

ALIMENTOS ULTRAPROCESADOS Y COMIDA RÁPIDA: HACIA LA CONFIGURACIÓN DE UN PATRÓN ALIMENTARIO HÍBRIDO

Felipe Torres Torres y Agustín Rojas Martínez^a

Fecha de recepción: 29 de mayo de 2023. Fecha de aceptación: 14 de noviembre de 2023.

<https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2024.217.70084>

Resumen. Con la entrada en vigor del entonces Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), México registró una rápida expansión de la oferta de alimentos y bebidas altamente industrializados. Esto transformó los esquemas de abasto y distribución, y generó también cambios en el patrón alimentario. El objetivo de este trabajo es explicar cómo estas transformaciones llevaron a la configuración de un esquema híbrido de distribución y consumo, que impactó en el gasto, la frecuencia y las cantidades consumidas de alimentos ultraprocesados y de comida rápida en los hogares mexicanos durante el periodo 2000-2020. Este modelo híbrido se asocia al incremento de enfermedades como la obesidad y crónicas degenerativas.

Palabras clave: industria de alimentos y bebidas; productos ultraprocesados; comida rápida; consumo de alimentos; obesidad.

Clasificación JEL: E21; I12; I18; L66.

ULTRA-PROCESSED AND FAST FOOD: TOWARDS THE CONFIGURATION OF A HYBRID FOOD PATTERN

Abstract. With the implementation of the North American Free Trade Agreement (NAFTA), Mexico experienced a rapid expansion in highly industrialized food and beverage products. This has transformed supply and distribution structures and led to changes in dietary patterns. The objective of this paper is to explain how these transformations led to the configuration of a hybrid distribution and consumption scheme that affected the expenditure, frequency and quantities of ultra-processed and fast foods consumed in Mexican households during the period 2000-2020. This hybrid model is associated with an increase in diseases such as obesity and chronic degenerative diseases.

Key Words: food and beverage industry; ultra-processed products; fast food; food consumption; obesity.

^a Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Económicas, México. Correos electrónicos: felipet@unam.mx y agustin.rm@comunidad.unam.mx, respectivamente.

1. INTRODUCCIÓN

Desde mediados del siglo xx, México registró cambios importantes en su patrón alimentario al incorporar gradualmente productos industrializados en su dieta habitual, lo cual amenaza claramente a la salud pública actual. Es decir, predomina el consumo de productos ultraprocesados de comida rápida (dentro y fuera del hogar), lo que impacta en el gasto de los hogares de todos los estratos sociales, es detonante del sobrepeso y la obesidad, además responsable del incremento de las enfermedades crónico degenerativas, cardiovasculares, diabetes, entre otras, que influyeron en las tasas de mortalidad de la pandemia por Covid-19.

El incremento en el consumo de esos productos no sólo trastocó los datos en salud pública, sino que incidió también en los cambios de la estructura económica: su irradiación en la cadena agroindustrial llevó a la configuración de un nuevo esquema híbrido de distribución y consumo de alimentos y bebidas, en el que predomina una mayor oferta y la elevada ingesta de productos industrializados hipercalóricos, “diseñados” para adaptarse a las condiciones que exige la movilidad de mercancías en el mercado global en la actualidad y satisfacer así un cúmulo de demandas segmentadas, vinculadas a la tecnología digital mediante plataformas electrónicas.

En la literatura son incipientes las investigaciones que abordan las implicaciones del nuevo esquema a partir de los productos ultraprocesados y la comida rápida, o bien el control corporativo de los circuitos de abasto-distribución por empresas de carácter global. Es igualmente incipiente el impacto del esquema híbrido en el patrón de consumo alimentario, de acuerdo con el efecto en la salud, que tiene la oferta dominante de productos altamente industrializados o la capacidad tecnológica de las empresas para alcanzar mayor proximidad al consumidor a través del abasto en línea.

El presente estudio intenta responder a la incógnita de cómo el nuevo esquema híbrido en la distribución y consumo de alimentos en México se configura e impulsa incrementos en el gasto, la frecuencia y las cantidades consumidas de productos ultraprocesados y de comida rápida; así como también cuáles son sus repercusiones indirectas en la salud de los mexicanos en el periodo 2000-2020.

El esquema híbrido representa la integración total de la producción de la industria de alimentos y bebidas con el área de los servicios, mediante el control corporativo de los canales y aparatos de distribución, la fusión de productos ultraprocesados en otros platillos de comida rápida, al igual que en los espacios para su consumo.

La hipótesis del estudio es que la oferta de alimentos y bebidas ultraprocesados se expande a través del control que las empresas agroalimentarias ejercen sobre los circuitos de distribución y su integración con empresas industriales dedicadas al suministro de insumos empleados en el procesamiento. Lo anterior ha provocado una mayor proximidad al consumidor e influido, además, en sus decisiones de compra.

Con base en ese razonamiento, el incremento del gasto, la frecuencia y las cantidades consumidas de productos ultraprocesados y de comida rápida en México, se explica a partir de una transformación del abasto alimentario convencional y la configuración a un esquema híbrido que fusiona producción, distribución y consumo. El objetivo es explicar las características conceptuales y los determinantes empíricos que configuran este esquema híbrido, así como su influencia en la transformación del patrón alimentario en México durante el periodo referido.

La metodología empleada es de tipo cuantitativo y examina el circuito reproductivo (producción-circulación-consumo) de alimentos y bebidas en México en el periodo 2000-2020. La integración producción-circulación considera la reestructuración de la industria de alimentos y bebidas en cuanto al crecimiento, expansión y dinámica espacial de la oferta por grado de procesamiento, así como los cambios en la estructura territorial, patrones, circuitos y proximidad-densidad de los establecimientos para el abasto y la distribución. En el caso de las transformaciones del consumo, se mide la magnitud del gasto, frecuencias y cantidades consumidas de productos ultraprocesados y comida rápida de los hogares de México en la misma temporalidad.

Este trabajo está integrado por cuatro apartados después de la introducción. En el primero, se presentan las bases conceptuales del esquema híbrido en la alimentación. En el segundo apartado se muestran la estructura metodológica. En el tercero, se muestra la evidencia empírica sobre la presencia del modelo híbrido de distribución y consumo de alimentos en México. Finalmente, se presentan las conclusiones.

2. BASES CONCEPTUALES DE UN ESQUEMA HÍBRIDO EN LA ALIMENTACIÓN

Los estudios que han analizado las modificaciones en el consumo y la transformación del patrón alimentario de los hogares en México sustentan su análisis en la teoría de la demanda del consumidor (Barquera *et al.*, 2001; Marrón-Ponce *et al.*, 2019; Moran *et al.*, 2019; Sandoval y Camarena, 2012; Santos,

2014; Sierra, 2010). Estos estudios ubican como determinantes del consumo de alimentos y bebidas a la restricción presupuestaria y a los factores no monetarios, donde sobresalen el grado de urbanización, la falta de tiempo para comprar, preparar y cocinar alimentos, la duración de la jornada de trabajo, la información sobre el contenido de los alimentos, entre otros. Así, los cambios en el consumo de alimentos y bebidas representan la voluntad de los consumidores y con ello, se responsabiliza directamente al consumidor de los efectos que tienen en su estado de salud.

Sin embargo, las condiciones alimentarias y los daños en la salud de los mexicanos no son sólo responsabilidad de los consumidores. No puede sostenerse que el consumidor, de manera consciente y con información perfecta –como dicta la teoría de la demanda del consumidor–, sea quien compre en exceso alimentos y bebidas nocivos para su salud. Es decir, el consumidor no puede ser el único responsable de estar enfermo, cuando en el mercado la oferta alimentaria es homogénea, estandarizada, altamente procesada y se ubica próxima al consumo de la población.

