y aves, preparación y envasado de pescado y mariscos, panadería y tortillas principalmente.

El objetivo de la industria alimentaria es proporcionar alimentos y bebidas en condiciones idóneas para ser ingeridas por los humanos y animales, satisfaciendo así la demanda nutricional por parte de la población humana y animal.

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) ha sustentado la comida chatarra en el sistema NOVA de clasificación de alimentos, el cual no está basado en la calidad de nutrientes. La OPS (2015) menciona que “... *el sistema NOVA agrupa los alimentos según la naturaleza, la finalidad y el grado de procesamiento*” y se clasifica en cuatro grupos:

1. Alimentos sin procesar o mínimamente procesados
2. Ingredientes culinarios procesados
3. Alimentos procesados
4. Productos ultra procesados

Alimentos sin procesar o mínimamente procesados:

Son todos aquellos alimentos naturales obtenidos directamente de plantas o de animales sin que hayan sufrido alguna alteración tras obtenerlos de la naturaleza. Los alimentos mínimamente procesados son alimentos naturales que se han sometido a un proceso de limpieza, como la sustracción de partes no comestible, la molienda, el secado, la fermentación, refrigeración, congelación o procesos similares sin afectar su consistencia o no añadiendo productos para que dure más su vida o ingredientes para intensificar su sabor como sal, azúcar, aceites, grasas. Los alimentos de esta categoría se dividen por grupos:

- Los cereales que son la principal fuente de energía que necesita el organismo para realizar o hacer las actividades, son fuente de fibra, vitaminas, minerales e hidratos de carbono que entre ellos se encuentra el maíz, el sorgo, el mijo, el trigo, el arroz, la cebada, la avena, la quinoa.
- Las leguminosas son plantas de las que se cosechan las legumbres, frutos formados por unas vainas que en su interior contiene una semilla que se consume seca como, por ejemplo: la alfalfa, el chícharo, el frijol, la alubia, el garbanzo, las habas, el ejote, las lentejas, la soya, etc.
- Las oleaginosas son plantas que aportan semillas o frutos que contienen aceites y grasas importantes para el ser humano, son fuentes de energía de vitaminas y minerales que ayudan a prevenir enfermedades, entre ellos encontramos el pistache, las nueces, las avellanas, las pepitas, las almendras, las semillas de girasol, la soya, la canola, entre otras.
- Las verduras, las hortalizas, los tubérculos y los vegetales son la principal fuente de fibra y carotenoides (antioxidantes), vitamina C y de folatos (ácido fólico), existen una gran variedad de este grupo de alimentos como: la lechuga, las acelgas, las espinacas, el apio, las zanahorias, las cebollas, las berenjenas, los calabacines, los rábanos, etc.
- Las frutas son el producto comestible que se obtiene de plantas y árboles y su principal característica es que tiende a tener un sabor dulce, contiene vitaminas, minerales, antioxidantes, potasio, minerales, al igual que las verduras y hortalizas también se encuentra una gran variedad. mango, sandía, melón, durazno, manzana, plátano, pera, granada, higo, guayaba, guanábana, entre muchas otras.

Los procesos mínimos como: limpiar, lavar, pasteurizar, descascarar, pelar, deshuesar, rebanar, descremas, esterilizar, entre otros, pueden alargar la vida de los alimentos, permitir su almacenamiento, ayudan a una mejor preparación y aumenta su calidad nutricional. Cualquier alimento que permanezca es este grupo, es una opción viable para la base de una alimentación saludable.

Tabla 1 INPP de alimentos sin procesar o mínimamente procesados en México 2000-2019 en por ciento

<i>Título/Año</i>	Cereales	Leguminosas	Oleaginosas	Verduras/ Vegetales/ Hortalizas/ Tubérculos	Fruta	Procesos Mínimos
2000	3.07	2.58	2.68	2.40	2.24	2.89
2001	3.18	2.71	3.13	2.61	2.35	2.93
2002	3.30	2.69	2.94	2.83	2.51	2.95
2003	3.38	2.66	2.90	3.02	2.72	3.19
2004	3.50	3.11	2.97	3.38	2.87	3.55
2005	3.52	3.36	3.12	3.75	3.18	3.70
2006	3.81	3.43	3.22	3.66	3.45	3.77
2007	4.35	3.59	3.55	3.75	3.75	3.90
2008	4.91	4.13	4.26	4.18	3.97	4.37
2009	5.32	4.69	4.90	4.38	4.11	4.68
2010	5.17	4.56	4.92	4.89	4.67	4.69
2011	5.86	5.51	5.86	4.55	5.50	4.96
2012	6.26	6.55	6.34	5.15	5.82	5.58
2013	6.28	6.32	6.10	6.25	6.01	6.04
2014	5.81	5.79	5.80	6.10	6.48	6.48
2015	5.86	6.20	6.33	6.90	6.73	6.60
2016	6.24	7.17	7.19	7.38	7.76	6.81
2017	6.50	8.21	7.53	7.75	8.47	7.36
2018	6.73	8.38	8.12	8.28	8.51	7.71
2019	6.95	8.37	8.16	8.81	8.90	7.84

Fuente: elaboración propia a base de datos del INEGI.

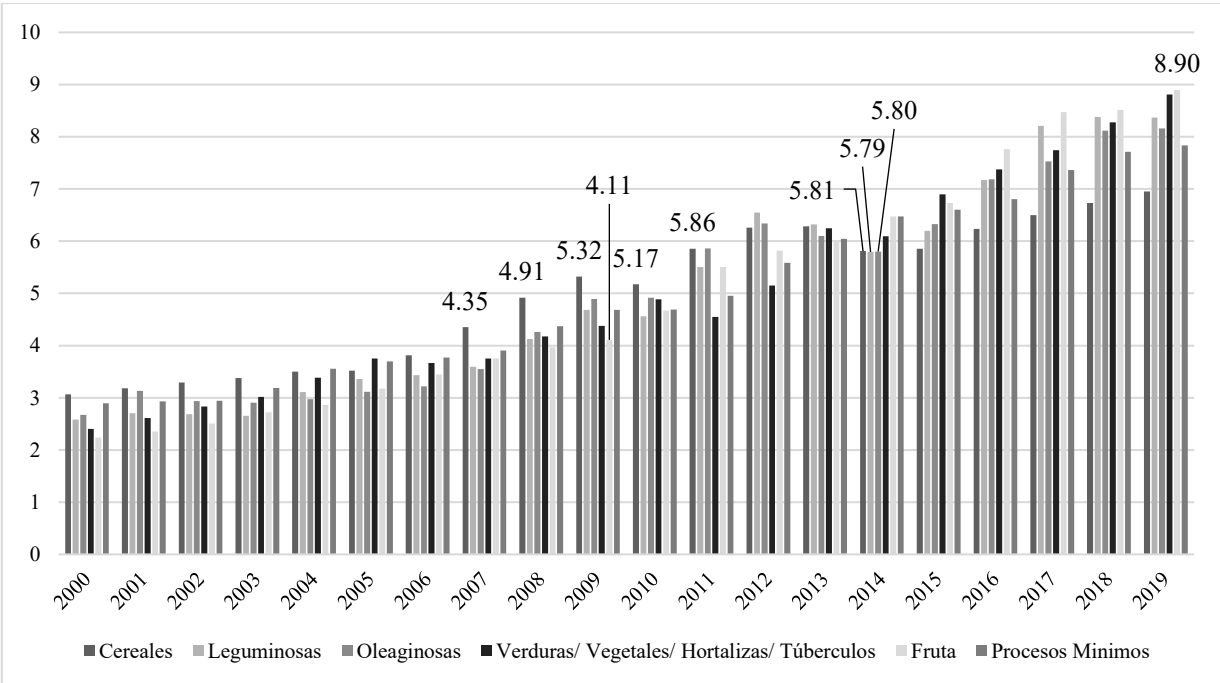
inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

La Tabla 1 ha sido elaborada agrupando las columnas relacionadas con cereales (trigo, maíz, maíz forrajero y otros forrajes, cebada grano, sorgo forrajero, avena forrajera, malta y cereales en hojuela), leguminosas (frijoles, garbanzos, sorgo y otros cultivos de leguminosas y cereales, alfalfa), oleaginosas (soya y otras oleaginosas, nuez, cacahuate y otros cultivos),

verduras/ vegetales/ hortalizas/ tubérculos (jitomate, chiles frescos, cebolla, tomate verde, papa, calabacita, zanahoria, elote, lechuga y col, nopales, espárragos, brócoli, otros cultivos de hortalizas), frutas (melón, sandía, pepino, naranja, limón, café, plátanos, mango, aguacate, uva, manzana, copra , durazno, fresa, guayaba, papaya, piña, tuna, zarzamora, otros cultivos frutales, cítricos y no cítricos, caña de azúcar), procesos mínimos (productos de origen animal, carne roja/ ave y mariscos) para una mejor observación en porcentaje de los años 2000-2019 en México y los comportamientos que han tenido.

En la gráfica 1 se observa el comportamiento de las distintas categorías, vemos que los cereales tienden a un crecimiento entre los años de 2007 con un 4.35, 2008 con 4.91, 2009 con un 5.32, 2010 con 5.17 y 2011 con un 5.86 por ciento, siendo este grupo como el principal consumo. Mientras tanto en el año 2014 observamos que cereales, leguminosas y oleaginosas estaban casi a la par con 5.81, 5.79 y 5.8 por ciento, respectivamente, en el grupo de frutas vemos que en el año 2009 fue la categoría menos consumida con un 4.11 por ciento, pero en el año 2019 se observa que los grupos de verduras y frutas tienden a estar al alza, con un 8.9 por ciento.

Gráfica 1 INPP de Alimentos sin procesar o mínimamente procesados en México 2000-2019 en por ciento



Fuente: elaboración propia a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

Ingredientes culinarios procesados

Ingredientes culinarios: son productos extraídos de alimentos naturales o de la naturaleza por procesos como prensado, trituración, pulverización y refinado. Se usan en las cocinas de los hogares, en cafeterías y restaurantes para condimentar y cocinar alimentos, al igual que en preparaciones culinarias variadas y con sabor agradable, incluyendo caldos y sopas, ensaladas, tortas, panes, galletas, dulces y conserva.

Entre estos productos encontramos: aceites de soya, de maíz, de girasol o de oliva, mantequilla, manteca de coco, azúcar de mesa blanco o morena, sal de cocina refinada o gruesa, la importancia nutricional de estos ingredientes culinarios no debe ser evaluada de forma aislada, sino en combinación con los alimentos.

Tabla 2 INPP de ingredientes culinarios procesados en México 2000-2019 en por ciento

<i>Título/Año</i>	Harina	Fécula	Manteca	Aceites	Pasta	Azúcar	Chocolate	Frutas y verduras congeladas
2000	1.60%	3.12%	2.46%	1.49%	0%	3.02%	2.49%	0%
2001	1.63%	3.31%	2.46%	1.42%	0%	3.13%	2.60%	0%
2002	1.77%	3.42%	2.46%	1.50%	0%	3.34%	2.85%	0%
2003	1.99%	3.61%	2.52%	1.70%	0%	3.70%	3.14%	0%
2004	3.24%	3.89%	3.28%	2.01%	0%	3.92%	3.43%	0%
2005	3.36%	4.00%	3.32%	2.06%	0%	3.82%	3.62%	0%
2006	3.46%	4.15%	3.32%	2.07%	0%	4.42%	3.65%	0%
2007	4.03%	4.55%	3.37%	2.26%	0%	4.13%	3.93%	0%
2008	5.02%	4.78%	4.83%	3.72%	0%	3.51%	4.06%	0%
2009	5.29%	5.13%	4.98%	3.53%	0%	5.13%	4.23%	0%
2010	5.39%	5.12%	5.09%	3.44%	0%	6.67%	4.81%	0%
2011	5.85%	5.44%	6.27%	3.92%	0%	7.07%	5.35%	0%
2012	6.57%	5.81%	6.50%	7.11%	6.87%	6.44%	5.77%	6.43%
2013	6.72%	6.15%	6.64%	8.80%	11.42%	4.39%	5.96%	11.02%
2014	6.82%	6.16%	6.59%	8.54%	12.02%	4.37%	6.12%	11.26%
2015	6.87%	6.16%	6.40%	8.41%	12.81%	4.92%	6.63%	12.45%

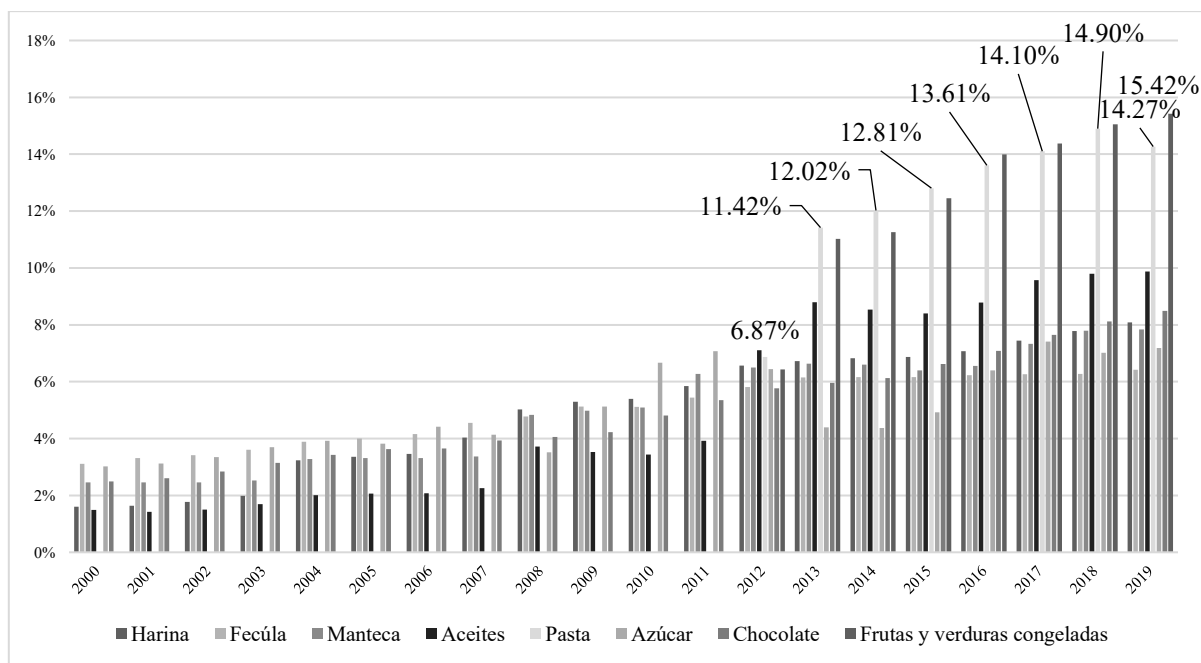
2016	7.07%	6.23%	6.56%	8.79%	13.61%	6.39%	7.09%	13.99%
2017	7.45%	6.26%	7.34%	9.58%	14.10%	7.41%	7.65%	14.38%
2018	7.78%	6.28%	7.80%	9.80%	14.90%	7.02%	8.12%	15.05%
2019	8.09%	6.42%	7.83%	9.87%	14.27%	7.18%	8.49%	15.42%

Fuente: elaboración propia a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

En la tabla dos se agruparon los alimentos por: harina (harina de trigo, harina de maíz, harina de soya y otras harinas similares), fécula (almidones), manteca (vegetal), aceites (mezcla de aceites vegetales refinados y aceites vegetales comestibles y margarina), frutas y verduras congeladas, aunque en este grupo no se tenga datos entre los años del 2000 al 2012 sino que se integraron en los años del 2013 al 2019.

Gráfica 2 INPP ingredientes culinarios procesados en México 2000-2019 en por ciento



Fuente: elaboración propia a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

En la gráfica dos se observa que el grupo de pasta tiene un crecimiento ascendente en el año 2013 con un 11.42 por ciento, ya que en su respectivo año anterior solo llegó con un 6.87% por ciento, mientras que en los siguientes años 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018 siguió creciente

por un por ciento más, en el grupo de frutas y verduras congeladas aunque no se tenga registros en los primeros años vemos que en los últimos tuvo un crecimiento más alto que el de las pastas superándolo en el año 2019 con un 15 por ciento, los otros grupos como harina, fécula, manteca, aceites, azúcar, chocolate, iban aumentando pero no con gran diferencia como los grupos anteriores.

1.2.1 Alimentos procesados

Los alimentos procesados son fabricados por las industrias añadiendo sal, azúcar u otra sustancia de uso culinario a alimentos naturales con el fin de hacerlos durables y más agradables al paladar. Son productos derivados directamente de alimentos y se reconocen como versiones de los alimentos originales. Suelen consumirse como parte o acompañamiento de preparaciones culinarias hechas a partir de alimentos mínimamente procesados, aunque, solos o combinados con otros alimentos procesados o productos ultra procesados, pueden consumirse en lugar de comidas basadas en preparación culinaria.