No puede reducirse pues la responsabilidad de un problema social al nivel individual, debido a que una característica esencial de la alimentación humana es su adaptación a cambios que surgen de nuevas formas de organización económica y social. Particularmente, de aquellos que son producto de una mayor concentración de población y que llevan a transformaciones en la oferta del producto, su procesamiento y mecanismos de distribución, que a su vez influyen en los cambios de la estructura del consumo.

Los cambios en las dinámicas socioeconómicas impulsan a la industria de alimentos y bebidas a desarrollar, desde la oferta, procesos de innovación en la cadena alimenticia que permitan satisfacer demandas cada vez más complejas. Todos los eslabones que conforman las cadenas alimenticias se ven modificados, tanto por factores externos como internos, para adaptarse a las dinámicas que imponen las estructuras de mercado.

En la fase actual de desarrollo, esos cambios –impulsados por la economía global–, son más acelerados y se reflejan de manera intensa en el consumo y la distribución. Tanto las empresas como los consumidores se insertan más rápidamente a los avances tecnológicos alcanzados en otras ramas y sectores productivos. Y es mediante ellos que se optimizan tiempos de producción, de distribución, de compra y preparación de alimentos; los recursos económicos, la focalización de la disponibilidad, movilidad, y calidad de la oferta en tiempo real.

En la actualidad, la oferta de las empresas de la industria de alimentos y bebidas cubre diversas demandas individualizadas y segmentadas de gran com-

plejidad, diversidad territorial y sociocultural de las preferencias, además de nuevos espectros virtuales de la demanda. Para atender lo anterior, se impulsó el diseño de plataformas electrónicas accesibles que responden a la movilidad de las personas y su permanencia prolongada dentro del hogar, que las hizo depender de agentes externos para el suministro de alimentos.

Así, se modificó la estructura del transporte y la relación de los transportistas con los canales de distribución, controlados principalmente por grandes empresas. La producción o la ubicación de la oferta, no observa una localización rígida, más bien genera múltiples canales de distribución y una atomización de rutas o formas de abasto y traslado de los alimentos, incluyendo a los de tipo informal.

Los canales de distribución tradicionales o los supermercados establecidos en centros comerciales, que hasta antes de la pandemia por Covid-19 fueron el símbolo de modernidad de las ciudades en la venta de alimentos frescos y procesados, comenzó a declinar. Esos mismos canales crearon sus propias plataformas para envío a domicilio y enfrentaron, desde la oferta, a otros competidores creados específicamente con ese propósito. Se tienen varios ejemplos de ello, pero sobresalen empresas globales como Amazon, Mercado Libre o Cornershop.

La estructura de la distribución cambia en el mismo sentido que el de la oferta, ya que los consumidores no concurren a un solo espacio de abastecimiento, sobre todo, porque la oferta es flexible, homogénea y universal, y se orienta a las necesidades de consumidores cautivos en hogares u oficinas. A este formato también se adaptan los canales informales como mecanismo de sobrevivencia en entornos locales. Sin embargo, la base dinámica de este esquema son los productos ultraprocesados y la comida rápida o envasada lista para consumirse.

Monteiro y Cannon (2012) y la Pan American Health Organization (PAHO) (2015) desarrollaron el sistema de clasificación de alimentos por grado de procesamiento “NOVA” según su naturaleza, finalidad y grado de procesamiento. Clasifica cuatro grupos alimentarios (crudos o mínimamente procesados; ingredientes culinarios; alimentos procesados y productos ultraprocesados) considerando tanto a los procesos productivos primarios del sector agropecuario, como a los transformados de la industria de alimentos y bebidas (véase tabla 1).

Los alimentos crudos o mínimamente procesados son alimentos nada o muy poco transformados, mientras que los ingredientes culinarios incluyen especias, grasas, sal, azúcar que se usan en combinación con los anteriores. Los alimentos procesados son productos industrializados elaborados a partir de la

incorporación de grasas, aceites, azúcares, sal y otros ingredientes culinarios a los alimentos mínimamente procesados mediante métodos de conservación. En tanto que, los productos ultraprocesados son alimentos fabricados a partir de procedimientos industriales complejos, es decir, son productos diseñados a base de combinar componentes de todo con aditivos, edulcorantes, saborizantes y texturizantes (PAHO, 2015).

La rápida aceptación y alta demanda de los productos ultraprocesados y la comida rápida, así como su mayor presencia en la oferta alimentaria global, obedece al pragmatismo de ser de fácil acceso, pues se presentan congelados, enlatados, listos para cocinar, calentar o consumirse. Esto permite que su consumo se efectúe en cualquier lugar como la casa, oficina, restaurantes, automóvil o en la calle. Incluso puede hacerse en movimiento o de manera

Tabla 1. Alimentos y bebidas por grado de procesamiento de acuerdo con el sistema de clasificación "NOVA"

<i>Sistema de clasificación de alimentos y bebidas "NOVA"</i>	<i>Selección de alimentos y bebidas por grado de procesamiento</i>
Cruados o mínimamente procesados	Verduras y frutas frescas, refrigeradas, congeladas y empacadas al vacío; granos (cereales), incluido todo tipo de arroz; frijoles y otras leguminosas, frescos, congelados y secos; raíces y tubérculos; hongos; frutas secas y jugos de fruta recién preparados o pasteurizados no reconstituídos; nueces y semillas sin sal; carnes, aves de corral, pescados y mariscos frescos, secos, refrigerados o congelados; leche en polvo, fresca, entera, parcial o totalmente descremada, pasteurizada, y leche fermentada, como el yogur solo; huevos; harinas, pastas alimenticias crudas hechas de harina y agua; té, café e infusiones de hierbas; agua corriente (de grifo), filtrada, de manantial o mineral.
Ingredientes culinarios	Aceites vegetales; grasas animales; almidones; azúcares y jarabes; sal.
Alimentos procesados	Verduras y leguminosas enlatadas o embotelladas, conservadas en salmuera o escabeche; frutas peladas o rebanadas conservadas en almibar; pescados enteros o en trozos conservados en aceite; nueces o semillas saladas; carnes y pescados procesados, salados o curados y no reconstituídos como jamón, tocino y pescado seco; quesos hechos con leche, sal y fermentos; y panes elaborados con harinas, agua, sal y fermentos.
Productos ultraprocesados	Hojuelas fritas y muchos otros tipos de productos de <i>snack</i> dulces, grasosos o salados; helados, chocolates y dulces o caramelos; papas fritas, hamburguesas y hot dogs; nuggets o palitos de aves de corral o pescado; panes, bollos y galletas empaquetados; cereales endulzados para el desayuno; pastelitos, masas, pasteles, mezclas para pastel, tortas; barras energizantes; mermeladas y jaleas; margarinas; postres empaquetados; fideos, sopas enlatadas, embotelladas, deshidratadas o empaquetadas; salsas; extractos de carne y levadura; bebidas gaseosas y bebidas energizantes; bebidas azucaradas a base de leche, incluido el yogur para beber de fruta; bebidas y néctares de fruta; cerveza y vino sin alcohol; platos de carne, pescado, vegetales, pasta, queso o pizza ya preparados; leche "maternizada" para lactantes, preparaciones lácteas complementarias y otros productos para bebés; y productos "saludables" y "adelgazantes", tales como sustitutos en polvo o "fortificados" de comidas.