Los productos procesados generalmente conservan la identidad básica y la mayoría de los componentes del alimento original, pero los métodos de procesamiento usados hacen que sean desbalanceados nutricionalmente, debido a la adicción de aceite, azúcar o sal. Algunos ejemplos son las conservas en salmuera (sal y vinagre) de zanahoria, pepino, guisantes, cebolla o coliflor, concentrados de tomate (con sal y/o azúcar), frutas en almíbar y frutas cristalizadas; carne seca, sardina y atún enlatado; queso; y panes hechos de harina de trigo, levadura, agua y sal.

En la tabla tres se agruparon los productos por: envasado (frijol, lentejas y similares envasados, jugos y néctares envasados, chiles procesados, otras conservas de frutas, sopas y guisos envasados), condimentos/aderezos (pure de tomate, concentrados para caldos y sopas, mayonesa, sal, otros condimentos y otros aderezos), productos lácteos procesados (leche pasteurizada, leche en polvo y maternizada, leche evaporada y condensada, crema de leche, yogurt, otros productos lácteos), queso procesado (queso Oaxaca o asadero, queso fresco, queso chihuahua o manchego, queso amarillo, otros quesos), carne roja/ave procesada (carne de bovino en canal, carne de porcino en canal, carne de ave en canal, viseras y cueros, carne de res, carne de ave, carne y manteca de cerdo, carnes ahumadas, secas o enchiladas, tocino), embutido

(jamón, salchichas, chorizo, otros embutidos) y productos derivados de pescado y mariscos procesados (productos derivados de pescado y marisco, atún y sardina en lata y otros pescados y mariscos).

Tabla 3 INPP de alimentos procesados en México 2000-2019 en por ciento

<i>Título/Año</i>	Envasados	Condimentos/ Aderezos	Productos Lácteos Procesados	Quesos Procesados	Carne roja/ave Procesada	Embutidos	Productos Derivados de Pescados y Mariscos Procesados
2000	2.33%	3.17%	3.33%	3.48%	2.98%	3.19%	3.13%
2001	2.41%	3.27%	3.44%	3.53%	3.14%	3.34%	3.07%
2002	2.47%	3.35%	3.53%	3.51%	3.10%	3.34%	3.18%
2003	2.70%	3.49%	3.55%	3.59%	3.13%	3.37%	3.17%
2004	3.52%	3.72%	3.65%	3.87%	3.53%	3.60%	3.48%
2005	3.82%	3.86%	3.80%	3.98%	3.76%	3.70%	3.85%
2006	3.91%	3.96%	3.92%	4.02%	3.71%	3.79%	4.00%
2007	4.03%	4.08%	4.28%	4.27%	3.84%	4.05%	4.05%
2008	4.30%	4.39%	4.65%	4.71%	4.09%	4.35%	4.32%
2009	4.76%	4.75%	4.78%	4.87%	4.44%	5.06%	4.67%
2010	4.88%	4.96%	4.93%	4.96%	4.58%	5.06%	4.82%
2011	4.93%	5.18%	5.21%	5.14%	4.87%	5.17%	5.00%
2012	5.95%	5.48%	5.46%	5.40%	5.48%	5.48%	5.24%
2013	6.54%	5.72%	5.70%	5.66%	5.86%	5.64%	5.76%
2014	6.53%	5.96%	5.91%	5.85%	6.36%	5.90%	6.04%
2015	6.64%	6.15%	6.17%	6.01%	6.74%	6.30%	6.41%
2016	6.98%	6.52%	6.33%	6.18%	6.99%	6.72%	6.89%
2017	7.47%	6.89%	6.74%	6.61%	7.39%	7.01%	7.29%
2018	7.84%	7.34%	7.08%	6.98%	7.80%	7.28%	7.72%
2019	7.99%	7.77%	7.55%	7.38%	8.22%	7.64%	7.91%

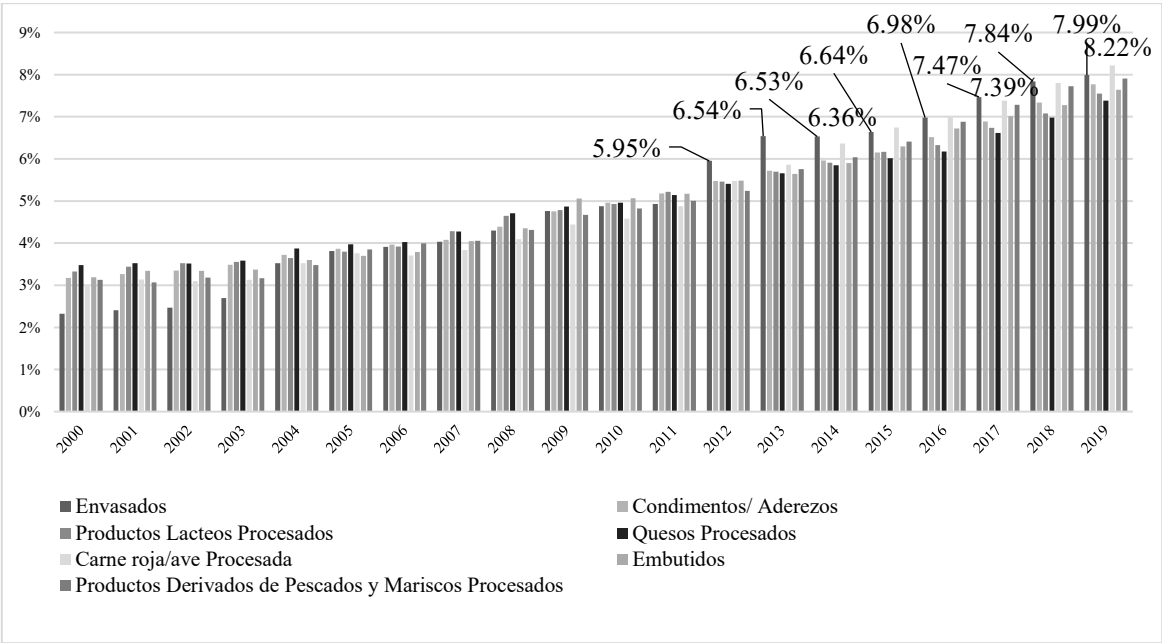
Fuente: elaboración propia a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

En la gráfica tres podemos observar que se tiene un crecimiento positivo a la derecha del grupo envasados principalmente en el año 2012 con un 5.95, en el año 2017 con el 6.36 y en el año 2018 con el 7.84 por ciento, respectivamente y, mientras tanto en el grupo de productos de carne roja/ave procesada se encuentra como el segundo grupo más destacado en el año 2014

teniendo un porcentaje del 6.36, en el año 2015 con un 7.39 y el último año del 2019 con 8.22, los demás grupos tienen similitud en su crecimiento.

Gráfica 3 INPP alimentos procesados en México 2000-2019 en por ciento



Fuente: elaboración propia a base de datos del INEGI.
inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

1.2.2 Productos ultra procesados

Antes de empezar hay que recalcar que los alimentos ultra procesados no existen, sino que son productos, que son comestibles preparados industrialmente y elaborados a partir de sustancias e ingredientes derivados de otros alimentos.

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) 2019 define que “*los productos ultra procesados son formulaciones industriales principalmente a base de sustancias extraídas o derivadas de alimentos además de aditivos y cosméticos que dan color, sabor o textura para intentar imitar a los alimentos*”, quiere decir que no son productos naturales y modificados, sino que se preparan a base de formulaciones industriales para asimilar la consistencia, sabor e imagen de los alimentos.

Entre estos productos encontramos a las galletas de paquete, helados, caramelos y golosinas en general, cereales azucarados para el desayuno, tortas y mezclas para productos a base de harina procesada, panes de molde, panes para hamburguesas o perros calientes, panes dulces y productos panificados cuyo ingrediente incluyen sustancias como grasa vegetal hidrogenada, azúcar, almidón, suero de leche, emulsionantes y otros aditivos, barras de cereal, sopas, fideos instantáneos y condimentos preparados, salsas, paquetes de papas, gaseosas, jugos, néctares y refrescos industrializados, yogures y bebidas lácteas azucaradas y aromatizadas, bebidas energizantes, productos congelados y listos para calentar, como platos de pastas, pizzas, hamburguesas y extractos de carne de pollo o pescado apanados tipo Nuggets, salchichas y otros embutidos.

El objetivo del ultra procesamiento es elaborar productos durables, altamente apetecibles, y lucrativos, también que están diseñados para ser consumidos como “snacks” y bebidas, por si solos o en combinaciones con otros productos ultra procesados.

La mayoría de los ingredientes de los productos ultra procesados son aditivos, que incluyen entre otros, conservantes, estabilizantes, emulsiones, disolventes, aglutinantes, aumentadores de volumen, edulcorantes, resaltadores sensoriales, sabores y colores. El aumentador de volumen puede ser aire o agua.

Actualmente, la mayoría de los productos ultra procesados son resultados de una tecnología sofisticada. Estas tecnologías industriales incluyen procesos de hidrogenación, hidrolisis, extrusión, moldeado y remodelado, que son diseñadas para hacer que los ingredientes parezcan alimentos.

Principalmente los alimentos que se encuentran en el grupo procesados y ultra procesados contienen sustancias que se vuelven parte de un producto alimenticio cuando se agrega a este durante procesamiento o producción. Los aditivos alimentarios directos a menudo se agregan durante el procesamiento por las diversas razones;

- Están en desequilibrio nutricional,
- Tienen a una alta densidad energética,
- Pueden crear hábitos de consumo y adicción,
- Su consumo es fácil,

- Se promueve y se ofrece por mecanismos engañosos, pretendiendo imitar a los alimentos naturales o platos tradicionales,
- El implemento de aditivos que asemejan aromas, sabores y colores
- Crean una falsa impresión de ser saludables, mediante la adición de vitaminas sintéticas, minerales y otros compuestos
- La mayoría de estos productos son altamente rentable porque son producidos por empresas trasnacionales y otras grandes corporaciones que operan economías de escala, comprando o manufacturando a precios bajos lo ingredientes de su composición
- Las apreciables ganancias obtenidas son participialmente invertidas en propaganda y mercadeo con el objetico de tomar estos productos más atractivos y hasta glamorosos, especialmente para los consumidores vulnerables, como los niños y los jóvenes.

Las principales funciones que cumplen los aditivos alimentarios son:

1. Dar textura
2. Mejoran o conservan el valor nutricional
3. Conservan la salubridad de los alimentos
4. Controlan el equilibrio acido básico de alimentos
5. Suministran color y mejoran el sabor

La Administración de Alimentos y Medicamentos (Food and Drug Administration FDA) de los EUA tiene una lista de aditivos para alimentos que se consideran seguros. Muchos de ellos no han sido sometidos a ninguna prueba, pero la mayoría de los científicos los consideran seguros, ejemplo de productos de esta lista son: la goma agar, el azúcar, la sal y el vinagre.

Es posible que algunas sustancias que se consideran dañinas para las personas y los animales sean admitidas solo a nivel de una centésima parte de las cantidades que se considera peligrosa. Para su propia protección, las personas son alergias o intolerancias a algún tipo de alimentos deben revisar siempre la lista de ingredientes en la etiqueta.

Las reacciones a algún aditivo pueden ser leves o graves. Por ejemplo, algunas personas han empeorado su asma después de comer alimentos o bebidas que contienen sulfitos o les provoca sequedad en la mucosa de la boca y tos.

En el último grupo de productos ultra procesados se realizó una tabla en por ciento agrupando los siguientes elementos para una mejor comprensión; frituras y golosinas (caramelos, bombones y confituras, botanas frituras y similares), helados y paletas, pan y galletas (pan blanco empaquetado, pan dulce y pastelillos empaquetados, pan blanco o granel, galletas dulces y galletas saladas), pasta procesada (pasta para sopa), café procesado (café oro y café soluble y otros productos de café) y concentrados de bebidas/refrescos (concentrados para refrescos, otros concentrados, refrescos envasados y otras bebidas energéticas o jugos con sabor a frutas).

Tabla 4 INPP de productos ultra procesados en México 2000-2019 en por ciento

<i>Título/Año</i>	Frituras y Golosinas	Helados y Paletas	Pan y Galletas	Pastas Procesadas	Café Procesado	Concentrados de Bebidas/ Refrescos
2000	2.97%	3.15%	2.78%	3.02%	2.86%	2.55%
2001	3.10%	3.36%	2.90%	3.15%	2.61%	2.62%
2002	3.24%	3.53%	3.08%	3.26%	2.63%	2.70%
2003	3.35%	3.73%	3.32%	3.32%	2.77%	2.76%
2004	3.53%	3.91%	3.55%	3.52%	3.18%	2.82%
2005	3.61%	3.96%	3.64%	3.73%	4.00%	2.84%
2006	3.82%	4.04%	3.79%	3.78%	4.11%	2.94%
2007	4.07%	4.22%	4.13%	3.99%	4.25%	3.03%
2008	4.41%	4.41%	4.67%	4.45%	4.63%	3.13%
2009	4.75%	4.68%	4.96%	4.91%	5.13%	3.22%
2010	4.92%	4.95%	5.09%	5.04%	5.96%	3.37%
2011	5.15%	5.20%	5.35%	5.35%	7.63%	3.44%
2012	5.58%	5.46%	5.69%	5.78%	6.41%	5.75%
2013	5.73%	5.62%	6.00%	5.90%	5.53%	7.45%
2014	5.98%	5.76%	6.22%	5.95%	6.06%	7.63%
2015	6.24%	6.07%	6.32%	6.42%	6.13%	7.92%
2016	6.61%	6.28%	6.53%	6.74%	6.55%	8.33%
2017	7.19%	6.60%	6.93%	6.91%	6.61%	8.78%

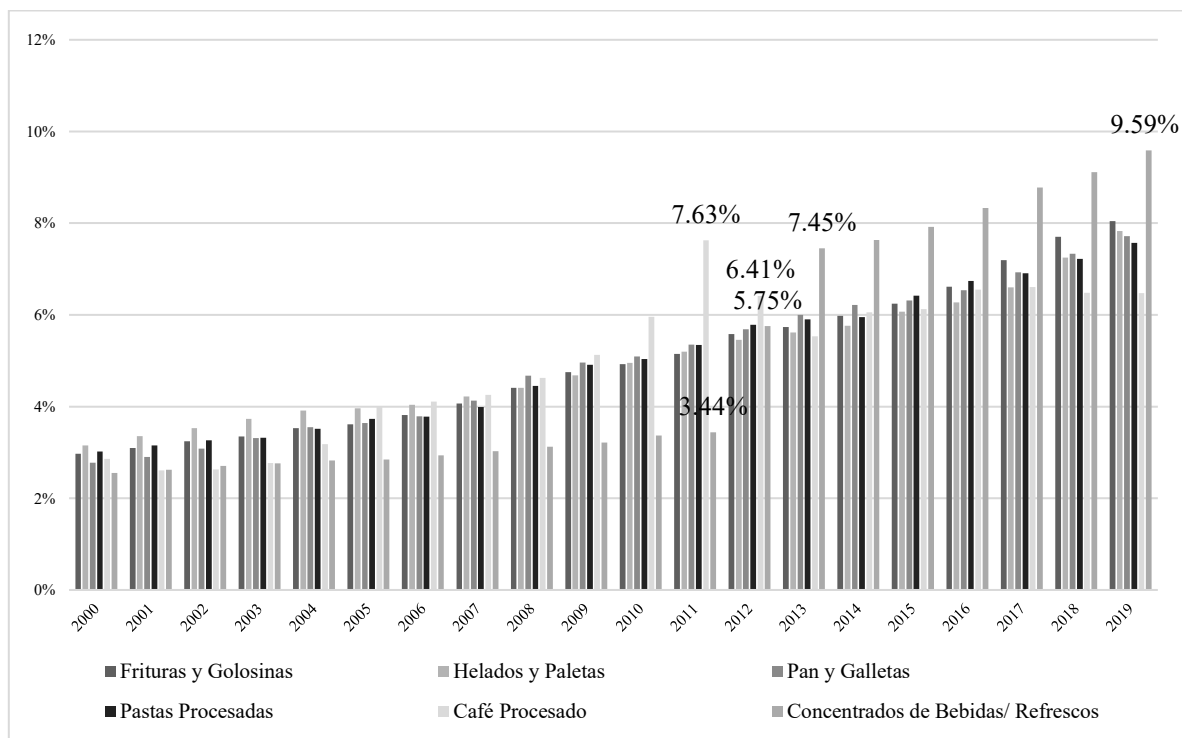
2018	7.70%	7.25%	7.33%	7.22%	6.48%	9.11%
2019	8.04%	7.83%	7.72%	7.57%	6.47%	9.59%

Fuente: elaboración propia a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

En el gráfico 4 observamos de manera creciente los seis grupos que se representan, aunque el grupo de café procesado tiene un alto nivel en el año 2011 con el 7.63 en el siguiente año fue decreciente llegando al 6.14 por ciento, ahora vean el comportamiento del grupo concentrados de bebidas/refrescos, aunque su participación no fue tan creciente durante los años 2000 al 2011, en el 2012 es cuando aumenta más de dos puntos siendo el 5.75 por ciento, de ahí en adelante su crecimiento es tan notable que va aumentando hasta sobrepasar a todos los grupos llegando en el último año a un valor de 9.59 por ciento.

Gráfica 4 INPP productos ultra procesados en México 2000.2019 en por ciento



Fuente: elaboración propia a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

A mitad del siglo XX hubo un crecimiento explosivo en la variedad, accesibilidad y ubicuidad de la comida chatarra y la comida rápida. Las innovaciones en la fabricación, el envasado, el transporte y la comercialización, especialmente dirigida a un público infantil, se convirtieron en un alimento disponible y barato, los bocadillos realizados con harinas procesadas y azúcares refinados fueron los principales productos de consumo.

La introducción de fabricación, producción y venta de comercio del cereal trigo en México inicia en el siglo pasado cuando la producción se vio interrumpida por las nuevas tecnologías para cosechar y procesar la harina de trigo, el historiador R. Fernández y Fernández en su libro Historia del Trigo en México (1934) hace referencia a la aparición del uso de las trilladoras.

“... las operaciones de trillar y aventar para separar la paja del grano y limpiar éste, se hacían con hombres y caballos, pero se han comenzado a usar varias fincas máquina para esto; y en la hacienda de La Mata, cerca de Lagos, se mueven máquinas por medio de una locomóvil de vapor: en otros lugares se usan motores hidráulicos o bien animados...” (pág. 51)

La aparición de estas nuevas trilladoras facilitaba el trabajo y producción del cereal, pero no todos los estados estaban de acuerdo con estas nuevas máquinas ya que algunos pensaban como Querétaro, San Luis Potosí, Sinaloa, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas que habría pérdida sobre el interés en el trabajo de este, mientras tanto en Puebla apenas empezaban a utilizar estas máquinas.

La producción se hizo relevante en el año de 1890 cuando en Sonora fue uno de los estados principales de exportadores de trigo a Inglaterra, es cuando México empezó a destacar en el comercio y producción y llegar a ser más sobresaliente la región norte del país que en la región del Centro.

Con relación a lo que menciona el autor Andrew. F. Smith sobre el crecimiento de venta del trigo y respecto a la molienda de molinos para obtener la harina de trigo, producto base con el que se crea varios alimentos procesados se investigó el INPP en México entre los años del 2000 al 2019 en porcentaje.

Tabla 5 INPP Cereal de trigo y harina de trigo en México 2000-2019 en por ciento

<i>Título/Año</i>	Trigo	Harinas de trigo
<i>2000</i>	2.71%	2.33%
<i>2001</i>	2.82%	2.43%
<i>2002</i>	2.95%	2.60%
<i>2003</i>	3.05%	2.90%
<i>2004</i>	3.41%	3.18%
<i>2005</i>	3.59%	3.25%
<i>2006</i>	3.77%	3.46%
<i>2007</i>	5.11%	4.22%
<i>2008</i>	6.10%	5.74%
<i>2009</i>	5.27%	5.55%
<i>2010</i>	4.81%	5.41%
<i>2011</i>	5.88%	5.91%
<i>2012</i>	6.19%	6.16%
<i>2013</i>	5.91%	6.37%
<i>2014</i>	5.77%	6.22%
<i>2015</i>	6.04%	6.32%
<i>2016</i>	6.29%	6.45%
<i>2017</i>	6.44%	6.84%
<i>2018</i>	6.85%	7.19%
<i>2019</i>	7.03%	7.48%

Fuente: elaboración propia a base de datos del INEGI.

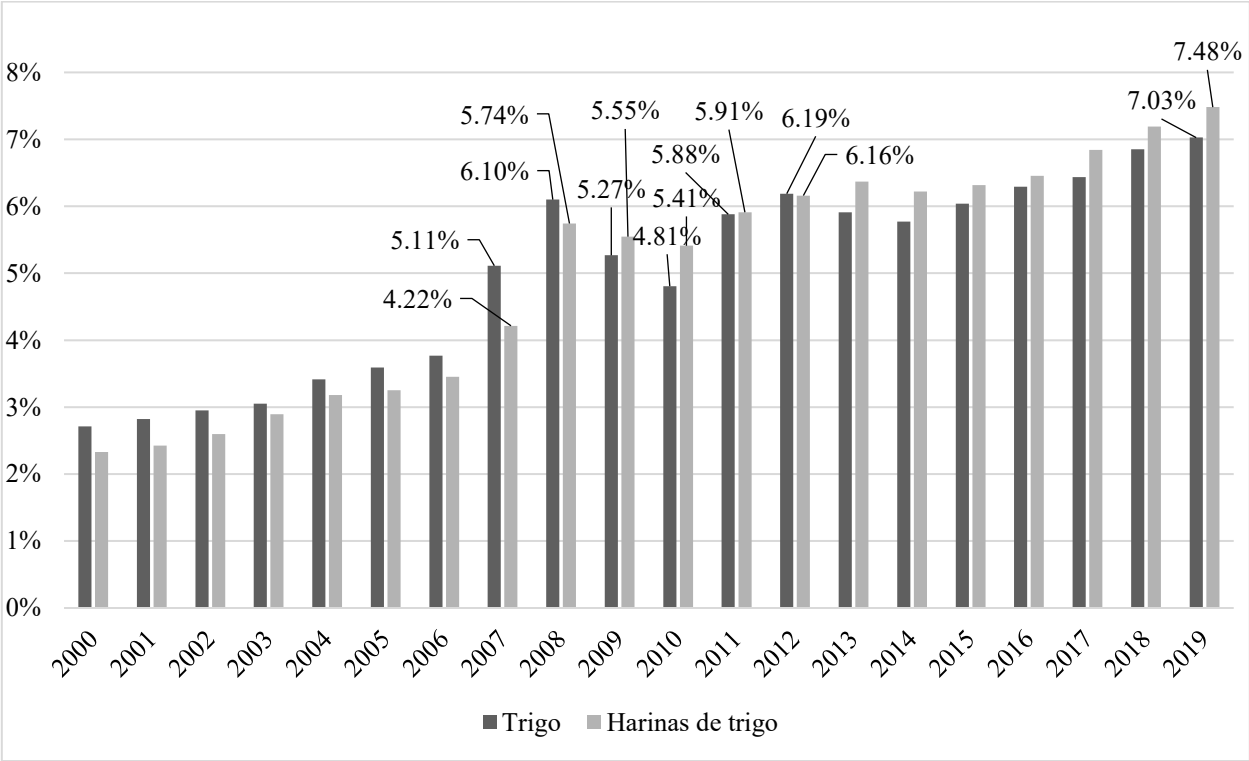
inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

La industria del trigo en México tiene un crecimiento en el sector de Actividad Manufacturera Integrante de la División 1 (productos alimenticios, bebidas y tabaco) y esta a su vez está conformada por tres subgrupos: harina de trigo, pan y pasteles, en la tabla cinco representa los indicadores anuales de las variaciones de precios en por ciento vendidos por productores del cereal de trigo y el producto harina de trigo.

La gráfica cinco representa el INPP de trigo y harina de trigo de los años 2000-2019 en por ciento, observamos que la variación porcentual es un crecimiento ascendente entre las dos columnas, en el año 2007 vemos que tiene un mayor porcentaje el trigo con un 5.11 mientras

que la harina representa el 4.22 por ciento, y en el siguiente año es el mismo patrón pero conforme pasa el tiempo el comportamiento es viceversa, el producto de harina va en crecimiento dejando el trigo no por mucho debajo, en el último año se observa que el trigo alcanza el 7.03 y la harina el 7.48 por ciento, respectivamente.

Gráfica 5 INPP del producto de trigo y harina de trigo México 2000-2019 en por ciento



Fuente: elaboración propia a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

En el cuadro uno la Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (ASERCA) en 1993 realizó una clasificación del cereal trigo por grupos con sus respectivos tipos y características según el gluten que contenga, separando los usos que se les da en las industrias y en las observaciones lo que pueden o no producir.

Cuadro 1 Grupo de trigo y sus usos de la harina

Grupo de Trigo	Tipo y características del gluten	Uso	Observaciones
<i>Grupo 1</i>	Fuerte y elástico	Industria mecanizada de la panificación y mejorador de trigos suaves.	Produce harina panificable
<i>Grupo 2</i>	Medio fuerte y elástico	Industria del pan hecho a mano o semi mecanizado mejorador de trigo suaves.	Produce harina panificable
<i>Grupo 3</i>	Suave y extensible	Industria galletera y elaboración de tortillas, buñuelos, etc.	No producen harina panificable por si solos, se necesita mezclar con trigos y medios fuertes
<i>Grupo 4</i>	Corto y tenaz	Industria pastelera y elaboración de donas y galletas.	No producen harinas panificables, solo usando en pequeñas proporciones requiere de trigos fuertes.
<i>Grupo 5</i>	Tenaz, corto y cristalino, con contenido de caroteno	Industria de pastas y macarrones	No es panificable

Fuente: ASERCA. 1993. "De nuestra cosecha", *Claridad Agropecuarias*, No. 1, septiembre, México

CAPÍTULO 2. EL COMERCIO DE LA COMIDA CHATARRA POR EMPRESAS MULTINACIONALES

Sabemos que la comida esta enraizada en lo más profundo de la identidad mexicana, la comida chatarra o alimentos prefabricados que rebosan grasa, azúcar, sal y componentes químicos, ha ido desplazando alimentos originarios de México, como los cereales, las legumbres o las verduras frescas, frutas, siendo así a la industria de alimentos procesados como la principal fuente de comida, además recordemos que México es el primero vendedor y consumidor en América Latina por estos productos.

El inicio del comercio de venta y compra de comida chatarra empezó en 1940 con la apertura del primer restaurante de los hermanos McDonald, su sistema de drive-in que se comprende por el servicio de venta de comida sin salir del automóvil, cual fue la principal característica de una estrategia de venta de este negocio sin olvidar también la rapidez del servicio y la accesibilidad de los precios, fue el éxito de este sistema que hizo que tuvieran más aperturas de locales en otros estados del país de EUA creando lo que hoy conocemos como fast food (comida rápida).

La industria de la producción de alimentos emplea a más de mil millones de personas, lo que se interpreta como un tercio de la fuerza laboral mundial.

Según Oxfam International (2016) *“las compañías de alimentos y bebidas más grandes e influyentes del mundo son tan grandes y poderosas que sus políticas pueden tener un gran impacto en los hábitos alimenticios y las condiciones de trabajo de consumidores y trabajadores de todo el mundo, [...]”*, también menciona la Oxfam las principales compañías que lideran el mercado de la distribución de alimentos procesados y ultra procesados en el mundo son: Nestlé (Suiza), PepsiCo (EUA), Unilever (EUA), Coca-Cola (EUA), Mars (EUA), Mondelez (EUA), Danone (Francia), Associated British Food (Reino Unido), General Mills (EUA) y Kellogg’s (EUA), todas estas compañías tienen un ingreso por valor de decenas de MMD.

2.1 Comercio y consumo

El inicio del comercio en México para la venta de estos productos comenzó con el Tratado del Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el TLCAN es un acuerdo global

que establece las reglas para el comercio internacional y la inversión entre Canadá, Estados Unidos y México, este mismo sustituyó al Tratado de Libre Comercio de Canadá y Estados Unidos, que fue formado en 1988.

En 1991, iniciaron las negociaciones del TLCAN, que fue suscrito por Brian Mulroney, primer ministro canadiense, George Bush, presidente de Estados Unidos y Carlos Salinas de Gortari, presidente de México, y que entró en vigor el 1 de enero de 1994.

El TLCAN fue administrado por el secretario del Tratado de Libre de Comercio de América del Norte, el cual se encargaba de administrar los mecanismos estipulados en el tratado para resolver las controversias comerciales entre las industrias nacionales o los gobiernos de los países de una forma oportuna e imparcial.

Los principales objetivos del TLCAN son conceder a los firmantes el estatus de nación más favorecida, es decir, que estos países cuentan con las mejores condiciones de comercio entre ellos; eliminar los obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y servicios; promover condiciones de competencia justa, aumentar las oportunidades de inversión, proporcionar protección y cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual; establecer procedimientos para la resolución de disputas comerciales e implantar un marco para una mayor cooperación trilateral, regional y multilateral para ampliar los beneficios del acuerdo comercial sin incorporar la libre movilidad de la fuerza de trabajo.

El columnista Jorge Castañeda explica en un artículo para la revista *Foreign Affairs* (s.f.) que entre 1993 y el 2015, el comercio entre los tres países se cuadruplicó, al pasar de 297,000 millones de dólares a 1.14 billones de dólares, lo que impulsó la economía de los tres países.

Las exportaciones mexicanas en 1993, un año antes de la entrada en vigor del TLCAN, representaban el 12.14 por ciento del PIB según INEGI, mientras que en el 2015 esta proporción alcanzó más de 35 del PIB mexicano, es decir, que poco más de un tercio del PIB nacional proviene de la venta de productos a otros países, mientras tanto en las importaciones representaban el 13.82 del PIB nacional en 1993; para el 2015, éstas aumentaron hasta alcanzar más de 37 del PIB, lo que implica que el país gasta más de un tercio del PIB para comprar productos del exterior, durante los más de 20 años que tiene el TLCAN en operación, se ha

mantenido un déficit de alrededor del 2 por ciento entre los bienes y servicios que salen de territorio mexicano y los que entran.

México fue una de las 10 potencias mundiales en comida preparada, es el primer productor de Latinoamérica, por encima de Brasil, la mayor economía de la región, según un informe del centro de estudios Global Research (2012).

El TLCAN y las políticas permisivas del Gobierno mexicano favorecieron el ingreso de alimentos procesados y productos ultra procesados, varios especialistas concuerdan que, en México se instauró un imperialismo alimentario, El acuerdo desmanteló la producción alimentaria del país; sustituyó el sistema de comida rápida, con alimentos con baja o nula calidad nutricional y un alto contenido de saborizantes y colorantes artificiales, conservadores químicos y con hormonas, pesticidas, toxinas y grandes cantidades de carbohidratos.

En entrevista para Sin Hambre (2017), el doctor Abelardo Ávila Curial, investigador del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán, señaló que el efecto del TLCAN fue devastador en muchos aspectos. Por ejemplo, que la mentalidad que generó entorno a las políticas públicas; se concibió el modelo de libre comercio como el eje de la solución de los problemas de pobreza, nutrición, desarrollo social e infraestructura comunitaria, él menciona que *“...construimos el peor de los mundos posibles alrededor del TLCAN. La política alimentaria en México es marginal, excluyente, fragmentada. En el país lo que menos importa es el bienestar humano, lo que más importa son las ganancias”*.

Víctor Suárez Carrera, director de la Asociación Nacional de Empresas Comercializadoras de Productos del Campo (ANEC), señaló que el acuerdo además sustituyó el sistema de alimentación de los mexicanos:

“... con el TLCAN no sólo se desmanteló la producción alimentaria de México, sino que también sustituyó su sistema de alimentación por productos industrializados importados por empresas estadounidenses. Impuso un modelo de alimentación de comida rápida, hiper industrializada, con baja o nula calidad nutricional y un alto contenido de saborizantes y colorantes artificiales, conservadores químicos y con hormonas, pesticidas, toxinas y grandes cantidades de carbohidratos. Este modelo se impuso desde EU para México y es lo que yo llamo un ¿imperialismo alimentario” explicó.

Y es que estoy de acuerdo con el comentario del director Víctor Suarez, con la llegada del TLCAN a México hizo que varias empresas transnacionales llegaran con nuevas propuestas de productos alimentarios al país, poniendo en venta nuevos sabores, texturas de alimentos que probablemente la población no había probado, y ahora teniéndolos al alcance en cualquier tienda era más sencillo poder adquirirlos, y dejando de lado que antes no había tantas normas de cuidado era más fácil implementarle aditivos, colorantes, exceso de azúcares, grasas, entre otros, al mismo tiempo que estas mismas empresas se enfocan en llegar a cualquier parte o rincón de México que empezaron a difundir sus productos con grandes estrategias de mercadotecnia, desde el eslogan, colores hasta la difusión de ellos como en comerciales de televisión, radió, periódicos, carteles, etc..

La primera tienda de venta de estos productos fue Walmart Supercenter que llegó en el año de 1993 ubicada en Plaza Oriente, en la zona oriente de la Ciudad de México. La Cadena se instaló y puso a disposición de los consumidores principalmente alimentos procesados, azucarados, grasosos y con alto contenido calórico.

Un estudio del Instituto de Políticas de Agricultura y Comercio (IATP, por sus siglas en inglés) señala que entre 1994 y 2001, el número de tiendas Walmart creció en México de 114 a 561, y ya para 2005 controlaba el 20 por ciento del sector de menudeo de alimentos. Actualmente cuenta con más de 3 mil sucursales en seis países de Centroamérica y abarca las marcas Aurrerá, Superama, Vip's, Sam's, Club y Suburbia, todas ellas con presencia en México.