Fuente: elaboración propia con base en Monteiro y Cannon (2012); Monteiro *et al.* (2013) y PAHO (2015).

estática, no requiere de cubiertos y, en ciertos casos, de mesa o plato, ya que los empaques utilizados para consumirlos son pocos y desechables (papel, cartón o plástico) (Flores, 2007; Moss, 2013).

Estas características permitieron el desarrollo del esquema híbrido de distribución y consumo, que vincula las esferas de producción y distribución. La hibridación considera la extensión del área productiva al ramo del comercio y los servicios e integración con empresas dedicadas al abasto y la distribución, que incluye a las plataformas especializadas en comida rápida (Hirvonen *et al.*, 2020; Macri *et al.*, 2012).

El concepto de hibridación expresa la integración total de la producción de la industria de alimentos y bebidas con los servicios, mediante el control corporativo de los canales y aparatos de distribución, los espacios de elaboración de alimentos procesados y productos ultraprocesados en la comida rápida, además de los espacios para su consumo. Si bien este modelo híbrido inició a finales de la década de los noventa del siglo XIX, su expansión se dio al final del siglo XX.

El supuesto es que el modelo híbrido emerge en la actividad agroalimentaria mundial desde el siglo XIX en que la hegemonía británica consolidó un régimen colonial alimentario agroexportador del cual surge la noción de sistema agroalimentario, con la participación de otros países hegemónicos que siguieron el mismo esquema (Friedmann y McMichael, 1989).

Esos países consolidaron la aplicación de políticas neoliberales y establecieron un régimen alimentario corporativo para afianzar el poder de las empresas (Friedmann y McMichael, 1989). Con ello se impuso gradualmente la modelación de la oferta y el control del consumo por la industria de alimentos y bebidas a escala mundial.

Entre algunos de los rasgos dominantes del régimen alimentario corporativo actual destacan su profunda dependencia de la energía; el uso de algunos granos para la producción de biocombustible; la especulación financiera de materias primas alimentarias (particularmente en conflictos bélicos); la concentración de poder por empresas distribuidoras; el desarrollo de plataformas para la venta de comida a domicilio y la integración vertical de las empresas agroalimentarias (Rodríguez, 2011).

Ese régimen corporativo se ha consolidado en diferentes periodos históricos y corresponden a una relativa estabilidad en las relaciones internacionales de poder, donde concurren la acción combinada de la economía agroalimentaria mundial, las estrategias del Estado, la movilidad de las poblaciones y la apertura corporativa de empresas. En realidad, se trata de adaptaciones productivas de las empresas a las dinámicas de las demandas, con lo que modelan

el control de la oferta en distribución y consumo; el distintivo de las estrategias es la agregación de valor, al margen de la calidad del producto.

Ese régimen agroindustrial corporativo estableció los parámetros para la configuración y consolidación de los sistemas agroalimentarios actuales. Con ello se profundizó el poder de las empresas para decidir qué y cómo producir, y qué alimentos consume una sociedad (Rodríguez, 2011). Este dominio corporativo originó el modelo híbrido en el que interviene la tecnología digital para integrar producción, procesamiento y distribución en una sola dirección.

La combinación de la fuerza de libre mercado, aunado a una débil regulación del Estado, permite a las empresas dominar la oferta con productos de bajo nivel nutricional, alto valor agregado y normas escasas, lo que conforma un mercado cautivo dentro de un universo de ofertas controladas. Bajo este contexto, es que el consumidor puede elegir, mas no decidir, sobre las características del producto que consume, independientemente de los efectos sobre la salud, el medio ambiente u otros componentes de la vida.

Los productos diseñados para su adaptación a un sistema de distribución específico, conforman el nodo de un sistema de distribución mundial que genera la oferta homogénea, la cual establece estándares internacionales adaptados a las nuevas formas de distribución del producto. Como resultado de la hibridación de la industria de alimentos y bebidas, las empresas agroalimentarias lograron globalizar alimentos, bebidas y platillos de cualquier parte del mundo. Se presentan como platos preparados listos para el consumo (hamburguesas, pizzas, pastas, tacos, chilaquiles, tlacoyos, sushi, etcétera), platos semielaborados (harina para hot cakes, atole, waffles, crepas, pastel, etcétera), o productos listos para su ingesta (pastel, yogur, galletas, refrescos, jugos, etcétera).

En el caso de México, las modificaciones de procesos productivos, esquemas de abasto-distribución y dinámicas de consumo, favorecieron a que los productos ultraprocesados predominen en la oferta sobre los productos industrializados mínimamente procesados (Monteiro *et al.*, 2013). De manera paralela, aumentó la demanda de esos productos por encima de alimentos frescos como cereales, carnes, lácteos, leguminosas o verduras (Garza-Montoya y Ramos-Tovar, 2017).

La PAHO ubica a México en el segundo lugar de los países de América Latina en venta y consumo de productos altamente procesados (PAHO, 2019). Desde principios del siglo XXI, este tipo de oferta alimentaria reemplazó a las comidas preparadas en el hogar, al igual que de las dietas regionales de las familias mexicanas (Ares *et al.*, 2016; Gálvez, 2018; Kroker-Lobos *et al.*, 2014; Moreno-Altamirano *et al.*, 2014; Shamah-Levy *et al.*, 2014).

De acuerdo con Monteiro y Cannon (2012), Monteiro *et al.* (2019) y Patel (2016), las dietas basadas en alimentos y bebidas con elevados niveles de azúcar, sodio, productos cárnicos y grasas saturadas impactan por su baja calidad y contenido hipercalórico en el estado nutricional de la población. Lo anterior aumenta la vulnerabilidad de las personas frente a enfermedades no transmisibles, o bien los niveles de mortalidad en ambientes pandémicos como el del coronavirus SARS-Cov-2 (Covid-19) y cualquier otro que se origine en una estructura alimentaria débil (Ascensio y Ferrer, 2021; Kroker-Lobos *et al.*, 2014; Moreno-Altamirano *et al.*, 2014; Ortega *et al.*, 2021; Popkin *et al.*, 2012).

Algunas evidencias empíricas señalan que para el 2020, la desnutrición crónica afectó al 2.8% de niños y niñas menores de cinco años; en el caso del sobrepeso y obesidad, para ese mismo año, el 22% de niñas y niños tenían riesgo de padecer sobrepeso (INSP, 2022). Respecto a la población adulta mayor de 20 años, hoy en día 8 de cada 10 mexicanos padecen algún grado de sobrepeso u obesidad (INSP, 2022). En el periodo 2000-2020, las muertes por cáncer, osteoartritis, problemas cardiovasculares y diabetes *mellitus* crecieron 44.5, 44.1, 154.8 y 287.1%, respectivamente (INSP, 2022).

Como resultado, el perfil epidemiológico en México pasó de una situación en que la desnutrición y las enfermedades infecciosas representaban los mayores problemas de salud pública, a uno dominado por la obesidad, la diabetes, los padecimientos cardiovasculares, así como otras enfermedades crónicas no transmisibles relacionadas al consumo de alimentos con alto grado de procesamiento (Hernández-F. *et al.*, 2019). El deterioro de la calidad de la alimentación y las afectaciones en la salud pública en el país se asocian a un nuevo esquema híbrido de distribución y al elevado consumo de alimentos y bebidas altamente industrializados.

3. ESTRUCTURA METODOLÓGICA DEL TRABAJO

La metodología empleada para demostrar la existencia del modelo híbrido es de tipo cuantitativo y mide la expansión de la oferta de productos ultraprocesados y comida rápida, el crecimiento del número de establecimientos de abasto y distribución, así como el aumento en gasto, frecuencia y cantidades consumidas de estos productos en el periodo 2000-2020.