2.1.1 Empresas y globalización en el comercio de Comida Chatarra

Con el acuerdo del TLCAN se abrieron nuevas oportunidades para traer empresas extranjeras a nuestro país, tantas empresas transnacionales que cada una tiene sus propias características, pero no dejan de ser distribuidoras de compra y venta de alimentos procesados y productos ultra procesados a través de grandes costos en publicidad.

Las empresas transnacionales son todas aquellas que tienen actividad económica o comercial en varios países. Son el resultado de la globalización económica y suelen distribuir las tareas de su cadena de producción, como la fabricación o la gestión, en diversas partes del mundo. Sus principales consumidores pueden ser tanto como un individuo, el gobierno u otras empresas/ compañías y aunque estas empresas tienen varias sucursales, tiendas en diferentes

regiones la gestión solo se centraliza en una sede, principalmente en donde está ubicada en el país de origen.

El principal inicio de estas empresas proviene por el progresivo crecimiento de los mercados debido a la mejora del transporte. Las empresas transnacionales se enfocaron en hacer sus operaciones en países con menos restricciones económicas ya que su principal enfoque es abaratar costes, materias primas y mano de obra, existiendo así un sinfín de comercios con diferentes tipos de productos como de tecnología, de alimentos, de ropa, entre otros. Estas empresas siguieron creciendo y adquiriendo un rol cada vez más relevante en la economía mundial, haciendo posible una globalización más acelerada en los últimos años.

Las principales características de estas empresas transnacionales es el alto nivel de ingresos, su administración en países desarrollados y su influencia en la economía de un país, menciona Jaime Villamuera (2021) en su artículo *¿Qué son las empresas multinacionales?* Él señala que “... *mueven en torno a dos tercios del comercio mundial y son capaces de influir en decisiones políticas, crear tendencias sociales y moldear los ideales de la población mundial según sus propios intereses...*” y es que no olvidemos que las empresas transnacionales buscan la presencia de ser la primera opción de los consumidores en venta de sus productos y servicios, teniendo con ellos un gran equipo de mercadotecnia para su difusión, permitiéndoles ser así la primera opción para las consumidores con el fin de aumentar sus ingresos.

La expansión de estas empresas en diversos países tiene sus ventajas y desventajas, una de las principales ventajas a parte del crecimiento económico del país es que también genera nuevos empleos, pagan impuestos y la actividad industrial aumenta sin embargo también tiene sus desventajas y es que contribuye a la degradación ambiental, genera grandes cantidades de basura y emitiendo grandes cantidades de contaminantes.

En el mismo artículo que escribió Jaime Villamuera (2021) menciona las principales empresas transnacionales que lidera a los estadounidenses que es GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft) y Walmart.

México es el primer país vendedor de comida preparada de América Latina. Las empresas de la industria de los alimentos con el mayor valor de ventas en México en 2023, publicado por Statista Research Department (2024) mencionan que fueron las empresas de

Grupo Bimbo, Coca-Cola FEMSA, Arca Continental, Sigma Alimentos, Gruma, PepsiCo Alimentos, Grupo Lala, Nestlé y Pilgrm's Bachoco.

El consumo de comida chatarra en la población está influida por varios factores, puede ser por la fácil elaboración; su sencilla preparación por ser alimentos precocidos que no toma más de una hora en su cocción, la economía y la gran variedad que hay en el mercado; también es innegable la cantidad de sabores y texturas que encontramos en cada alimento sin olvidar que se puede adquirir a un precio razonable, de igual manera que influye el tema sociocultural, el marketing o por herencia de la dieta del núcleo familiar y aspectos culturales.

2.2 Principales empresas transnacionales en el mercado

Varias empresas extranjeras se posicionaron al frente en venta y compra de alimentos procesados y productos ultra procesados en el país, trayendo consigo construcciones de fábricas, distribuidoras que se encuentran en cada región del país, en el artículo La industria agroalimentaria y las grandes empresas hecho por LET (Laboratorio de estudios sobre empresas transnacionales) (2020) menciona a las empresas con más presencia que hay en México, las cuales son; Nestlé, Pepsico, Kraft, Grupo Danone, ConAgra Food, Unilever, Grupo Lala, Herdez, Kuo, Bimbo, La Costeña, Gruma, Grupo Mac'ma, Grupo Turín, Sigma, Alpura, Yakult, FEMSA.

2.2.1 Grupo Bimbo

La empresa Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V., es una de las industrias líder en el mercado global en panificación, fue fundada en el año 1945. El negocio de esta empresa consiste en la producción, comercialización, venta y distribución de productos alimentarios empacados.

Anualmente el Grupo Bimbo presenta un Informe Integrado, el informe SEMBRANDO JUNTOS UN FUTURO RESPONSABLE (2012) mencionan que elaboraron más de 10,000 productos y ofrecen un portafolio con más de 100 marcas de reconocido prestigio entre las que se encuentran: Bimbo, Marinela, Barcel, Ricolino, Orowat, Arnold, Mrs. Baird's, Thomas', Brownberry, Entenmann's, Pullman, Plus Vita, Nutrella, Sala Lee, Fargo. Lactal, Silueta, Ortiz, Martínez e Eagle, hoy Grupo Bimbo es el líder global en panificación, con más de 125,000 colaboradores y operaciones en 19 países.

El reporte anual de Bimbo del año 2012 registro un ingreso total de \$173,139 millones de pesos, esta empresa tiene un crecimiento del 29,7 de las ventas consolidadas como resultado de las adquisiciones y el sólido crecimiento orgánico en México y Latinoamérica.

El director general de Grupo Bimbo, Daniel Servitje (2012) declara que en “... *el mercado mexicano tuvo un sólido desempeño, con un crecimiento de volumen en todos los canales y categorías, apoyado en eficaces iniciáticas de ejecución de ventas*”, siendo uno de los principales acontecimientos de dicho año, de igual manera resalta que las ventas netas son favorables:

“... las ventas netas ascendieron a \$173,139 millones de pesos, lo que significa un incremento de 29.7% en relación con 2011, atribuirle al crecimiento de los volúmenes en México, Latinoamérica y a la integración de las operaciones de Sara Lee en Estados Unidos e Iberia, así como Fargo en Argentina”.

El modus operandi de Grupo Bimbo se divide en cuatro puntos asertivos, mencionan en su informe anual (2012); el primero es compra y producción, el objetivo es llegar a ser una fábrica de productos innovadores, de alta calidad a bajo costo y ser socialmente responsable, el segundo es la mercadotecnia, buscan crear vínculos emocionales significativos con los consumidores y forjar con ellos relaciones perdurables, el tercer punto son las ventas y distribución, se enfocan en la escala, la tecnología y la infraestructura para maximizar el alcance y por ultimo fortalecer financiera, que consiste en una estrategia de manejo financiero con disciplina, basada en un manejo sustentable, un fuerte compromiso con la responsabilidad social y el crecimiento rentable, que beneficia a todos los grupos de interés.

Aunque dicha empresa ha empleado estrategias para vender productos con una reducción del 25 por ciento de grasas saturadas en botanas o pan dulce, 30 de sodio, 10 de azúcar y aun así siguen teniendo los cinco sellos de advertencia en forma de octágono, que de manera sencilla, clara y visible indican cuando un producto contiene escasos nutrientes o ingredientes críticos como: calorías, grasas saturadas, grasas trans³, azúcar y sodio

³ La OMS menciona que las grasas trans son ácidos grasos insaturados de origen industrial o natural, estas grasas trans se producen industrialmente mediante la hidrogenación.

Una de las principales estrategias de Grupo Bimbo es el marketing, ellos mencionan en su informe anual del 2012 que en la globalización en que se viven hoy, buscan satisfacer los gustos y requerimientos de sus consumidores, por ello, trabajan por atender las especificaciones de valor agregado. Una de las formas de obtener valor agregado de esta empresa es que buscan trabajar con proveedores locales, es decir, aquellos que surte, dentro de una localidad en donde se tienen operaciones, es una práctica que ha generado impactos directos e indirectos positivos, garantizando el desarrollo económico y social de las comunidades donde operan a nivel global.

La operación de México, que incluye los negocios Bimbo, Barcel, El Globo y Asia goza de un fuerte liderazgo en múltiples categorías. El desempeño de los volúmenes y las ventas en el año 2012, reflejaron una importante recuperación en el consumo. El incremento constante de los volúmenes y el alza en los precios promedio dieron como resultado un sólido crecimiento orgánico de 9.5 por ciento para un total de \$70,941 millones de pesos.

Las categorías de pan de caja, pan dulce y galletas mostraron un desempeño sobresaliente en el año y se beneficiaron con originales campañas de mercadotecnia. Tal es el caso del relanzamiento del pan blanco a través de personajes sobresalientes en los deportes o en el cine, así tenemos a la estrella de futbol Lionel Messi y las innovadoras campañas en medios digitales y redes sociales.

El aumento en los costos de las materias primas y el impacto del dólar más fuerte durante la mayor parte del año, derivaron en una presión en el margen bruto. Los gastos de operación permanecieron prácticamente sin cambio en el año, de modo que la utilidad de operación ascendió a \$7,922 millones de pesos, 5.1 por ciento mayor que en 2011, mientras que el margen disminuyó 50 puntos base, a 11.2

Cuadro 2 Cifras financieras relevantes de Grupo Bimbo en México 2012

	2012
<i>Ventas netas</i>	70,491
<i>Utilidad de operación</i>	7,922
<i>UAFIDA⁴</i>	9,735

⁴ Las siglas UAFIDA se refieren a las utilidades antes de ingresos financieros, impuestos, depreciación y amortización y equivalen a EBITDA. (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization).

Activos Totales

45,287

Pasivos Totales

58,188

Elaboración: propia. Informe Anual Integral 2012 | Grupo Bimbo [Grupo-Bimbo-informe-anual-2012.pdf](#)
([d2rwhogv2mrkk6.cloudfront.net](#))

En el cuadro 2 se expresa las principales cifras destacadas de Grupo Bimbo en el país de México del año 2012 expresado en cifras en millones de pesos nominales, se observa que los activos totales son menores que sus pasivos totales con una diferencia de 12,901 millón de pesos.

Las ventas netas consolidadas totalizaron \$173,139 millones de pesos en 2012, es decir 29.7 por ciento superior a 2011, como resultado de la integración de las adquisiciones y el sólido crecimiento orgánico en México y Latinoamérica. Por regiones, las ventas netas aumentaron:

- En México, las ventas netas se incrementaron 9.5 por ciento, a \$70,491 millones de pesos, lo que refleja el estable crecimiento de los volúmenes en todos los canales y categorías, apoyado por las iniciativas encaminadas a mejorar la ejecución en el punto de venta.

La utilidad bruta consolidada totalizó \$87,785 millones de pesos en el año, lo que significa un crecimiento de 28.9 comparado con 2011, mientras que el margen bruto se contrajo 30 puntos base, a 50.7 por ciento. A pesar de los costos promedio de las materias primas más bajos en la segunda mitad del año, el desempeño se vio afectado por el impacto desfavorable del tipo de cambio, principalmente en México, durante la mayor parte del año.

2.2.2 Coca – Cola FEMSA

La compañía Coca-Cola FEMSA, llega por primera vez a la Ciudad de México en 1929 a través del Grupo Mundet que en aquel tiempo el propietario era Arturo Mundet quien abrió una embotelladora e introdujo una rosca lo que hoy conocemos como corcholata, tiempo después este empresario logro la concesión para poder embotellar Coca-Cola en la Ciudad de México, comenzando así la distribución oficial de este refresco. Coca-Cola se destaca porque es una de las principales empresas líderes de embotelladoras y comercializadoras refresqueras, cual están comprometidos a genera valor económico y bienestar social y ambiental.

Un mensaje del director general ejecutivo de Coca-Cola FEMSA John Santa María Otazua menciona que: “*En Coca-Cola FEMSA estamos enfocados en nuestros consumidores y*

clientes para construir un portafolio líder multicategoría que permita satisfacer sus necesidades de hidratación, respondiendo también a la evolución de los hábitos de consumo de los mercados” el grupo FEMSA cuenta con 2.1 millones de puntos de venta, a través de 56 plantas embotelladoras y 249 centros de distribución en diferentes países de América Latina; México, Brasil, Colombia, Argentina.

La página oficial de Coca-Cola FEMSA menciona que en México hay 17 plantas, 145 Centros de distribución y 864,638 puntos de venta.

En el informe anual que hace Coca-Cola FEMSA Nuevos Horizontes (2012) clasifica a sus principales estrategias de la compañía como horizontes: operativos, innovadores, de mercado y sostenibles, el primero hace referencia al crecimiento de la compañía en donde trabajan en conjunto para mantener a la compañía en su mejor capacidad, aumentando y maximizando su plan de negocios afrontando nuevos retos para satisfacer al consumidor, el segundo busca las nuevas innovaciones, mencionan que es un elemento clave para la compañía ya que son estrategias para el desarrollo de crecimiento, este apartado ayuda a mantener nuevas ideas, complacer las nuevas necesidades del consumidor y adaptarse a las nuevas generaciones y mercado, el tercer horizonte es enfocado al mercado, adaptándose a las nuevas transacciones que generan valor, demostrando que son una compañía con nuevas visiones y el último horizonte hace mención a que se han estado adaptando a la parte ecológica, sostenible, utilizando recursos con más medidas y estrategias para cuidar y preservar el medio ambiente.

Cuadro 3 Coca-Cola FEMSA resultados financieros México 2008-2012 en MMD

	2008	2009	2010	2011	2012
<i>Volumen Ventas</i>	2,243	2,429	2,499	2,649	3,046
<i>Ingresos Totales</i>	82,976	102,767	103,456	123,224	147,739
<i>Utilidad de Operación</i>	13,695	15,835	17,079	18,392	21,956
<i>Dividendos por acción</i>	.51	.73	1.41	2.36	2.77

Fuente: elaboración propia a base de datos del informe 2012 empresa Coca-Cola FEMSA [Reporte-Anual-2012.pdf \(coca-colafemsa.com\)](#)

En el cuadro 3 se recolectó la información de los resultados financieros de la empresa Coca-Cola FEMSA de los años 2008-2012 expresando en cifras de millones de pesos, se puede observar que, a medida que para el tiempo el volumen de ventas, los ingresos totales, las

utilidades de opresiones y los dividendos por acción tienen una tendencia positiva, un incremento en cada año.

En la página oficial de Coca-Cola FEMSA encontramos los productos que ofrece esta compañía al mercado:

- Bebidas Carbonatadas, Coca-Cola es la bebida más vendida en la historia desde 1886, es la marca más famosa del mundo, su eslogan es –“bien fría, hace disfrutar cada instante de la vida ya que añade magia a cada momento”.
- Agua Gasificada, Ciel Mineralizada: es una marca de agua mineralizada y carbonatada que entro al mercado mexicano en el 2001, es una opción baja en sodio que puede contribuir a la hidratación y que también puede ser disfrutada como base de otras bebidas como naranjadas o limonadas
- Agua de Sabores: Ciel Exprim, el nuevo integrante de la familia Ciel exprime todo el sabor de las frutas y las hojas para ofrecer cuatro sabores que incitan a los consumidores a descubrir
- Bebida a base de frutas: Delaware Punch es un refresco sabor a frutas, su fórmula utiliza una mezcla de sabores de frutas, siendo la uva como la más destacada;
- Bebidas deportivas: Power Ade, en el 2012 el volumen creció un 33% en México
- Agua Purificada: -Ciel, tu cerebro se deshidrata incluso antes de que te des cuenta, mantente hidratado, Ciel conecta mente y cuerpo, es el eslogan que utiliza esta marca
- Proteína Vegetal: AdeS, fundada en Argentina en el año 1988, AdeS es la marca líder de bebida a base de soya en América Latina, su nombre deriva del acrónimo español “Alimentos de Semillas”. La marca incluye una gama de bebidas con mezclas de semillas (soya, coco, almendras, etc.) con jugo de frutas, sabores deliciosos, vitaminas y minerales para un sabor suave y delicioso.
- Jugos y Néctares: Del Valle, es una marca mexicana con más de 70 años en el mercado que da lo bueno del jugo de frutas a través de jugos, néctares, bebidas con pulpa y bebidas refrescantes, esta marca tiene sus raíces en México y se comercializa en países como Brasil, Colombia, Venezuela y otras naciones de Centroamérica.
- Productos Lácteos: Santa Clara, cuidan con detalle el origen y la elaboración de su leche, por ello utilizan leche 100% pura de vaca y tienen un proceso de ultra

pasteurización a base de vapor, único en el mercado que mantiene las propiedades naturales de la leche, además de darle esa cremosidad y sabor que los vuelve extraordinarios, el envase innovador que tiene protege la leche de la luz y el oxígeno para que la calidad no sea alterada.