La información empleada proviene principalmente del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), con datos de la Encuesta Industrial Mensual del Sistema de Clasificación Mexicana de Actividades y Productos (CMAP), y de la Encuesta Mensual de la Industria Manufacturera (EMIM), que

utiliza el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) versión 2018 (INEGI, 2018) y del Directorio Estadístico de Unidades Económicas (DENUE) y la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH). Toda la información se agrupó con base en el sistema de clasificación de alimentos por grado de procesamiento “NOVA” (PAHO, 2015).

Para analizar la expansión de la oferta de alimentos y bebidas por grado de procesamiento, se elaboró un índice de crecimiento del volumen de producción mediante la agrupación de las ramas productivas a partir del sistema “NOVA”. El índice contiene el procedimiento siguiente:

- 1) Manejo de microdatos de la Encuesta Industrial Mensual (EIM) y la Encuesta Mensual de la Industria Manufacturera (EMIM) que generó una base de datos con información del volumen de producción para cada clase de actividad de la industria de alimentos y bebidas del periodo 2000-2020.
- 2) Base de datos con información anual del volumen de producción de cada una de las clases de actividad de la industria de alimentos y bebidas.
- 3) Armonización de los clasificadores CMAP y SCIAN versión 2018, empleados en la Encuesta Industrial Mensual (EIM) y EMIM con el Sistema de clasificación de alimentos por grado de procesamiento “NOVA”.
- 4) Agrupación de las clases de la industria de alimentos y bebidas en cuatro grupos de alimentos: crudos o mínimamente procesados; ingredientes culinarios; procesados, y productos ultraprocesados.
- 5) Construcción del índice de crecimiento del volumen de producción de la industria de alimentos y bebidas de México, acorde a la clasificación “NOVA”, utilizando como año base el 2008, con referencia en la siguiente expresión matemática:

Sean X_{t-1} y X_t los valores observados de una variable X en dos instantes consecutivos, el índice en cadena que corresponde al valor X_t , se presenta mediante IC^t y se define:

$$IC^t = \frac{X_t}{X_{t-1}} * 100$$

- 6) Determinación de la participación de cada grupo de alimento en la producción total en el periodo 2000-2020.

En el caso del abasto y la distribución, los datos del DENUE permitieron la ubicación específica, así como el número de establecimientos dedicados al comercio de alimentos y bebidas al menudeo y mayoreo en las entidades

federativas de México, además de la comida rápida, tanto en sus canales tradicionales como corporativos. Con ello se analizó el crecimiento del número de establecimientos agrupados por tipo de canal; es decir, aquellos orientados al abasto y distribución tradicional y corporativa.

Para el análisis del gasto alimentario, se retomaron los metadatos del módulo de gastos en alimentos y bebidas dentro y fuera del hogar arrojado por la ENIGH 2000 y 2020 (INEGI, 2001 y 2021). Se trabajó con los módulos de “gastos”, que incluyen gastos monetarios semanales en alimentos y bebidas.

La frecuencia de gasto se define como el número de veces que los hogares reportaron gastar para cada producto, grupo o rubro del sistema “NOVA”. La proporción de frecuencia del gasto alimentario es la proporción de frecuencia de cada alimento entre las frecuencias totales del gasto en alimentos y bebidas. La proporción del gasto es el gasto monetario en determinado producto, grupo alimentario o rubro del sistema “NOVA”.

Fueron seleccionados los comprendidos en el periodo 2000-2020 para capturar las variaciones del gasto, de las cantidades y de las frecuencias consumidas de alimentos y bebidas a largo plazo. Se tomó el año 2000 como inicio del periodo, ya que en ese momento comenzaron a reflejarse los efectos del cambio del modelo de desarrollo económico, de la apertura comercial y del entonces Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en México.

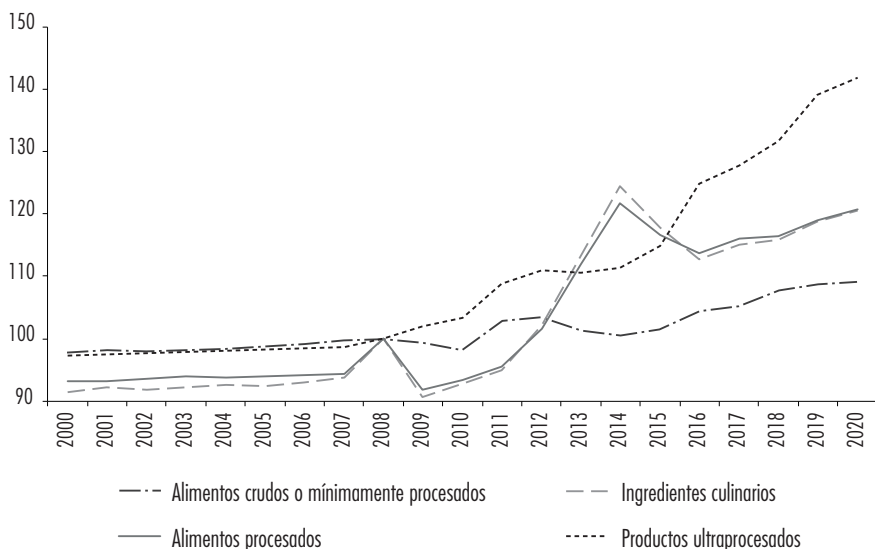
4. EVIDENCIAS EMPÍRICAS SOBRE LA PRESENCIA DEL MODELO HÍBRIDO DE DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE ALIMENTOS EN MÉXICO

Los datos obtenidos a partir de las fuentes de información referidas en el apartado anterior se estructuraron con base en el concepto de hibridación de la industria de alimentos y bebidas, es decir, de la extensión de la esfera productiva al área de los servicios de abasto y distribución de alimentos. En conjunto, este proceso tiene efectos en las nuevas dinámicas del consumo y en la transformación del patrón alimentario.

Desde la oferta, los datos de la EIM y de la EMIM, agrupados con base en la clasificación de alimentos por grado de procesamiento “NOVA”, muestran una heterogeneidad en la composición de la producción total de alimentos y bebidas. Durante el periodo 2000-2020, en México, los grupos de alimentos procesados y productos ultraprocesados crecieron más que los alimentos crudos o mínimamente procesados, envasados o congelados.

Con base en la información proveniente de la EIM y de la EMIM, se elaboró un índice de crecimiento de la producción de alimentos y bebidas por grado de procesamiento a partir de la clasificación del sistema “NOVA”. Los resultados del índice muestran que en el periodo 2000-2020, los grupos de alimentos procesados y productos ultraprocesados han crecido más que los alimentos crudos o mínimamente procesados, envasados o congelados (véase figura 1).

Figura 1. México: índice anual de crecimiento de la producción de la industria de alimentos y bebidas con base en el sistema “NOVA”, 2000-2020 (porcentaje, 2008=100)



Fuente: elaboración propia con base en la EIM (<https://www.inegi.org.mx/programas/eim/1994/>), en la EMIM (<https://www.inegi.org.mx/programas/emim/2018/>) y PAHO (2015).

Por otro lado, en el año 2000 la producción de alimentos crudos o mínimamente procesados alcanzó casi una tercera parte de la producción total con 32.1%; mientras que los ingredientes culinarios, alimentos procesados y productos ultraprocesados, registraron una participación de 13.1, 15.3 y 39.5%, respectivamente. Para el mismo año, los alimentos con mayor grado de procesamiento representaron más de la mitad de la producción de la industria de alimentos y bebidas con 54.8% (véase tabla 2).

Tabla 2. México: composición de la producción de la industria de alimentos y bebidas agrupada con el sistema "NOVA", 2000-2020 (porcentaje)

<i>Grupo de alimentos / Año</i>	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020
Alimentos crudos o mínimamente procesados	32.1	31.8	31.3	31.1	30.5	30.3	29.7	28.1	27.6	27.4	26.9
Ingredientes culinarios	13.1	13.0	12.9	12.7	13.3	12.4	12.8	13.7	13.0	12.8	11.8
Alimentos procesados	15.3	14.7	14.7	14.9	15.4	14.5	14.7	15.7	15.2	14.9	14.7
Productos ultraprocesados	39.5	40.5	41.1	41.3	40.9	42.7	42.8	42.5	44.3	44.9	46.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: elaboración propia con base en la EIM (<https://www.inegi.org.mx/programas/eim/1994/>), en la EMMM (<https://www.inegi.org.mx/programas/emim/2018/>) y PAHO (2015).

En 2020 se registró una caída en la participación de los alimentos crudos o mínimamente procesados del orden del 5.2% respecto del año 2000, pues su participación pasó de 32.1 a 26.9%. Los ingredientes culinarios tuvieron una variación negativa en el mismo periodo al pasar de 13.1 a 11.8%; los alimentos procesados registraron una variación mínima negativa de 0.5% al bajar dicha participación de 15.3 a 14.7% (véase tabla 2).

La menor producción de alimentos crudos o mínimamente procesados se compensó con el incremento en la producción de productos ultraprocesados. Estos últimos aumentaron su participación en la producción total de la industria alimentaria en 7.1% al pasar de 39.5 a 46.6%. En 2020, los productos ultraprocesados representaron casi la mitad de la producción total de alimentos y bebidas en México (véase tabla 2).

La información referida permite señalar que la dinámica productiva de la industria de alimentos y bebidas se volcó hacia los alimentos procesados y productos ultraprocesados. Al mismo tiempo da cuenta de la importancia de los ingredientes culinarios en la elaboración de la comida rápida. La variación negativa en el año álgido de la pandemia obedeció a la disminución de la preparación de alimentos en casa. Las empresas que integran estas clases de actividad económica aumentaron su productividad e impulsaron el crecimiento de la industria en su conjunto (Amaro y Natera, 2020).

Si bien este tipo de oferta alimentaria se ubica predominantemente en espacios urbanos de alta concentración demográfica, los canales de abasto y distribución de alimentos y bebidas permitieron su expansión en todo el territorio nacional. El desarrollo de las ventas a través de sitios web de internet, apps o distribución electrónica de alimentos y bebidas son parte nodal del esquema híbrido. Es por ello que los consumidores urbanos demandan que la ubicación de canales menudistas sea la más próxima, además de ser funcional con sus necesidades de compra, adecuada al perfil de sus hábitos alimentarios y a los cambios en sus desplazamientos y disponibilidad de tiempo (Bodini y Zamoli, 2001; Boyd *et al.*, 2003; González-Alejo *et al.*, 2019; Fritz, 2007).

La transición hacia nuevas formas de distribución basada en innovaciones tecnológicas incorpora otras actividades derivadas de las dinámicas comerciales, que establecen los mercados de consumo en economías abiertas y organizan de otra manera la distribución. El ámbito regional-nacional incorpora ahora al plano internacional-global, gracias a la competencia entre firmas por demandas concentradas, a la vez que introducen otros productos que modifican el patrón de consumo.

En la actualidad, el país registra todavía un patrón de abasto y distribución de alimentos y bebidas, representado por tiendas de conveniencia, super-

mercados y restaurantes, que responden a la oferta alimentaria industrializada y tiene presencia en todo el territorio nacional (Gasca y Torres, 2014). Las tiendas de conveniencia, supermercados y cadenas de restaurantes de comida rápida cambiaron funcionalmente mediante la incorporación de innovaciones logísticas, organizacionales y tecnológicas que les permitieron ampliar sus horarios de atención, realizar entregas a domicilio, facilitar medios de pago y desarrollar mecanismos de crédito al consumidor en periodos de restricciones de ingreso. Sólo pocas cadenas de empresas transnacionales controlan la oferta, distribución y venta de comida rápida en el mercado alimentario mexicano (véase tabla 3).

Tabla 3. Empresas de comida rápida con presencia en México, 2020 (millones de dólares)

<i>Compañía</i>	<i>País</i>	<i>Valor de establecimiento</i>	<i>Ventas</i>	<i>Valor de la empresa</i>
McDonald's Corporation	EU	165.0	22 283	157 951
Restaurant Brands International Limited Partnership	CAN	60.7	4 829	36 531
Yum Brands, Inc.	EU	81.0	5 832	34 668
Restaurant Brands International Inc.	CAN	60.8	4 829	28 575
Dairy Farm Int. Holdings Limited	EU	287.4	2 949	15 256
Yum China Holdings, Inc.	CHN	40.3	7 439	14 086
Chipotle Mexican Grill, Inc.	EU	469.2	4 556	12 511
McDonald's Holdings Company (Japan), Ltd.	JPN	54.1	2 445	7 154
The Wendy's Company	EU	17.7	1 318	6 847
Alsea, S.A.B. de C.V.	MEX	3.1	2 392	3 300
AmRest Holdings SE	POL	118.2	1 641	2 918
Jubilant FoodWorks Limited	IND	20.0	464	2 582
Domino's Pizza Group plc	GBR	4.5	641	2 301
Xiabuxiabu Catering	CHN	2.0	565	1 950
Shake Shack Inc.	EU	69.0	381	1 899
Arcos Dorados Holdings Inc.	URU	7.1	3 388	1 875
Café de Coral Holdings Limited	HKG	2.5	1 042	1 352
MTY Food Group Inc.	CAN	37.7	215	1 135

Continúa

Tabla 3. Empresas de comida rápida con presencia en México, 2020 (millones de dólares) (continuación)

<i>Compañía</i>	<i>País</i>	<i>Valor de establecimiento</i>	<i>Ventas</i>	<i>Valor de la empresa</i>
Ohsho Food Service Corp.	JPN	56.3	736	1 018
Famous Brands Limited	RSE	8.3	597	994
Pepper Food Service Co., Ltd.	JPN	45.4	399	933
MOS Food Services, Inc.	JPN	29.8	672	833
Herfy Food Services Company	KSA	12.6	312	882
Westlife Development Limited	IND	5.1	174	814
Telepizza Group, S.A.	ESP	6.7	446	809
Restaurant Brands New Zealand Limited	NZL	5.5	560	788
Carrols Restaurant Group, Inc.	EU	13.3	1 120	727
Collins Foods Limited	AUS	4.1	531	589
Dairy Farm Int. Holdings Limited	HKG	3.9	350	423

Fuente: elaboración propia con base en S&P Capital IQ (<https://www.spglobal.com/marketintelligence/es/sp-capital-iq-pro>).

Este proceso desembocó en la concentración de la producción, el abasto y la distribución de alimentos y bebidas en aproximadamente sólo 30 empresas nacionales y extranjeras, con fuerte presencia en el país, y que por su capacidad logística permiten este tipo de oferta a lo largo de todo el territorio nacional (véanse tablas 4 y 5).