- Energéticas: Monster, prueba una de las bebidas más extremas del planeta, ¡Monster Energy! es el eslogan que utiliza esta marca, es una mezcla con una combinación ideal de ingredientes con las proporciones exactas para ofrecer el Monster "Buzz" que tanto les gusta a los fans de México. Monster tiene un sabor intenso pero suave. Les encanta a los atletas, surfistas, músicos, skaters, riders, geeks y hípsters.
- Tés: Fuze, un té listo para beber que fusiona las bondades del té con sabores frutales, no contiene conservadores, ni colorantes artificiales. Fuze tea es la primera marca global de té de The Coca-Cola Company.

En mismo informe Coca-Cola FEMSA Nuevos Horizontes (2012) se encuentra una tabla dinámica de balanceada presencia geográfica, donde hace mención a la comercialización en México la cual tiene una presencia del 63.5 millones de consumidores, con un consumo per Cápita de Bebidas alrededor de 650 botellas en presentación de 8 onzas, los puntos de venta de crecimiento de 852,624, con 16 plantas principales en la región y más de 120 centros de distribución, el consumo de refrescos fue de 2,370.6 millones de cajas de unidad alcanzando un 11.9% de crecimiento respecto al 2011, mientras las bebidas no carbonatadas con un 167 millones de cajas unidad con un crecimiento del 24.4 por ciento respectivo al año anterior, el volumen de ventas incremento 15 puntos a 3,046.2 millones de cajas unidad en 2012. En comparación con el 2011. La integración de Grupo Tampico, Grupo CIMSA y Grupo Fomento Querétaro en las operaciones de México, apporto un volumen de 332.7 millones de cajas unidad, del cual 62.5 es refrescos, 5.1 es agua y 27.9 es agua en garrafón y 4.5 por ciento es bebidas no-carbonatadas.

Excluyendo el efecto no comparable del Grupo Tampico, Grupo CIMSA y Grupo Fomento Querétaro, el volumen creció 2.4 a 2,713.5 millones de cajas unidad. Bajo la misma base, la categoría de refrescos creció 2.0, principalmente impulsada por la marca Coca-Cola, contribuyendo con más del 65 por ciento del volumen incremental. La categoría de bebidas no carbonatadas creció 13.5, principalmente impulsada por el negocio de Jugos del Valle en

México. La utilidad bruta creció 21.4 con 68.630 millones en 2012, en comparación con el 2011. El costo de ventas se incrementó 18.6 principalmente como resultado de mayores costos en edulcorantes en México durante la primera mitad del año. El margen bruto alcanzó 46.5 por ciento en 2012, una expansión de 60 puntos base en comparación con 2011.

2.2.3 Nestlé

Nestlé en la sociedad Informe de Creación de Valor Compartido México (2012) menciona que esta compañía fue fundada en 1866 por investigar la desnutrición infantil mediante la primera harina láctea por su fundador Henri Nestlé, su principal sede se encuentra en Suiza, esta compañía emplea a más de 300.00 personas en 194 países de los cinco continentes; cuenta con 468 fábricas donde se elaboran más de 2.000 marcas.

La empresa Nestlé S.A. llegó a México en el año 1930 como un importador alimenticio, donde 5 años más tarde estableció su primera fábrica en Ocotlán Jal., ahora cuenta con 12 fábricas, 5 centros de distribución y 32 centros de carga de productos en 17 estados diferentes.

Nestlé en la sociedad Informe de Creación de valor Compartido México (2012) hace mención que el principal objetivo de la compañía es perfilarse como uno de los líderes globales en nutrición, Salud y Bienestar, enfocado el talento y trabajo a su máxima calidad de vida de los consumidores, donde ofrecen una amplia carta de alimentos nutritivos que sean preferidos por el sabor y cumpliendo con los estándares de salud para poder ser consumidos en cualquier momento del día y etapas de la vida.

En la página oficial Nestlé (2013) en el reporte que realizaron Resultados Financieros 2012: buen desempeño en todos los ámbitos, Modelo NESTLÉ cumplido nuevamente, mencionan que las: *“ventas por 92,2 mil millones de francos suizos, aumento de 8.6 mil millones de francos suizos, +10.2%”*, mientras tanto en sus: *“ganancias operativas comerciales aumentaron un 11,8% a 14 mil millones de francos suizos, margen aumento 20 puntos básicos a 15.2%”*, es sorprendente el número en aumento de ventas y ganancias que tienen cada año.

En este mismo reporte resaltan el crecimiento que tuvo el Grupo NESTLÉ en los cinco continentes, resaltando que fue un crecimiento orgánico, en África, Oceanía y Asia con el 10.3, en Europa del 2.4 y América con un 5.9 por ciento, respectivamente, a pesar de las diferentes

adversidades que tuvieron que pasar como las nuevas innovaciones, nuevas rutas en el mercado, países más desarrollados, su crecimiento aun así fue orgánico con un 2.5 por ciento.

En el mismo reporte que hizo Nestlé (2013) se encuentra un apartado para la región Latinoamericana, nos enfocaremos en el país de México donde mencionan que: “*el segmento de café ayudó a impulsar el crecimiento, desde productos popularmente posicionados hasta Nescafé Dolce Gusto*”, regresando a la gráfica número cuatro de nuestra investigación (página 27), resaltamos que el consumo y producción del apartado Café Procesado tiene un crecimiento positivo hacia la derecha, desde el año 2001 hasta el año 2010 sus variaciones eran progresivamente pero en el año 2011 aumento, en el 2010 fue del 5.96 por ciento y en el 2011 fue del 7.63, entonces en base a eso podemos decir que es cierto, el consumo de café ha sido de manera positiva entre la población.

En la Nestlé goodNes encontramos los diferentes productos que proporciona a la venta esta compañía:

- Nutrición infantil: Nestlé materna, NAN 3, NIDO y Gerber
- Aguas Nestlé: Sta. María
- Chocolates Nestlé: KitKat
- Cafés: Nespresso
- Nestlé Professional: Maggi, La Lechera, Crunch, Minor's, Media Crema Nestlé, Nature's Heart, Crosse & Blackwell, Nestlé Crema para batir, Chet, Carnation Clavel, Carlos V, Nescafé, Abuelita, Nesquik, Coffeemate, Splenta, ect.

También podemos dividirlo por categorías de presentaciones:

- Repostería: Carnation, La lechera, Libby's, Media Crema, Nestlé Toll House, Very Best Baking
- Sustitutos de Crema: Coffe Mate, Natural Bliss.
- Bebidas: Abuelita, Milo, Nesquik, Nido, Maison Perrier
- Alimentos Congelados: Hot Pockets, Lean Cuisine, Stouffer's, Sweet Earth, Vital Pursuit.
- Pizza congelada: CPK Frozen, Digiorno, Jack's, Lean Cuisine, Stouffer's, Sweet Earth, Tombstone, Vital Pursuit.

- Alimentos internacionales: Abuelita, El Mejor Nido, La Lechera, Maggi, Media Crema, Milo, Nido.
- Refrigerios y aperitivos: Digiorno, Hot Pockets, Stouffer's, Sweet Earth.
- Salsas y condimentos: Maggi

Conclusiones

A lo largo de la historia la comida siempre ha sido uno de los factores importantes para la sobrevivencia en este mundo, desde las técnicas prehispánicas de nuestros orígenes hasta hoy con la mejor maquinaria para elaborar bocadillos, platillos, bebidas, etc., de diferentes culturas, es impresionante como la influencia de la globalización ha permitido que conozcamos nuevos sabores, técnicas, texturas, en platillos internacionales al igual que productos de comercialización en la industria alimentaria.

La alimentación es fundamental para el desarrollo del cuerpo humano, nosotros tenemos la oportunidad y la opción de elegir que consumir y que nutrientes proporcionarle o aportarle a nuestro sistema digestivo ya que con el consumo de fibras ayuda a regular el tránsito intestinal y a sentir saciedad, es que también refuerza a diferentes sistemas, como el sistema inmunológico que ayuda a equilibrarlo y no olvidemos que éste es el que defiende a nuestro cuerpo de infecciones, el sistema muscular con el consumo de buenas proteínas como las carnes, blancas, rojas, pescado que hace que los músculos se mantengan sanos.

Que la piel se encuentre sana y con buen aspecto y al mismo tiempo puede prevenir enfermedades crónicas, y es que todos deben tener el derecho a una alimentación rica en fibras, vitaminas, proteínas, nutrientes, pero sabemos que no todos gozan del privilegio de tener una alimentación sana.

De tal manera los factores que influyen en la ingesta alimentaria es la disponibilidad de tener acceso a los alimentos, por otro lado, el tiempo, cultura, situación socioeconómica, publicidad, necesidades individuales, aspectos psicológicos y es que en ocasiones se opta por consumir alimentos procesados o productos ultra procesados muchas ocasiones por la publicidad que incita a su consumo porque se ven más apetitosos.

Algunas chatarras generalmente sacian más rápido el hambre, son más accesibles económicamente, son más rápidos de obtener que el estar preparando un platillo o porque se nos hizo llamativo el anuncio publicitario, aunque estos contengan grandes cantidades de grasas, harinas procesadas, aditivos, conservadores, calorías vacías, etc.

Con lo anterior no consideramos que se deban consumir por pequeños periodos, por ejemplo, una vez al mes o en forma no consecutiva, tampoco estaremos de acuerdo en que no sea tan grave el daño que ocasiona en el organismo. Lamentablemente México se encuentra en el quinto lugar en el consumo de comida chatarra, según la Federación de la Obesidad, o que ocupa el primer lugar en obesidad infantil y segundo en adultos, también de acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud (OPS) los adultos en México más del 50% se acostumbró a comer alimentos chatarra varias veces por semanas y el 13% todos los días.

Con la llegada de la firma del TLCAN, México se volvió uno de los países con mayor presencia de la industrias en alimentos procesados o productos ultra procesados, con la entrada de importaciones y exportaciones hizo del país grandes ventas significativa de estos productos, un ejemplo de ello es la empresa multinacional FEMSA del producto Coca-Cola, de acuerdo a un estudio de la firma Steward Redqueen el impacto que tiene esta industria sobre el país es que representa el 2% del Producto Interno Bruto (PIB), con una aportación aproximada de \$715.7 mdd y un estudio del Conacyt (2022) en una reciente investigación declara que el estado de Chiapas es uno de los principales consumistas de estas bebidas en toda la región, se calcula que se consume 821.25 litros por año, mientras que 160 litros, consumo per cápita en todo el país.

Como se había mencionado anteriormente todos tenemos derecho a tener una buena alimentación, pero no todos cuentan con ese derecho, es una necesidad contar con fuentes de información para investigar lo que es indispensable consumir y lo que deberíamos evitar, o el poder tener una estabilidad económica para la compra de productos naturales, hoy en día con las jornadas laborales, el medio de transporte para trasladarse de un lugar a otro no va más allá de 40 minutos diarios de ida y de vuelta.

Es imperioso tener tiempo disponible ya sea para disfrutar pasatiempos, pasar tiempo en familia, amigos, hacer una actividad de ocio, pero lamentablemente se deben realizar muchas actividades laborales que impiden en muchas ocasiones elaborar los propios alimentos, situación que se agrava para las mujeres que realizan trabajo remunerado y que en ocasiones no pueden preparar su propio alimento o el de los niños y recurren a la chatarra para satisfacer su apetito.

Gran parte de la población está recurriendo a este tipo de alimento incluso por los salarios tan bajos de la mayoría de los trabajadores que optan por comprar algo rápido y económico para

el desayuno o almuerzo, o para calmar el hambre, como bocadillos con ingredientes de harinas blancas, exceso de azúcares, platillo llenos de grasa, calorías vacías, bebidas gasificadas, y no dejando de lado como se había mencionado el aspecto socioeconómico, a veces es más factible comprar algo ya preparado desconociendo lo que contiene y como fue realizado que invertir en ingrediente, gas, agua, tiempo para realizar los alimentos.

También los medios de comunicación que juegan un papel dentro de la enajenación de la sociedad, admitamos que en algún momento fuimos persuadidos por algún anuncio publicitario que hayamos visto, la publicidad esta cuidadosamente elaborada para provocar el consumo de este tipo de comerciales y mensajes publicitarios, la mayoría de mensajes en los medios de comunicación, incitan a comprar este tipo de productos como las papitas ruffles de queso, los panquesitos napolitanos, los panes rellenos de chocolate, los negritos (hoy en día se llaman Nitos, cambiaron el nombre por motivos raciales). El famoso choco-roll, entre otros.

No es de sorprenderse que México tenga el primer lugar en infantes con obesidad con este marketing que nos invade a cualquier hora del día, y más con la tecnología que se difunden estos anuncios en cualquier plataforma, YouTube, TikTok. Instagram, Twitter, Facebook, play store, hasta las plataformas de streaming Netflix, MAX, Prime Video, debemos tener precaución con los invasivos y persuasivos que pueden llegar hacer los anuncios publicitarios de gran manipulación en su contenido psicológico.

Las estas empresas multinacionales que de algún modo quieren llegar a estar en el primer lugar de comercio, producen de manera acelerada estos productos ultra procesados para una mayor venta en todo lugar que en ocasiones no respetan las normas del cuidado ambiental, no es un secreto que estas empresas con tal de imponer sus fábricas en lugares donde explotan el medio ambiente no tengan la prevención y el cuidado de respetar el agua, el aire, el suelo, porque lo que están haciendo es contaminarlos de forma que no tienen ninguna repercusión.

Debemos replantearnos sobre toda esta situación de la comida chatarra, se ha tratado de evitar un consumo frecuente de todos éstos productos, se debe impulsar una adecuada educación alimentaria para que la población aprenda a alimentarse sanamente, recordemos que hay que cuidar de nuestro cuerpo y al mismo tiempo nuestro entorno, aunque nos invadan con grandes campañas de marketing, aún tenemos la opción de si lo adquirimos o no, también podemos

empezar ayudar a nuestros agricultores, o al comercio local (recauderías, verdulerías, cremerías, etc.), donde se pueda comprar alimentos naturales, frescos, que contengan vitaminas, minerales, fibra, antioxidantes, incluso el consumir alimentos frescos resulta ser más económico que estar comprando comida con calorías vacías, que afectan directamente al organismos o que esta con una cantidad elevada de patógenos que provocan diversas enfermedades como el cáncer, hipertensión, diabetes entre otras. Por otro lado, debemos hacer conciencia sobre las enormes cantidades de ingresos de las transnacionales que buscan siempre mayores niveles de ganancias sin importar la salud de la población a quienes se destina este consumo.

Bibliografía:

- Alianza por la Salud Alimentaria (22 junio 2021) *Consumen mexicanos al año 214 kilogramos de comida chatarra*. [Consumen mexicanos al año 214 kilogramos de comida chatarra - Alianza por la Salud Alimentaria \(alianzasalud.org.mx\)](http://alianzasalud.org.mx)
- Alianza por la Salud Alimentaria. (1 de marzo de 2023). *Comida Chatarra tiene al 12% de los mexicanos con insuficiencia nutricional*. Comida chatarra tiene al 12% de los mexicanos con insuficiencia nutricional - Alianza por la Salud Alimentaria (alianzasalud.org.mx)
- Amor, L. (1º julio 2021). Comida rápida: la historia de las cadenas más populares hoy en día. *EL DIARIO Desde 1913, El Campeón de los Hispanos*. [Comida rápida: la historia de las cadenas más populares hoy en día - El Diario NY](#)
- Ávila J. A., Santoyo V. H., Schwentesius R. y Herminio V. (2001) *El mercado del trigo en México ante el TLCAN*. Centro de Investigación Económica, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Muntual (CIESTAAM – PIAI) de la Universidad Autónoma Chapingo. Microsoft Word - TRIGO FINAL2108 (chapingo.edu.mx)1
- Banco Mundial. (06 de octubre de 2021). *Comercio*. [Comercio \(bancomundial.org\)](http://bancomundial.org)
- Berger P. L. y Luckman T. (2003). *The Social Construcción of Reality*. [la-construccion-social-de-la-realidad-thomas-luckmann.pdf \(wordpress.com\)](#)
- Candy Capital. (s.f.). *The Sweet Treats Born at the 1893 Chicago World's Fair*. [The Sweet Treats Born at the 1893 Chicago World's Fair | Candy Capital | Chicago Stories | WTTW Chicago](#)
- Caravedo, B., Galarza, F., García, E., Kogan, L., Mayorga, D., Mendoza, J., O'Neill, C., Pérez, L., Ruiz, F., Runciman, G., Schuldt, J., Schwalb, M., Súmar, O., Vélez, E. y Villarán, A. (2020) *COMIDA CHATARRA, ESTADO Y MERCADO*. Universidad del Pacífico.
- Castañeda Jorge G. (febrero 2014). FOREIGN AFFAIRS LATINOAMERICA. *Los claroscuros del TLCAN: el panorama desde México*. [Los claroscuros del TLCAN: el panorama desde México | Foreign Affairs Latinoamérica | Revista oficial de Foreign Affairs Latinoamérica](#)

Centro de Estudios Internacionales Gilberto Bosques. (2014). *EL TRATADO DE LIBRE COMERCION DE AMÉRICA DEL NORTE (TLCAN) A 20 AÑOS DE SU ENTRADA EN VIGOR*. [PortadaCarpetaTLCAN20x](#)