Tabla 4. México: número de establecimientos de venta de comida rápida en canales tradicionales y corporativos, 2010-2020

<i>Entidad federativa</i>	<i>Comida rápida (servicios preparación de alimentos y bebidas)</i>		
	<i>2010</i>	<i>2020</i>	<i>Tasa de crecimiento (%)</i>
Aguascalientes	5 841	8 624	47.6
Baja California	8 314	13 824	66.3
Baja California Sur	2 888	4 932	70.8
Campeche	3 817	5 515	44.5
Coahuila de Zaragoza	8 026	12 261	52.8
Colima	3 889	6 689	72.0

Continúa

Tabla 4. México: número de establecimientos de venta de comida rápida en canales tradicionales y corporativos, 2010-2020 (continuación)

<i>Entidad federativa</i>	<i>Comida rápida (servicios preparación de alimentos y bebidas)</i>		
	<i>2010</i>	<i>2020</i>	<i>Tasa de crecimiento (%)</i>
Chiapas	16 019	27 904	74.2
Chihuahua	9 274	13 572	46.3
Ciudad de México	809	58 491	7 130.0
Durango	6 147	9 069	47.5
Guanajuato	18 698	30 810	64.8
Guerrero	16 079	21 378	33.0
Hidalgo	9 535	16 623	74.3
Jalisco	30 746	46 219	50.3
México	48 120	76 573	59.1
Michoacán de Ocampo	18 641	31 285	67.8
Morelos	9 857	15 391	56.1
Nayarit	5 697	12 136	113.0
Nuevo León	13 862	22 095	59.4
Oaxaca	18 254	33 194	81.8
Puebla	20 972	47 756	127.7
Querétaro	7 021	37 791	438.3
Quintana Roo	5 797	30 393	424.3
San Luis Potosí	9 866	45 312	359.3
Sinaloa	8 957	44 796	400.1
Sonora	8 993	37 854	320.9
Tabasco	6 980	35 658	410.9
Tamaulipas	11 357	44 532	292.1
Tlaxcala	3 838	24 102	528.0
Veracruz de Ignacio de la Llave	32 600	139 671	328.4
Yucatán	10 715	49 452	361.5
Zacatecas	5 575	24 582	340.9
Nacional	387 184	1 028 484	165.6

Fuente: elaboración propia con base en el DENEU del INEGI (<https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denu/default.aspx>).

Tabla 5. México: principales empresas del sector agroalimentario, 2020

<i>Lugar</i>	<i>Empresa</i>	<i>Sector</i>	<i>Ventas (millones de pesos)</i>	<i>Ventas (variación 2000-2020)</i>	<i>Empleados</i>
3	Walmart de México	Comercio y autoservicio	646 846	4.90	238 972
11	Grupo Bimbo	Alimentos	291 925	0.90	133 815
18	Coca-Cola FEMSA	Bebidas y cervezas	194 471.90	6.70	82 227
20	FEMSA Comercio (OXXO)	Comercio autoservicio	184 810	10.40	197 410
24	Área Continental	Bebidas y cervezas	165 041	3.80	63 498
26	Organización Soriana	Comercio autoservicio	155 774	1.50	96 355
34	Sam's Club	Comercio autoservicio	131 880	5.70	300 000
35	Grupo Comercial Chedraui	Comercio autoservicio	129 442	11.60	50 894
36	Sigma Alimentos	Alimentos	124 497	2.10	45 000
45	Grupo modelo AB-InBev	Bebidas y cervezas	90 459	7.70	30 993
53	PesiCo Alimentos México	Alimentos	80 699	8.20	43 163
54	Heineken	Bebidas y cervezas	78 000	9.90	18 000
55	Gruma	Alimentos	77 387	4.50	20 785
58	Grupo Lala	Alimentos	75 784	0.50	40 316
65	Nestlé México	Alimentos	61 800	10.40	16 000
66	Industrias Bachoco	Alimentos	61 658	1.00	28 218
71	Alsea	Restaurantes	58 154	28.30	81 126
75	Sukarne	Alimentos	537 540	6.30	12 750
82	Costo México	Comercio autoservicio	50 000	4.20	10 400
118	H E B México	Comercio autoservicio	35 000	9.40	13 500
131	José Cuervo	Bebidas y cervezas	29 704	5.50	6 836
133	Danone México	Alimentos	28 609	5.10	6 500
137	Mondeléz México	Alimentos	27 951	2.20	6 000
141	Pilgrim's Pride México	Alimentos	26 746	2.00	11 000
163	Grupo Herdez	Alimentos	22 420	-6.90	10 477
164	Alpura	Alimentos	22 048	8.10	5 309

Continúa

Tabla 5. México: principales empresas del sector agroalimentario, 2020 (continuación)

<i>Lugar</i>	<i>Empresa</i>	<i>Sector</i>	<i>Ventas (millones de pesos)</i>	<i>Ventas (variación 2000-2020)</i>	<i>Empleados</i>
168	La Comer	Alimentos	21 591	12.90	12 200
177	Mar México	Alimentos	20 000	11.10	3 817
188	Grupo Bafar	Alimentos	18 782	3.60	13 066

Fuente: elaboración propia con base en Statista.

El avance tecnológico, su apropiación y expansión por las empresas distribuidoras de alimentos al menudeo, incluyendo la comida rápida, a través de plataformas digitales –así como el surgimiento de nuevas formas de movilidad de las mercancías más allá de las restricciones territoriales y de las escalas de consumo–, conforman el soporte para la irradiación del modelo híbrido. Este proceso se vio acompañado por el incremento en el nivel de acceso de los consumidores a dispositivos electrónicos. Al aumentar el uso de los teléfonos inteligentes y su penetración a las páginas web y plataformas digitales, se convierten entonces en la herramienta más importante para el afianzamiento del modelo híbrido.

La expansión del modelo híbrido no se encuentra condicionado, como en modelos anteriores de distribución urbana de alimentos y bebidas, por el nivel de ingreso. Tampoco implica la eliminación total de modelos anteriores, incluyendo los más tradicionales. Por ejemplo, el acopio de mercancías a través de un punto geográfico dominante o la distribución urbana a partir de un mercado central se mantiene. Más bien puede convivir, complementarlos y complementarse de ellos para ejercer un mayor dominio territorial en la distribución de productos ultraprocesados y comida rápida.

La expansión de los sistemas digitales hacia las compras diarias, que incluye a los productos agroalimentarios, independientemente de los entornos territoriales o la estratificación de los segmentos de consumidores, constituye el soporte del nuevo modelo híbrido, que involucra a la circulación y el consumo, con lo cual conforma un modelo virtual superpuesto a los anteriores modelos de base territorial, que incluían una movilidad intensa de los consumidores para su abasto.

Un dato que sustenta el planteamiento anterior es que para 2005, poco más de 540 mil usuarios en México realizaban compras vía internet. De ellas,

el 65% tenían como punto de venta al mercado nacional y alrededor del 35% el externo. Para 2012, la cifra se había duplicado y los puntos de venta nacionales tenían mayor participación. La mayoría de los productos comprados provenían de empresas globales asentadas en el país, que habían iniciado una migración hacia las plataformas electrónicas y establecieron enlaces con empresas distribuidoras digitales de raíces externas como Amazon (INEGI, Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, varios años).

Para 2020, la población consumidora había alcanzado casi los 23 millones y los puntos de venta del mercado nacional fueron dominantes con poco más del 58%; los puntos de venta externos se desplomaron 8%, pero los no especificados alcanzaron hasta el 33%. Se infiere entonces que, sólo por este indicador, se incorpora a esta modalidad un número mayor al esperado de establecimientos pequeños o informales dedicados a la distribución domiciliaria de alimentos (INEGI, Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, varios años).

Otras evidencias numéricas muestran las perspectivas que se tienen hacia la expansión y consolidación del esquema híbrido. La pandemia por Covid-19 obligó a una reclusión prolongada en el hogar para las personas, a aplicar restricciones para comer fuera del hogar y a un incremento en la desconfianza hacia productos sin medidas sanitarias. Los alimentos procesados, ultraprocesados y la comida rápida cubrieron las demandas urbanas bajo este esquema.