Coca-Cola FEMSA (2012) Nuevos horizontes. Coca-Cola FEMSA Informe Anual 2012. [Reporte-Anual-2012.pdf](#)

Corrales S. (s.f.). *Comercio* [Archivo PDF]. Comercio | Palabra clave para el estudio de las fronteras. [Comercio | Palabras clave para el estudio de las fronteras \(teseopress.com\)](#)

FDA Homepage (1 noviembre 2023) *La FDA propone prohibir un aditivo alimentario y continuar evaluando otras sustancias químicas*. [La FDA propone prohibir un aditivo alimentario y continuar evaluando otras sustancias químicas | FDA](#)

Fernández y Fernández, R. (1934). *Historia del Trigo*. El Trimestre Económico. [Vista de Historia del trigo en México](#)

Gómez Nancy (4 febrero 2017). EL TLCAN trajo carretadas de comida sin nutrientes, alta en azúcares y grasas, sin calidad. *Sin Hambre*. [El TLCAN y el boom de la comida chatarra en México | SinEmbargo MX](#)

Grupo BIMBO (2012) *Sembrando Juntos Un Futuro Responsable. Informe Anual Integrado 2012*. [Grupo-Bimbo-informe-anual-2012.pdf](#)

IESE INSIGHT (1 de julio de 2021) *Cristiano Ronaldo no hizo bajar el precio de las acciones de Coca-Cola*. [Cristiano Ronaldo no hizo bajar el precio de las acciones de Coca-Cola | IESE Insight](#)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y GEOGRAFIA. (200). Índices de precios de genéricos para la producción total (2019) *Periodo: enero 2000 – Diciembre 2019*. inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y GEOGRAFÍA. (2017). *RESULTADOS DE LA ENCUESTA NACIONAL DE OCUPACION Y EMPLEO*. [enoe_ie2017_05_Pue.pdf \(inegi.org.mx\)](#)

- Mi Escuela Saludable. (2022). *Contaminación por Chatarra*. [Investigaciones - Mi Escuela Saludable](#)
- Morales, Andrés, Araceli Rendón y Juan Guillén (2020) La Industria agroalimentaria y las grandes empresas. *Repositorio de la Red Internacional de Investigación en Competitividad*. <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1660/1670>
- Moss M. (2013). *Adictos a la Comida Basura: Cómo la Industria Manipula los Alimentos para que nos Convirtamos en Adictos a sus Productos*. Titivillus.
- Nationa Geographic en español. (2018). *Así inició la comida rápida*. *National Geographic*. Así inició la comida rápida - National Geographic en Español (ngenespanol.com)
- Nestlé (2013) Nestlé en la Sociedad – Informe de Creación de Valor Compartido México 2013. [nestlé-en-la-sociedad-2013\(doblehoja\).pdf](#)
- Nestle Good food, Good life (2013) *Resultados financieros 2012: buen desempeño en todos los ámbitos, Modelo NESTLÉ cumplido nuevamente*. [Logros financieros 2012: éxito integral, Modelo NESTLÉ reafirmado | Nestlé](#)
- Nestlé goodNes (s.f.) Conoce Nestlé. [Nuestras marcas de alimentos Nestlé | goodNes™ Oficial](#)
- Nombela, Carolina G. (24 agosto 2020). El niño de 11 años que inventó los polos de hielo. *FORBES*. [El niño de 11 años que inventó los polos de hielo - Forbes España](#)
- OMS (2024). *Grasas trans*. [Grasas trans](#)
- Organización Panamericana de la Salud (2019) Alimentos Ultraprocesados ganan más espacio en la mesa de las familias latinoamericanas. *OPS/OMS | Alimentos ultraprocesados ganan más espacio en la mesa de las familias latinoamericanas* [Recursos para periodistas - OPS/OMS | Organización Panamericana de la Salud](#)
- Oxford Committee for Famine Relief. (2016). *Las 10 principales empresas de alimentación y bebidas compiten para mejorar su sostenibilidad y responsabilidad social en Tras la marca*. *Oxfam International*. Las 10 principales empresas de alimentación y bebidas compiten para mejorar su sostenibilidad y responsabilidad social en Tras la marca | Oxfam International

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.7 en línea]. <[comercio | Definición | Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE](#)> [12 de octubre 2024].

Secretaría de Economía (2013). *ALIMENTOS PROCESADOS UNIDAD DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS*. Primera edición (no venal) Ciudad de México. [procesadospromexico.pdf \(sre.gob.mx\)](#)

Secretaría de Economía. (2016) *Tratado de Libre Comercio de América del Norte. 2.4.1 TLCAN.pdf (www.gob.mx)*

Smith Andrew F. (2012) *Fast Food and Junk Food: an Encyclopedia of What We Love to Eat*

THE FOOD TECH. (21 de julio de 2022). *Día de la comida chatarra, un tema de salud que añade a todos*. Comida chatarra, tan adictiva y perjudicial para la salud humana (thefoodtech.com)

Trinidad L., A.D. y Pérez A. (2015). Pérdida de las raíces culinarias por la transformación en la cultura alimentaria. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 6(4), 867-881.

Villamuera J. (19 marzo 2021) ¿Qué son las empresas multinacionales? *El Orden Mundial*. [¿Qué son las empresas multinacionales? - El Orden Mundial - EOM](#)

Cronograma:

No.	Actividad	Agosto																				
		11-08-23	12-08-23	13-08-23	14-08-23	15-08-23	16-08-23	17-08-23	18-08-23	19-08-23	20-08-23	21-08-23	22-08-23	23-08-23	24-08-23	25-08-23	26-08-23	27-08-23	28-08-23	29-08-23	30-08-23	31-08-23
1	Recopilación de Información				x	x	x	x	x	x	x									x	x	
2	Visita de bibliotecas físicas								x	x	x						x					
3	Visualización de contenido																x	x				
4	Redacción de la investigación							x	x					x	x						x	x
5	Lectura de documentos/ artículos/ pdf		x	x							x	x					x	x				
6	Clases	x									x						x					

No.	Actividad	Septiembre																														
		01-09-23	02-09-23	03-09-23	04-09-23	05-09-23	06-09-23	07-09-23	08-09-23	09-09-23	10-09-23	11-09-23	12-09-23	13-09-23	14-09-23	15-09-23	16-09-23	17-09-23	18-09-23	19-09-23	20-09-23	21-09-23	22-09-23	23-09-23	24-09-23	25-09-23	26-09-23	27-09-23	28-09-23	29-09-23	30-09-23	
1	Recopilación de Información		x	x			x							x	x		x	x				x	x					x				
2	Visita de bibliotecas físicas				x	x																										
3	Visualización de contenido																x									x						
4	Redacción de la investigación					x								x	x	x					x	x							x	x	x	
5	Lectura de documentos/ artículos/ pdf		x	x	x								x	x	x							x	x							x	x	
6	Clases	x													x																	x

No.	Actividad	Octubre																														
		01-10-23	02-10-23	03-10-23	04-10-23	05-10-23	06-10-23	07-10-23	08-10-23	09-10-23	10-10-23	11-10-23	12-10-23	13-10-23	14-10-23	15-10-23	16-10-23	17-10-23	18-10-23	19-10-23	20-10-23	21-10-23	22-10-23	23-10-23	24-10-23	25-10-23	26-10-23	27-10-23	28-10-23	29-10-23	30-10-23	31-10-23
1	Recopilación de Información		x				x	x					x			x		x						x		x					x	
2	Visita de bibliotecas físicas				x																											
3	Visualización de contenido		x						x	x			x			x					x			x		x		x			x	
4	Redacción de la investigación							x			x		x	x			x			x			x					x		x		x
5	Lectura de documentos/ artículos/ pdf	x														x	x									x	x			x	x	
6	Clases						x														x								x			

		Noviembre																													
No.	Actividad	01-09-23	02-09-23	03-09-23	04-09-23	05-09-23	06-09-23	07-09-23	08-09-23	09-09-23	10-09-23	11-09-23	12-09-23	13-09-23	14-09-23	15-09-23	16-09-23	17-09-23	18-09-23	19-09-23	20-09-23	21-09-23	22-09-23	23-09-23	24-09-23	25-09-23	26-09-23	27-09-23	28-09-23	29-09-23	30-09-23
1	Recopilación de Información					x								x	x		x	x				x	x								
2	Visita de bibliotecas físicas								x		x																				
3	Visualización de contenido																	x													
4	Redacción de la investigación													x	x	x					x	x									
5	Lectura de documentos/ artículos/ pdf											x	x	x							x	x									
6	Clases																	x								x					

Anexos, Tablas, Gráficas y Cuadros Estadísticos

Tabla 1 INPP de alimentos sin procesar o mínimamente procesados en México 2000-2019 en por ciento	17
Tabla 2 INPP de ingredientes culinarios procesados en México 2000-2019 en por ciento.....	19
Tabla 3 INPP de alimentos procesados en México 2000-2019 en por ciento.....	22
Tabla 4 INPP de productos ultra procesados en México 2000-2019 en por ciento	26
Tabla 5 INPP Cereal de trigo y harina de trigo en México 2000-2019 en por ciento	29
Gráfica 1 INPP de Alimentos sin procesar o mínimamente procesados en México 2000-2019 en por ciento	18
Gráfica 2 INPP ingredientes culinarios procesados en México 2000-2019 en por ciento	20
Gráfica 3 INPP alimentos procesados en México 2000-2019 en por ciento	23
Gráfica 4 INPP productos ultra procesados en México 2000.2019 en por ciento	27
Gráfica 5 INPP del producto de trigo y harina de trigo México 2000-2019 en por ciento	30
Cuadro 1 Grupo de trigo y sus usos de la harina	31
Cuadro 2 Cifras financieras relevantes de Grupo Bimbo en México 2012	39
Cuadro 3 Coca-Cola FEMSA resultados financieros México 2008-2012 en MMD	41

Título/Año	Soya y otras oleaginosas	Frijol	Garbanzo	Trigo	Maíz	Maíz forrajero y otros forrajes	Sorgo y Otros cultivos de leguminosas y cereales	Cebada grano	Sorgo forrajero	Avena forrajera	Jitomate
2000	385.6006003	246.777016	359.2698146	459.1114084	376.969979	618.9900719	366.9711948	480.8956679	696.9390505	593.6310671	466.0060167
2001	525.082663	332.1355855	367.926976	477.8251967	393.4220631	618.7909192	371.9905897	468.3129178	696.7148186	670.1331568	468.289963
2002	541.3739072	338.3732864	337.3365496	499.4618355	418.6161855	613.8338785	384.9086406	492.4375584	691.1335413	707.3629959	511.9546112
2003	433.8936287	277.1103958	353.6978484	516.66552	463.2761043	646.8022969	379.4935332	520.9377684	728.2536491	656.5522928	606.4342344
2004	413.282882	296.9323273	550.8778422	577.3406883	487.5412032	649.2460781	440.7371845	572.5967446	731.005174	673.6661369	726.3227554
2005	412.9198927	352.5679236	632.3181842	607.5537356	463.8986431	633.2080902	430.5200747	622.729106	712.9475337	666.0453654	668.7058026
2006	445.0169536	406.7921071	582.2652234	637.7285205	530.1451347	708.6593048	448.028672	664.8017135	797.9002659	729.5285519	877.5492168
2007	530.4943971	348.2818719	609.3758112	864.8180024	701.3797022	750.6705656	527.0792797	796.0135854	845.2019748	751.1323588	724.7520966
2008	738.9632385	479.571473	641.9735431	1031.915623	735.8503108	783.4473201	639.8254026	1041.352957	882.1062827	824.4064134	766.7928609
2009	937.8397466	667.7117622	569.1670156	891.0784563	771.0834804	866.3858578	785.2346175	1084.411183	975.4892113	918.7944743	856.537992
2010	988.3827378	557.4975988	603.2326709	813.0409866	764.5731757	855.9943256	775.7317486	1022.110554	963.7890809	924.3114465	843.2496614
2011	1014.389173	561.2200473	933.7648655	994.6760893	1099.551457	982.6341441	868.581796	1012.519562	1106.376561	966.7200623	881.9513106
2012	1071.465435	917.6006435	941.8640955	1046.82325	1192.512539	1072.365657	1002.547601	1047.713216	1183.126229	1050.233433	871.3426684
2013	1087.665239	887.6576167	867.0174269	999.8645917	1054.669698	1110.217745	1060.726853	1258.711837	1110.545465	1035.839959	1065.422646
2014	1105.027289	750.8773945	760.3814953	976.1845695	986.0636915	1011.214244	1026.519388	1178.387114	867.3741271	935.6015875	1001.203581
2015	1115.395851	872.8513362	788.9008639	1021.398402	986.8841247	1005.380615	1075.204835	1129.100289	972.8753064	936.004214	1221.407734
2016	1214.3156	1073.652419	1028.343332	1064.89659	1091.619392	1080.458321	1125.867123	1157.217159	1075.593664	1042.076412	1381.466514
2017	1206.247542	1286.450577	1310.649627	1088.921995	1127.546007	1134.110204	1156.948973	1174.582885	1107.176416	1143.447161	1390.606883
2018	1232.663479	1252.447302	1306.289811	1159.100217	1141.480487	1177.692143	1185.478381	1188.607862	1150.087458	1171.434798	1368.771531
2019	1200.206881	1220.645172	1196.979266	1188.654548	1200.982903	1203.527878	1208.709561	1202.16902	1210.014678	1193.463533	1422.524906

Fuente: elaboración a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdepresios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

Chiles frescos	Chiles secos	Cebolla	Melón	Sandía	Tomate verde	Papa	Calabacita	Pepino	Zanahoria	Elote	Lechuga y col
503.6139085	390.667957	200.0185144	340.7105786	306.71174	801.900587	477.4478226	322.3663924	323.180356	338.2128199	447.8458881	323.8661589
499.1026434	482.8132483	219.0713904	359.5029869	327.9067724	780.8534328	417.7744821	488.7677006	417.2870597	451.1500602	477.3413304	318.2903828
525.8908907	472.2392108	250.6802059	389.55462	365.111995	765.5704247	598.9634942	544.8186162	369.4005827	401.8036211	500.585191	338.6599207
447.1881412	513.7609168	291.7442445	477.8981975	332.0323211	885.568819	690.4510799	500.1383788	370.7383565	505.9585642	508.7770718	345.8392
556.7917211	661.9824972	287.2590286	532.1768135	404.248751	1023.636535	616.2625673	682.6803076	410.0925845	506.4872361	566.7434641	342.6467141
619.4295409	719.3172147	344.5483541	597.1792932	501.4683445	1348.682431	702.1121812	656.1500224	468.705916	624.6924272	601.8901765	367.6132489
494.5450684	569.4227399	323.5691186	568.3151247	526.4971098	986.3605926	789.2159357	696.7945543	548.455452	608.6457121	628.4178081	360.3113042
620.7091595	564.5325908	529.9976768	650.9291137	554.6280306	757.5960709	620.7769466	746.1225656	598.0494446	725.3294507	715.202902	420.0917575
662.6075673	688.7259563	450.9207022	657.5599746	570.0122179	1265.929852	695.2681567	789.2144416	618.9278985	735.4603456	864.5586157	395.9350432
750.6077656	842.1885978	330.0085124	695.4248388	651.6628021	932.0072483	1034.660213	819.7384525	663.9185234	800.5838422	818.7380289	441.9355641
841.1751933	882.0036263	599.74527	736.8029379	706.422591	1128.953391	975.994887	1078.278462	695.6478953	820.2333298	755.3050648	465.073295
633.5195539	772.1800917	345.0993804	703.7202152	718.9370888	1082.596167	828.9721933	839.9032687	744.1243944	997.5848826	831.9504628	520.6849177
813.9694098	701.7355013	414.0606239	755.2029202	765.4563377	1322.220623	722.2785857	957.1173602	709.6386597	833.5280458	916.2565431	496.7799452
892.5098326	780.9634496	591.0616347	826.397296	780.2442657	1706.778971	891.8005638	1194.456863	839.2502873	931.9849063	966.7040838	583.5105964
899.7497986	972.4129827	654.6238742	919.7120903	853.7616129	922.0957149	1061.700904	1020.897468	913.3628262	992.6584525	967.7789602	561.7227304
1033.237233	1261.062346	610.564637	918.3619123	926.58976	1527.824147	1050.592606	1009.40627	1055.411583	1105.185915	991.4401992	619.5485429
1157.691146	1342.39236	760.2424734	993.8901135	1052.393294	1469.565931	897.0634665	1327.469092	1209.856611	1134.485575	996.0739878	678.8658714
1196.813828	1125.479779	795.2901123	1192.85872	1006.663679	1639.931293	1095.546851	1370.900654	1298.753094	1214.50904	1053.152655	725.9812118
1189.669533	1127.949155	742.3217621	1094.217723	1125.134901	1810.426736	1563.040813	1222.511569	1264.392284	1445.118453	1133.326082	834.9123098
1506.261796	1193.990996	1206.507755	1258.513866	1253.992781	1376.16664	1161.752929	1339.137818	1322.546827	1245.270775	1188.55091	1203.317005

Fuente: elaboración a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

Nopales	Espárrago	Brócoli	Otros cultivos de hortalizas	Naranja	Limón	Café	Plátanos	Mango	Aguacate	Uva	Manzana
256.4750584	0	0	312.3907399	241.3527002	356.2351176	344.5128622	339.4437415	431.5444409	120.9624543	240.1948981	350.3257469
302.6659827	0	0	375.677509	260.2497002	401.8027759	258.9411596	375.4871553	587.6937142	192.9141848	242.9828959	346.5244553
367.1275906	0	0	441.7544135	304.133826	340.5980429	257.5044265	435.1187724	623.5145451	148.6164045	268.7346992	343.5926808
362.4825415	0	0	426.1012466	329.619262	365.1839973	299.0002645	455.9590625	630.2598215	185.1935619	283.9778854	384.4965932
389.4169563	0	0	431.0524718	273.3131463	259.4728837	410.5767643	506.5950774	695.7217292	182.765353	294.0963441	423.6830496
371.0678293	0	0	451.8610997	288.1851376	250.4861061	590.8721779	568.4033631	837.1521958	231.2297267	320.1827916	386.6732399
433.9124135	0	0	506.4939122	366.2980614	312.8286488	603.3435382	649.8152822	986.5861872	237.8493352	337.8618997	448.0859255
424.519097	0	0	519.6873234	435.9494798	431.5712219	632.4245623	751.534128	981.8993769	288.91367	356.5794287	491.5560824
468.9394988	0	0	531.0786605	341.1561446	407.2029396	724.7496375	671.2197628	929.0989216	351.5944872	428.6286736	525.8457459
450.8981937	0	0	572.4495497	448.6060984	543.2084442	860.3757758	793.2740564	906.7527481	355.6888951	503.9039682	525.8374365
639.5426291	0	0	696.0854012	574.8500089	628.766755	1112.667494	728.529118	972.9898125	388.6798829	514.309805	532.5756482
564.8288527	0	0	675.288192	576.0412116	817.2504385	1582.503914	876.0556529	870.6199526	511.9890367	610.2391236	605.1564219
630.6054405	522.497071	363.3768165	677.1545349	751.3602308	541.7945224	1142.957996	865.3283708	965.865228	382.96964	684.926548	688.7971396
739.7441181	888.3829459	643.2493319	785.596142	672.8767862	756.101105	806.6814817	748.7465793	925.9051331	390.714604	666.0857874	731.4093432
795.1678047	911.1493133	649.9929027	741.5528969	740.9483218	1051.423198	1235.390101	862.0300955	848.6807152	438.511476	630.0161852	623.6059742
963.2571362	986.5394712	698.4093527	836.1995682	771.9909802	777.9541901	1198.928927	791.3472494	898.7698214	397.7234593	747.9316539	630.9108099
976.1623539	1071.861349	704.545341	907.6136865	1001.300597	1056.625532	1201.279062	925.8627657	985.3804246	522.4313732	930.2690433	812.6739129
1044.692818	1124.322492	763.3580029	956.7347934	987.6889502	1154.905038	1239.171311	931.4562845	1076.208295	754.0965197	1063.525858	940.5200364
1064.447612	1228.533693	912.2144841	1049.190229	1158.74909	1342.222716	1185.590675	1031.185907	1164.732026	663.6652119	1151.352827	1077.294516
1228.236305	1201.985417	1168.334547	1167.861078	1126.389606	1420.034715	1230.496573	1107.04458	1245.190731	800.0936749	1209.868946	1183.199182

Fuente: elaboración a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

Copra	Nuez	Durazno	Fresa	Guayaba	Papaya	Piña	Tuna	Zarzamora	Otros cultivos frutales, cítricos y no cítricos	Caña de azúcar	Alfalfa
563.4403967	336.5039333	487.5390031	297.208142	427.0886151	322.4227969	341.8709145	0	0	220.2194659	357.5373997	518.7152915
410.4697149	335.4687666	497.8119852	353.3424937	421.1844318	321.3018492	357.9301456	0	0	238.3750507	363.5526651	489.6984843
478.3771635	266.3117339	538.0076257	388.6100955	319.2750356	407.6183584	546.4771343	0	0	277.989852	373.134608	490.8038418
653.3318627	341.2623595	478.5949395	422.699003	261.1586997	455.0666334	589.681002	0	0	436.5832584	387.8679826	522.6935374
733.7262844	392.8512965	465.0530033	466.6102938	315.0108716	444.6423153	488.3674517	0	0	470.6224001	427.7327235	505.3359467
773.1376559	481.9100901	465.2443946	407.7826463	310.8175358	630.8433351	532.2740715	0	0	428.1579124	507.5572556	525.9181562
736.4400638	479.6949698	489.6722601	455.0907127	367.8586167	628.3207869	512.7972252	0	0	556.0074407	542.811556	543.6085206
801.4837455	492.8566299	592.5667008	520.8008371	364.954845	621.800164	536.6289139	0	0	569.1311906	555.6427229	588.717682
1089.513192	472.4341358	689.1606431	525.6066649	374.1129759	727.4569643	593.8059724	0	0	568.9502654	572.000971	620.9079228
888.6739752	490.9845922	679.6381772	406.626577	406.3385617	621.1045355	663.871121	0	0	604.7221868	549.7045482	682.8497558
1055.532932	516.8584676	624.7478403	586.3817054	483.6326358	858.7381432	743.6227033	0	0	685.9959723	745.789948	696.7736781
1927.827141	761.0201027	675.5226222	761.0215149	479.3502549	760.9876917	927.553185	0	0	695.2911107	919.0189568	816.4835887
1463.784821	789.5745614	940.6851721	811.0315793	652.0970855	829.4773983	790.4164568	663.6024533	545.1742126	738.9385219	978.4675562	918.6635946
1172.471382	698.8417948	987.490121	853.7893536	655.9377197	870.9626554	826.1771745	1144.226023	958.860884	690.4664851	900.8729796	833.9387229
1386.946398	640.2397295	945.8393266	957.5981359	739.69534	864.3743034	958.8583054	1191.205255	907.0702526	705.7333989	768.7710672	807.2223844
1479.585226	736.1294325	980.1270307	1069.056131	852.3394522	960.963953	1042.617756	1244.341013	883.8147451	797.7180546	854.7793429	842.9410025
2041.659507	925.9504348	989.8232329	1159.105589	917.9650747	1016.203307	1261.600364	1212.791573	990.1121889	953.1019307	998.3262217	913.1801818
2820.51944	1076.771205	1041.222793	1058.562823	856.0804354	1126.020472	1283.274098	1166.64676	1022.17458	1058.149883	1180.96321	985.3210577
1749.562844	1199.724096	1173.861432	1132.248369	979.5824971	1318.858569	1121.827309	1195.828479	1054.798413	1145.637846	1247.288289	1092.449774
1238.721192	1202.248728	1204.453252	1228.434428	1222.229707	1291.683756	1355.21645	1208.001061	1188.843292	1189.497416	1196.218581	1203.986613

Fuente: elaboración a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

Agave tequilero	Cacahuete y otros cultivos	Ganado bovino	Leche sin pasteurizar	Ganado porcino	Huevo	Aves	Ganado ovino	Ganado caprino	Miel de abeja	Camarón (incluye camaricultura)	Atún
0	463.6225503	341.8741001	530.7972202	500.3368573	470.8092634	394.5901703	505.2279815	502.2951099	199.0081715	762.4769129	430.7296574
0	526.4932933	361.0201201	543.2786866	498.5738395	500.2192914	372.0196014	537.523313	530.8695005	202.4177344	713.6308632	383.225098
0	494.7663683	370.1738471	537.7595021	452.4218877	490.515475	375.5338195	523.2831515	549.8071114	249.3359713	688.7132355	404.9785214
32.10728251	511.8714671	384.3093152	538.3651411	493.4193227	560.7158842	400.3333049	516.5037467	541.2487159	431.110112	693.003528	423.8396354
348.3518145	511.6634201	454.8706808	568.7954135	632.7275389	669.6620504	471.8681813	549.3930336	571.4135885	480.437793	704.7722614	508.7009243
251.9204811	485.9177923	515.3555782	633.9507816	645.1799684	615.2973585	473.2930691	570.4193999	691.5101774	376.6526715	759.601813	512.8872791
179.4864518	500.8394912	511.3772948	669.7236862	595.7149041	652.6421716	458.9262409	564.8304354	811.5710472	357.8328824	691.0332785	558.1282001
173.7453486	548.6020226	530.4163906	742.7142548	582.2747696	763.2094915	501.7287439	564.1992044	751.2859394	359.5485547	631.0346244	621.6715237
219.8420952	677.473868	561.8047342	831.3526141	664.9064053	924.9715346	538.6706161	654.6692055	806.5235141	452.8841257	669.4297468	713.0633801
275.1517054	740.2299517	568.7503458	830.3259167	723.0386037	1056.557522	616.5980225	724.8789532	734.9474445	623.6557311	710.007801	765.5616838
335.7725023	672.9237193	566.8117855	838.444901	730.8998829	877.9731177	645.1846485	752.7896441	786.5708909	676.8461819	713.7882192	652.2078825
359.5810155	820.9362064	591.7878904	874.2856369	757.7828728	1006.622713	643.0543418	775.5826348	851.6089647	694.8522938	744.3887267	651.8427221
362.0289475	948.0894691	707.7032036	978.8249105	813.3341504	1327.883257	746.2377572	815.3344019	926.2009015	789.0481368	773.4579208	715.2722988
488.5819728	916.0971947	806.7288431	1014.272263	845.0934299	1596.250887	785.2196447	846.2721035	958.5956702	841.7013208	901.0245106	793.3002724
684.821562	825.4840288	904.9635405	1058.124326	1015.307461	1529.529692	811.6831621	972.2560626	981.3509935	896.01319	1125.613563	816.5928325
790.861831	952.1213639	1076.089492	1065.505767	1047.809677	1353.044602	746.8950014	1038.810388	1022.9733	997.3883889	1030.886616	872.7713219
932.8206301	1044.386345	1128.973233	1059.65546	1114.675103	1025.561079	831.1467732	1086.813654	1078.736872	964.4573416	1113.268937	1088.731101
967.8457541	1051.84747	1149.000133	1081.462342	1203.787663	1199.015745	837.1038746	1157.303806	1164.141373	1126.509472	1201.252847	1209.869598
1068.593342	1165.230321	1181.166404	1114.900939	1200.432328	1322.165334	875.7906897	1175.662722	1202.529332	1270.452499	1208.607592	1284.644838
1196.923331	1213.796169	1199.616362	1192.311225	1203.025772	1388.890301	880.7127915	1198.178189	1201.412799	1218.571876	1198.297016	1254.291592

Fuente: elaboración a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

Otros mariscos	Mojarra y Otros pescados	Agua potable	Arroz	Harinas de trigo	Harina de maíz	Harina de soya y otras harinas similares	Malta	Almidones y féculas	Manteca vegetal	Mezcla de aceites vegetales refinados	Pastas de oleaginosas
362.7424298	292.2040165	0	545.4030472	371.1499816	337.5350835	0	426.872291	582.1978714	376.6255931	0	0
402.6109426	310.1175832	0	530.289942	386.3476106	338.3545894	0	426.872291	618.8264065	376.6255931	0	0
397.173914	346.2921215	0	529.1999202	413.8716125	371.452403	0	472.7382289	638.2176913	376.6255931	0	0
486.4585238	361.1244757	37.77274842	526.0398912	461.2206979	378.9467826	41.75304969	478.8833698	674.8517538	386.4134755	0	0
505.2967472	382.8806613	477.6269606	609.7348871	506.3582869	398.9501375	529.2199048	478.8833698	726.5765295	501.7507332	0	0
541.9205407	428.30897	506.2058221	606.1376506	518.1930845	433.4681722	539.0819751	486.6484636	747.8842893	507.786901	0	0
560.4847121	461.9576453	528.6179046	572.8179007	550.4642593	453.6007927	530.1251109	501.5992024	775.9895409	507.786901	0	0
617.493253	475.0735641	555.9351563	604.2942709	671.5221644	529.8471284	585.4324531	590.1108166	850.2707347	516.2523379	0	0
658.2381935	521.3755105	630.0400005	808.5500051	914.8196321	530.843981	779.4705658	738.3172382	893.5041012	739.4214839	0	0
632.1735028	575.1726326	682.4334467	911.7757416	883.584735	582.7640849	878.6386517	1030.638821	957.6146784	762.2724314	0	0
690.5459904	641.1450512	765.7699506	861.6613911	861.92986	669.5988381	858.6401935	971.9640352	956.5674607	779.8715719	0	0
730.0168842	741.4430865	800.5261674	858.6709706	941.6131131	799.9297431	852.2181569	1026.433826	1017.128806	960.7229661	0	0
802.6041534	814.5397875	827.7816165	943.6293721	981.4166399	983.5020044	947.5522485	1097.710538	1085.748908	995.9350332	717.6157804	579.411077
805.4355414	856.1973861	885.6613689	955.3684429	1014.537012	999.5097559	966.2545241	1132.455845	1149.868823	1016.800913	1123.847715	963.075779
850.1401907	883.67097	924.1527405	961.9733149	991.0161595	972.6847721	1061.053399	1085.744993	1151.062093	1010.114189	1087.751044	1014.01433
881.4827427	936.7312018	966.446252	964.7284417	1006.423073	978.0452395	1059.53135	1048.534153	1151.805763	980.6126067	1067.296259	1080.029
927.6888806	1026.54403	1020.963906	1008.602127	1028.275039	1009.005989	1095.683796	1091.757863	1164.299331	1004.368639	1111.04939	1147.80105
1041.368964	1091.547634	1072.16186	1092.803762	1090.172505	1089.803717	1122.052851	1136.490709	1170.596823	1123.624415	1199.124141	1189.51708
1121.103139	1146.204468	1129.92229	1179.59372	1145.607729	1121.322868	1180.25797	1158.410859	1172.649607	1194.156539	1197.446548	1256.48074
1202.571421	1194.392484	1198.046334	1179.208185	1191.653279	1192.980797	1200.610116	1200.573903	1199.158857	1199.803001	1190.628805	1203.41301

Fuente: elaboración a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

Aceites vegetales comestibles y margarina	Cereales en hojuela	Azúcar	Chocolate en tableta y en polvo	Caramelos, bombones y confituras	Frutas y verduras congeladas	Frijol, lentejas y similares envasados	Jugos y néctares envasados	Puré de tomate	Chiles procesados	Otras conservas de frutas	Concentrados para caldos y sopas
361.7101176	584.623526	491.8648245	353.4686371	518.782116	0	0	585.7391839	476.2060927	485.361166	480.5889988	424.9171078
345.0925374	640.566089	508.9158508	369.4751696	526.590016	0	0	609.2343991	504.5997185	503.1645217	482.4714813	448.74525
365.2104767	656.160644	544.1749634	403.9612731	555.572252	0	0	633.8345318	517.5982775	509.0325961	492.3006821	468.0477743
412.0192789	654.733395	602.1359955	446.2564555	571.096328	0	47.05814311	674.9603081	557.51871	545.105006	548.6158176	492.8677383
487.6518915	662.659918	638.4425256	487.0827462	601.940095	0	566.0492272	720.289053	628.2897359	603.7298511	621.3974023	532.0582039
501.4043995	667.429189	621.628753	514.5094685	622.816327	0	677.9445505	771.3236374	680.3236587	658.0226231	643.3716763	540.2880973
504.0348281	697.280192	719.5248358	518.3502731	647.391441	0	662.9786492	802.8712545	690.0096789	690.9710128	653.5114665	566.0501383
548.5235065	712.08867	673.2560167	557.8921064	687.649624	0	704.3244043	827.5892098	716.6920683	701.1265695	672.3597307	588.7121452
902.6635692	750.488481	571.6471084	575.8646008	722.041138	0	794.5216884	857.7146449	769.5490772	731.570278	736.0275322	619.4276139
857.250004	814.785327	835.2476647	600.1061608	760.779023	0	952.4106996	894.8701453	865.488767	843.0358539	784.2165969	675.5389202
834.8114927	830.939578	1086.019692	683.0959225	794.012028	0	937.7247943	951.177848	901.9142886	854.5705082	824.7445497	728.4985538
953.4613099	900.883374	1151.454075	759.8244379	828.357889	0	902.2147195	973.9572406	922.1598083	875.2766536	861.6509463	781.9388562
1009.356058	956.293035	1048.636598	818.6255181	879.963575	503.4091882	1118.211969	993.5953729	960.5743447	923.2845872	893.7893934	819.1843325
1013.094926	973.728495	714.7852961	845.9902829	903.468585	863.4001894	1088.117236	1007.626974	972.9421377	960.224031	910.1526536	890.7933721
986.2428328	985.087601	712.0663992	869.1421687	926.577465	882.1489084	927.314776	1049.779553	1006.232312	992.7879186	925.8704033	902.3998042
974.6541819	987.503864	801.7384019	940.5424507	958.814681	975.0798612	938.8764065	1067.32993	1048.208392	1009.838978	972.5321474	911.6794276
1023.437426	1010.22669	1041.2062	1005.73719	1016.67599	1096.005637	1088.982782	1080.179232	1063.086498	1049.962968	1036.680398	987.3817149
1127.183783	1062.78664	1206.67706	1085.249016	1098.53072	1126.342436	1247.142754	1126.076823	1076.109096	1115.139466	1100.947224	1055.40183
1183.182752	1153.91815	1142.953798	1153.199089	1154.98432	1179.119964	1302.563884	1153.418319	1137.404308	1182.812215	1144.944194	1118.56971
1208.009838	1205.59171	1169.552435	1205.791364	1195.81892	1208.132582	1213.931827	1200.482446	1198.47548	1202.326882	1184.244799	1199.60271