Si se toma como referente los indicadores más representativos, se encuentra que para 2005, el mayor porcentaje de compradores vía internet se encontraba en bienes y servicios, reservaciones y boletos, libros, música y videos, además de aparatos electrónicos. El rubro de alimentos y bebidas se ubicaron ese año en el nivel más bajo (2.8%) y los siguientes diez años mostraron un estancamiento relativo (INEGI, Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, varios años).

A partir del 2015, alimentos y bebidas muestran un repunte significativo hasta alcanzar 21.9 y 31.1%, en 2019 y 2020, respectivamente. Con ello, rebasaron a los rubros de reservaciones y boletos, libros, música y videos, aparatos electrónicos, computadoras y software (INEGI, Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, varios años).

Este repunte obedeció a la presencia prolongada de la pandemia por Covid-19, que contribuyó tanto a la transformación de las formas de abastecimiento, como a los hábitos de compra y a la estructura del consumo en los hogares, así como a una mayor intensidad de incorporación de plataformas

electrónicas por parte de los supermercados y tiendas de autoservicio. Aunque también debe considerarse como detonante final del modelo híbrido que ya estaba presente.

Si bien la demanda se intensificó hacia la comida rápida, ese efecto de arrastre también se manifestó en los productos ultraprocesados y en las bebidas hipercalóricas, ya que por sus características de empaque y embalaje se adaptaban mejor a las formas de traslado a domicilio y contaban con mayor presencia en supermercados.

Resulta notorio el crecimiento exponencial de tiendas de autoservicio, tiendas de conveniencia y supermercados que incorporaron la venta electrónica de alimentos, principalmente cadenas de mayor tamaño como Walmart, Soriana, oxxo y Sam's Club, si bien se observa una concentración hacia los estados que cuentan con mayor número de zonas metropolitanas.

Entre los principales impulsores del modelo híbrido se encuentran, sin duda, algunas de las grandes empresas productoras y distribuidoras de alimentos y bebidas ultraprocesados, tanto nacionales como internacionales, al igual que las cadenas de comida rápida que reproducen el mismo esquema de mercado establecido desde las últimas dos décadas del siglo xx. Destacan entre ellas Sam's Club, Soriana, Chedraui, Coca-Cola FEMSA, oxxo, Bimbo, entre otras.

Si se analizan las evidencias encontradas por el lado del gasto monetario de los hogares en alimentos y bebidas, se demuestra por igual la presencia consolidada del modelo híbrido y se obtiene que el gasto en alimentos procesados y comida rápida creció a tasas de hasta 360% en un periodo de 20 años (INEGI, 2001 y 2021).

Hay que señalar que, de manera específica, el pollo rostizado creció 127%, el agua purificada 153%, al igual que todos los productos de alto contenido de azúcar refinada y grasas saturadas. Por el contrario, disminuyeron por rubro de gasto otros productos, que tentativamente se preparan dentro del hogar y no están claramente identificados con la distribución a través de plataformas, como el pollo fresco, el queso fresco, papa, tomate rojo, bistec o pulpa de res (INEGI, 2001 y 2021).

Esa misma tendencia se manifiesta en las tasas de crecimiento de la frecuencia de gasto por grupo de alimentos. Por ejemplo, los alimentos ultraprocesados y la comida rápida durante el periodo 2000-2020 fueron superiores a 50%, lo que las coloca por encima de los alimentos consumidos fuera del hogar con 34% y también son parte de la expansión del modelo híbrido (INEGI, 2001 y 2021).

Dado el perfil de los consumidores y la propia configuración del modelo de consumo que demandan una estructura de productos listos para consumirse, las especies, los aderezos preparados y las bebidas no alcohólicas son componentes dinámicos del nuevo modelo de consumo y circulación. En cambio, los que forman parte del consumo básico en los hogares como verduras, legumbres y semillas se ven claramente relegados con 6.7%. El resto de productos con ese direccionamiento muestran una caída que se explica, entre otros factores, porque requieren del procesamiento en casa o su abastecimiento directo en locales por las familias. Esto último incluye frutas y cereales, carnes, pescados y mariscos, aceites y grasas, además de azúcares (INEGI, 2001 y 2021).

Si bien se consideró por mucho tiempo que los alimentos procesados y ultraprocesados eran, por su mayor valor agregado, demandados en deciles de ingreso más altos, conforme se consolida el modelo híbrido, la intensidad de consumo resulta casi indiferente a los niveles de ingreso y esta indiferencia se hace más evidente en el 2020. Este hecho resulta preocupante por la influencia de este tipo de consumo y la proliferación de enfermedades como diabetes y otras de tipo coronario. Los alimentos ultraprocesados, donde se incluyen bebidas de alta densidad energética, tienen ya un grado de significancia mayor con respecto a los procesados y su nivel de consumo resulta similar con respecto a los alimentos crudos o mínimamente procesados tanto en hogares rurales como urbanos.

5. CONCLUSIONES

Es sabido que la transformación del contenido natural de los alimentos deteriora su valor nutricional. Desde finales de la década de los noventa del siglo xx, en México se presenta una correlación positiva entre la mayor oferta y el elevado consumo de productos ultraprocesados y la comida rápida, con los cambios en el patrón alimentario que ha provocado daños en la salud de los mexicanos. La actual estructura alimentaria en el país representa uno de los factores que más contribuyó a la vulnerabilidad y altas tasas de mortalidad por Covid-19.

En las dinámicas de expansión de la industria de alimentos y bebidas se presenta un quiebre desde la producción tradicional hacia los alimentos altamente industrializados e hipercalóricos. La expansión de los productos ultraprocesados y la comida rápida impactan en las preferencias tanto sociales como territoriales, debido a que la oferta es dominante en el mercado, con ello el consumidor no tiene muchas opciones y se ve inducido a un elevado consumo de ese tipo de productos que afectan su salud.

Este quiebre en la producción tradicional hacia la de alto grado de procesamiento, así como el condicionamiento del consumo, ha sido posible por la mayor integración de la industria de alimentos y bebidas con otras ramas de actividad económica, así como su tránsito al sector servicios mediante el control corporativo del abasto y distribución. El exceso de oferta y elevado consumo de alimentos ultraprocesados y de comida rápida explican los daños en la salud y la elevada tasa de mortalidad por Covid-19, que enfrentó el país durante la pandemia.

El dominio del esquema de alimentación industrial se amplía debido a que este tipo de oferta resuelve los requerimientos del consumidor en cuanto a pragmatismo y también facilita nuevas formas de acumulación empresarial. El esquema híbrido, por tanto, configura una nueva modalidad de relación entre la producción y el consumo, donde el abasto y la distribución de alimentos juegan un papel determinante al permitir que el consumo se resuelva de una manera más ágil en el marco de los nuevos procesos productivos de la industria de alimentos y bebidas.

En la actualidad, el consumidor busca resolver sus necesidades alimentarias de manera fácil, rápida y cercana. Los alimentos y bebidas altamente procesados cubren tales requerimientos por su pragmatismo en el consumo, pese a los efectos nocivos que tienen en la salud. El día de hoy, el consumidor puede decidir qué comer, pero dentro de un marco de acciones condicionadas por la industria de alimentos y bebidas. Por tanto, el esquema híbrido resulta funcional en la actual estructura económica y territorial.