Fuente: elaboración a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

Sopas y guisos envasados	Leche pasteurizada	Leche en polvo y maternizada	Leche evaporada y condensada	Queso oaxaca o asadero	Queso fresco	Queso chihuahua o manchego	Queso amarillo	Otros quesos	Crema de leche	Yogurt	Otros productos lácteos
543.5841159	474.142469	550.7623338	512.4814699	623.1856853	583.2659664	566.1065373	507.1773313	551.3065507	529.8770908	715.1686625	364.9116194
573.2580554	501.416631	582.9748055	535.8814052	643.889485	597.5033663	556.6385577	501.1643483	567.2108858	531.274465	734.9909428	370.978281
589.6045755	504.34038	606.729163	560.1015487	641.3173359	597.0484226	546.9183331	491.3087216	580.2598516	533.6428786	750.8407854	381.4546164
614.7587999	523.120687	611.4662329	564.2826757	650.4793107	605.7644436	561.5114018	491.3008116	605.7860343	545.6030263	720.2961615	397.5948125
662.4390263	565.783793	619.1725222	580.2457244	693.8546704	655.6182443	607.2187053	531.4354228	662.0366996	559.1324248	728.4662374	399.3329187
684.6129531	604.060205	645.6199122	625.6990536	705.5929829	672.5693078	621.7810669	551.578846	680.7574894	579.092427	732.9692359	408.4866275
711.1036324	634.062235	655.7953675	628.2437225	711.449089	683.2752709	636.1880239	556.4888884	683.2072615	604.1818333	747.4517868	436.3410969
725.0204668	686.801284	750.8726301	691.0100068	750.8247499	727.4296686	672.4643414	615.1010203	708.5882197	634.2772449	805.6946558	484.5359213
751.9157113	739.279509	810.5755883	751.0171146	794.0303416	799.5903343	758.2209125	704.6703185	770.928992	701.7036036	842.5751032	556.8048635
815.5033514	781.128607	818.6742323	756.5207559	809.2916231	822.1442584	799.5178438	725.8232471	800.9436195	702.5205414	848.1730447	619.8858208
822.1411403	795.85986	833.6004831	782.3589688	815.2912807	839.5757967	818.521403	751.1101368	805.2582389	723.3007286	851.1249764	676.427036
825.8416607	816.902673	877.3418525	877.8523904	854.5421142	859.4573813	854.7391335	785.5044184	824.8830036	760.0364849	865.5517379	737.0793835
868.0526828	865.079941	925.2632432	919.9836184	903.1672966	889.4237281	901.6172567	833.3319966	866.5069682	792.3908268	893.080844	775.271215
928.340555	905.547303	952.8481754	979.4926288	948.0430998	929.9031607	931.7038349	886.791266	903.2635776	830.4169582	915.2577593	810.7507702
968.6637562	943.585082	965.2639405	1003.714303	993.377953	962.4090126	962.8483785	914.9035627	921.8696052	870.3514795	953.3370934	853.0314531
965.0889384	970.045759	1019.938008	1068.729151	1004.68941	997.9993796	993.3927998	953.0707561	939.2528608	908.4233722	985.494818	887.7088848
995.532155	987.891921	1040.679068	1084.825745	1023.495741	1028.863829	1019.679801	992.0630162	956.9936672	943.4309573	1021.146427	909.0976802
1073.391897	1060.19535	1085.53044	1106.714382	1086.957899	1107.320314	1088.529122	1083.92509	1010.690162	1028.919384	1095.008846	998.984053
1141.784477	1131.19851	1140.046556	1142.747621	1143.794083	1154.755642	1149.152472	1142.011081	1085.406766	1102.802579	1128.84833	1055.865413
1203.148896	1203.32605	1194.351461	1192.389077	1199.589425	1215.103394	1205.878066	1191.266513	1192.021437	1191.308475	1196.943784	1167.121238

Fuente: elaboración a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

Helados y paletas	Carne de bovino en canal	Carne de porcino en canal	Carne de ave en canal	Vísceras y cueros	Carne de res	Carne de ave	Carne y manteca de cerdo	Jamón	Salchichas	Carnes ahumadas, secas o enchiladas	Tocino
480.1111473	395.915989	526.53878	400.7625548	454.9317217	370.8533301	363.6579083	421.0503897	484.3024181	461.1797277	448.1473866	427.4700799
511.0809541	417.4954915	546.3393768	397.6528327	532.0105368	388.1659198	352.7751235	440.6378132	512.3749695	483.1480952	468.8101059	465.4330385
537.8611311	432.3349365	507.5455209	409.5512909	509.0808792	392.2958527	350.1065539	423.2201101	513.8736306	483.7691887	455.9331749	479.333383
568.5669302	442.0160586	533.6195711	422.0010498	450.3028772	413.9848671	361.8441479	427.2178668	521.8141655	488.7797177	471.4983056	481.7255722
595.9952585	535.8675497	647.641454	447.2139637	493.4860804	479.5795787	380.963159	483.9404378	583.4081728	532.7104827	513.6249113	525.4362223
602.9903358	592.0154825	659.6200384	464.5741088	539.6734946	517.0710083	413.1138528	521.3855679	601.851826	549.0187806	549.4327621	551.3326387
615.482698	584.4549585	628.0368031	457.937123	510.2814672	515.7772539	416.7246458	517.2041176	620.2945442	567.8041148	556.1085075	554.2105207
642.1764607	604.0922117	602.8425319	520.8791574	480.2260781	532.187989	465.2671467	520.4064716	665.7210638	600.8995985	583.4267538	593.926278
670.9719252	619.1115164	684.2145608	545.7428062	526.1033074	554.0690911	503.6823274	553.4142263	707.5741491	637.6246168	620.1647784	625.8328726
712.4744207	646.4178197	744.8725963	636.180199	481.9979892	605.6776324	563.7661257	599.4686761	821.8562572	747.1864039	712.5677017	685.8627281
753.7808291	653.8295192	769.8653442	650.2895479	511.1011268	616.5096691	575.479903	627.9619124	811.5081185	740.6296183	748.9107764	704.871874
791.2383557	691.9840513	794.6305347	652.3478665	666.6009912	651.4154198	596.0100357	657.3366277	824.276262	762.5202353	782.8271526	735.9601506
830.7087102	796.1161253	848.7717674	768.5472409	801.9323248	746.8015313	660.5000901	714.8311376	855.9001427	813.7701237	859.6541598	804.1352425
855.5563276	883.5766912	875.2827206	857.4194892	904.834497	792.5879939	726.3682284	733.1009173	861.7571158	837.7944254	899.9135803	819.6509372
877.0616241	975.1242237	1007.500573	895.6487195	971.8858376	839.4725946	755.9994684	845.1856808	909.9571136	890.6521141	982.5188659	862.4028247
923.8131939	1077.630619	1068.125744	896.9084851	1013.086338	978.6029492	818.3787264	802.1303633	966.211512	974.7686512	1051.595834	912.1235716
955.5866476	1125.480453	1084.273417	927.7670429	1000.255118	1031.216491	821.7938223	899.1088688	1062.860113	1046.411783	1080.90456	964.5616263
1005.524772	1128.557775	1155.50918	971.7265889	1084.802611	1079.020055	858.9214613	991.0912328	1101.466285	1086.34248	1133.260974	1038.590036
1104.224018	1166.163974	1180.97614	966.9903812	1193.16187	1143.240896	932.4543897	1073.393641	1138.371714	1135.042323	1193.805531	1126.435829
1192.338094	1198.960497	1206.758817	1000.376404	1214.658937	1203.688686	1104.764535	1174.351067	1195.442731	1194.361963	1206.498963	1192.900101

Fuente: elaboración a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

Chorizo	Otros embutidos	Productos derivados de pescados y mariscos	Atún y sardina en lata	Otros pescados y mariscos	Pan blanco empaquetado	Pan dulce y pastelillos empaquetados	Pan blanco a granel	Pan dulce a granel	Galletas dulces	Galletas saladas	Pasta para sopa
533.780456	515.6948644	399.167215	448.7727385	577.5009707	364.8201895	361.2537807	466.7834362	369.2860221	550.6383182	483.216852	474.4765853
549.0690718	542.249699	380.2419339	429.1226669	588.5235083	392.0917918	385.9477247	480.2997943	382.3834556	571.2975371	502.0162442	495.1738362
548.6872146	543.8693547	395.7373865	429.1204818	623.7337752	430.3140115	413.2446254	519.9829749	409.4032589	580.6514943	529.9796622	512.322547
552.0250619	545.3651447	410.1082409	429.8238308	601.9597413	472.0027176	440.9843641	578.7799575	451.7406696	596.0876752	559.7552936	521.4812968
551.8329904	582.9573353	452.2896091	483.2592783	649.3478197	499.2532739	471.2883843	623.6020648	513.6830178	626.627178	585.8642573	552.3678668
549.1409974	610.1112598	523.3548432	545.8172875	682.927342	514.3544373	490.0670857	635.908674	546.7913155	627.2941791	587.250189	585.7550929
558.1616599	620.0600269	550.2099547	554.6876097	713.8977079	544.9474298	517.7408207	662.798087	580.1263471	644.9936391	592.745747	593.4272047
598.9014341	666.701806	552.3827362	556.5808702	736.2866842	599.0444343	564.2781612	734.3928735	633.8162927	690.6378999	637.6149299	627.0803962
660.4460285	714.0147231	594.0542113	599.8526001	771.2523363	700.1661047	640.9300358	840.0042656	699.1402226	767.1912977	722.7572102	699.3816528
762.1451195	829.5903691	648.1392658	685.5417623	793.8191984	762.7466705	674.4778278	864.7811881	728.4110892	815.62678	791.4290318	771.3663886
774.7934615	838.4279382	674.7036846	736.5630157	784.6169329	768.2742363	682.564361	883.7900665	755.1652892	841.360803	827.002075	791.0021061
796.9033184	847.7028055	700.4067149	777.1814768	800.1122175	807.8550359	716.7053337	928.1559055	831.4223896	851.1748843	868.2581061	839.7361934
850.9492098	905.788739	745.0957746	821.5312322	819.9648084	851.7818396	756.2785511	997.8407905	915.8001381	882.564895	912.0879086	908.5087896
881.4344526	943.6136123	901.7140618	884.5036115	834.1030883	881.7129404	816.0521493	1061.107779	971.039412	917.3774214	961.6575751	927.2648053
915.1431936	973.0473472	969.5452175	899.7383107	880.0088653	917.0518714	865.2034085	1078.797375	991.439343	950.7343632	1007.024361	934.6820078
975.5342995	1020.166832	1101.594279	876.3518743	939.8991555	938.1356274	893.9429588	1087.387805	975.691496	974.2535092	1036.064738	1008.254518
1020.413795	1069.962475	1165.856484	921.0690628	1047.271967	999.5911373	921.5626122	1100.006883	1002.583818	1019.689355	1065.437239	1058.425743
1065.099988	1129.556531	1188.667775	1009.877322	1117.74616	1058.708839	994.579795	1135.339268	1080.908398	1071.991186	1133.510795	1085.096921
1106.373273	1168.607839	1199.852537	1126.05451	1189.056366	1122.167441	1096.562286	1160.769608	1155.299467	1150.292477	1169.849262	1134.341785
1182.91294	1202.215586	1197.199685	1191.930319	1210.762548	1209.959326	1200.436332	1203.607326	1200.501465	1200.345824	1199.828884	1189.763551

Fuente: elaboración a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

Tortilla de maíz	Tortillas de maíz empaquetadas	Botanas, frituras y similares	Café oro	Café soluble y otros productos de café	Concentrados para refrescos	Otros concentrados	Mayonesa	Sal	Otros condimentos y otros aderezos	Otros productos alimenticios	Refrescos envasados
346.5911062	0	364.8815645	399.8684674	656.2662611	812.3122013	0	642.8912635	309.7065684	600.7192043	431.7777262	468.1887287
392.9165588	0	395.2372977	300.5480202	662.3413099	804.9678673	0	620.5873572	337.2737958	618.0682236	439.1355046	510.9039248
416.6232897	0	410.1967764	298.8805814	673.4146051	804.9678673	0	610.6237081	374.785649	619.104935	443.0578015	550.4862881
456.6611796	0	426.2309392	347.043364	676.925072	815.3942992	0	631.9892071	375.8963345	640.9060468	466.0853159	568.7794365
494.2089235	0	449.9413489	476.5448751	699.4713189	825.8544261	0	661.2434721	398.0479055	660.5235375	531.7282647	589.9788785
528.7123445	0	452.1186901	685.7867218	793.3542099	827.5204224	0	683.0528258	421.1746142	665.315345	560.9651861	598.0606476
572.6449247	0	488.7326674	700.2243772	816.8991545	831.4888475	0	681.3154309	454.8937684	675.5898945	572.9482078	642.8176962
641.354467	0	523.04257	733.9587602	837.138987	860.261648	0	673.1231091	477.3996217	699.6895984	637.8646019	657.9690059
669.0711291	0	591.035082	841.0795877	868.6217562	885.500392	0	751.8775735	518.7698325	737.4463042	697.6731943	682.4104325
726.9498428	0	653.5026891	998.2020244	897.0627343	904.1713718	0	800.9879364	556.6730262	781.9447399	742.7528882	709.2393559
766.0562569	0	672.3057381	1291.22893	909.4110404	939.2054042	0	789.8101645	601.3016317	817.1629896	770.6125362	750.1192771
872.9196649	0	703.8766227	1836.465419	982.0187556	955.947842	0	831.4327272	625.8545538	849.7209803	781.3367729	769.9463041
979.1222393	561.5922145	781.5346248	1326.379726	1043.063831	1003.052277	504.1918742	897.1013302	667.067071	896.5300554	890.3052323	815.7571731
998.6435619	993.2257629	803.4910714	952.9903222	1091.022933	1017.350686	883.6563858	941.4610071	690.5222339	931.9728449	929.1860485	846.9262925
995.4749021	1015.101445	853.590279	1129.056238	1108.703451	1020.137887	910.4301411	990.4499216	744.6935561	968.9998117	941.9428339	872.540445
999.7191096	1025.26865	900.7641513	1131.91627	1130.775941	1039.06449	985.5350865	1006.446228	786.9348514	1006.22953	965.4272912	912.7684068
1030.548022	1033.727687	953.0910055	1270.802047	1148.726867	1068.788457	1078.845478	1054.453389	881.3195867	1060.879414	1008.063643	961.8017944
1109.147576	1063.015895	1043.500669	1283.879746	1156.109136	1115.567109	1110.149773	1126.538546	950.8739334	1123.099986	1090.501261	1054.411714
1154.014831	1134.554676	1139.114011	1224.794661	1168.893231	1147.484244	1135.930205	1171.819823	1081.185785	1171.359377	1140.431994	1135.719968
1195.042387	1191.42514	1199.663916	1192.529734	1198.519073	1202.213432	1199.87196	1211.392445	1203.556866	1201.76762	1196.31922	1201.522976

Fuente: elaboración a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total

Aguas minerales	Otras bebidas energéticas o jugos con sabor a frutas	Agua envasada y hielo
559.3241839	0	0
610.3541228	0	0
657.6414061	0	0
679.4954142	0	58.29134398
703.9720498	0	716.8960939
714.7071774	0	713.6247837
767.7339983	0	772.4961266
787.9717341	0	765.0284225
812.9314143	0	845.1644476
845.6600363	0	869.1525015
894.7398884	0	915.2119899
918.193802	0	941.7543704
967.427719	562.8976004	981.5387742
995.9532375	990.8636371	1002.000931
979.0771703	1025.671049	1023.995416
992.3633897	1034.099689	1040.608701
1012.377543	1070.772431	1085.110737
1101.519622	1122.398479	1127.385837
1117.939534	1152.236023	1151.494879
1190.798459	1205.133035	1199.087122

Fuente: elaboración a base de datos del INEGI.

inegi.org.mx/app/indicesdeprecios/Estructura.aspx?idEstructura=1120015000300030&ST=Índices de precios de genéricos para producción total