BIBLIOGRAFÍA

- Amaro, M. y Natera, J. (2020). Technological capabilities accumulation and internationalization strategies of Mexican biotech firms: a multi case study from agro-food and pharma industries. *Economics of Innovation and New Technology*, 29(7). <https://doi.org/10.1080/10438599.2020.1719634>
- Ares, G., Vidal, L., Allegue, G., Giménez, A., Bandeira, E., Moratorio, X., Molina, V. y Curutchet, R. (2016). Consumers' conceptualization of ultra-processed foods. *Appetite*, 105. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.06.028>
- Ascensio, C. y Ferrer, E. (2021). El entorno alimentario: un factor de riesgo social en la pandemia de Covid-19. *Acta Sociológica*, (84). <http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.24484938e.2021.84.81501>

- Barquera, S., Rivera-Dommarco, J. y Gasca-García, A. (2001). Programas y políticas de alimentación y nutrición en México. *Salud Pública de México*, 43(5). <https://scielosp.org/pdf/spm/2001.v43n5/464-477/es>
- Bodini, A. y Zamoli, R. (2001). Competitive factors of the agro-food e-commerce. *Journal of Food Products Marketing*, 17(2-3). <https://doi.org/10.1080/10454446.2011.548696>
- Boyd, S. L., Hobbs, J. E. y Kerr, W. (2003). The impact of customs procedures on business to consumer e-commerce in food products. *Supply Chain Management: An International Journal*, 8(3). <https://doi.org/10.1108/13598540310484591>
- Flores, G. (2007). Fast food. En J. Veraza (coord.). *Los peligros de comer en el capitalismo* (pp. 119-130). Ítaca.
- Friedmann, H. y McMichael, P. (1989). Agriculture and the state system: The rise and decline of national agricultures, 1870 to the present. *Sociologia Ruralis*, 29(2). <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.1989.tb00360.x>
- Fritz, M. (2007). E-commerce partnering due diligence: A methodology for trust in e-commerce in food networks. *Acta Agriculturae Scandinavica*, 4(1). <https://doi.org/10.1080/16507540701192493>
- Gálvez, A. (2018). *Eating NAFTA. Trade, food policies, and the destruction of Mexico*. University of California Press.
- Garza-Montoya, B. y Ramos-Tovar, M. (2017). Cambios en los patrones de gasto en alimentos y bebidas de hogares mexicanos (1984-2014). *Salud Pública de México*, 59(6). <https://doi.org/10.21149/8220>
- Gasca, J. y Torres, F. (2014). El control corporativo de la distribución de alimentos en México. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 45(176). [https://doi.org/10.1016/S0301-7036\(14\)70853-3](https://doi.org/10.1016/S0301-7036(14)70853-3)
- González-Alejo, A., Propin, E. y Rosales-Tapia, A. (2019). Spatial patterns of access to retail food outlets in Mexico City. *Finisterra. Revista Portuguesa de Geografía*, 54(111). <https://doi.org/10.18055/Finis16456>
- Hernández-F, M., Colchero, A., Batis, C. y Rivera, J. (2019). Determinantes del consumo de alimentos no básicos de alta densidad energética en población mexicana (ENSANUT 2012). *Salud Pública de México*, 61(1). <https://doi.org/10.21149/8768>
- Hirvonen, K., Bai, Y., Headey, D. y Masters, W. (2020). Affordability of the EAT-Lancet reference diet: a global analysis. *Lancet Glob Health*, 8(1). [https://doi.org/10.1016/S2214-109X\(19\)30447-4](https://doi.org/10.1016/S2214-109X(19)30447-4)
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2001). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2000. Descripción de la base de datos*. INEGI.

- _____ (2018). *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte. México SCIAN 2018*. INEGI.
- _____ (2021). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2020. Descripción de la base de datos*. INEGI.
- Instituto Nacional de Salud y Nutrición (INSP) (2022). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2021*. INSP.
- Kroker-Lobos, M., Pedroza-Tobías, A., Pedraza, L. y Rivera, J. (2014). The double burden of undernutrition and excess body weight in Mexico. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 100(6). <https://doi.org/10.3945/ajcn.114.083832>
- Macri, E., Guglielmotti, M. y Friedman, S. (2012). Comida chatarra: un patrón alimentario que atenta contra la salud. *Encrucijadas UBA*, 54. http://repositorioubi.sisbi.uba.ar/gsdll/collect/encrucijadas/index/assoc/HWA_272.dir/272.PDF
- Marrón-Ponce, J., Flores, M., Cediel, G., Monteiro, C. y Batis, C. (2019). Associations between consumption of ultra-processed foods and intake of nutrients related to chronic non-communicable diseases in Mexico. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 119(11). <https://doi.org/10.1016/j.jand.2019.04.020>
- Monteiro, C. y Cannon, G. (2012). *El gran tema en nutrición y salud pública es el ultra-procesamiento de alimentos*. Centro de Estudios Epidemiológicos en Salud y Nutrición de la Universidad de São Paulo.
- _____, Cannon, J., Ng, S. y Popkin, B. (2013). Ultra-processed products are becoming dominant in the global food system. *Obesity Reviews*, 14(2). <https://doi.org/10.1111/obr.12107>
- _____, Cannon, G., Levy, R., Moubarac, J., Louzada, M., Rauber, F., Khandpur, N., Cediel, G., Neri, D., Martínez-Steele, E., Baraldi, L. y Jaime, P. (2019). Ultra-processed foods: what they are and how to identify them. *Public Health Nutrition*, 22(5). <https://doi.org/10.1017/S1368980018003762>
- Moran, A., Khandpur, N., Polacsek, M. y Rimm, E. (2019). What factors influence ultra-processed food purchases and consumption in households with children? A comparison between participants and non-participants in the Supplemental Nutrition Assistance Program (SNAP). *Appetite*, 1(134). <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.12.009>
- Moreno-Altamirano, L., Hernández, D., Silberman, M., Capraro, S., García, J., Soto, G. y Sandoval, E. (2014). La transición alimentaria y la doble carga de la malnutrición: cambios en los patrones alimentarios de 1961 a

- 2009 en el contexto socioeconómico mexicano. *Archivos Latinoamericanos de Nutrición*, 64(4). <https://www.alanrevista.org/ediciones/2014/4/art-2/>
- Moss, M. (2013). *Adictos a la comida basura. Cómo la industria manipula los alimentos para que nos convirtamos en adictos a sus productos*. Deusto.
- Ortega, E., Ortega, I., Rodríguez-López, E. y Luis, C. (2021). Breve análisis crítico de la sobreoferta y consumo de alimentos industrializados en México, antes y durante el Covid-19. *Salud y Educación*, 10(19). <https://doi.org/10.29057/icsa.v10i19.7274>
- Pan American Health Organization (PAHO) (2015). *Ultra-processed food and drink products in Latin America: Trends, impact on obesity, policy implications*. PAHO.
- _____ (2019). *Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: venta, fuentes, perfiles de nutrientes e implicaciones normativas*. PAHO.
- Patel, R. (2016). *Stuffed and starved: The hidden battle for the world food system*. Melville House Pub.
- Popkin, B., Adair, L. y Wen, S. (2012). Global nutrition transition and the pandemic of obesity in developing countries. *Nutrition Reviews*, 70(1). <https://doi.org/10.1111/j.1753-4887.2011.00456.x>
- Rodríguez, F. (2011). Regímenes, sistema y crisis agroalimentaria. En Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho Alternativos (ed.). *El sistema agroalimentario: mercantilización, luchas y resistencias* (pp. 45-74). CLACSO.
- Sandoval, S. y Camarena, D. (2012). Consumo de alimentos de la población sonorenses: tradición versus internacionalización. *Revista Estudios Sociales*, 20(2). <https://www.redalyc.org/pdf/417/41724972003.pdf>
- Santos, A. (2014). *El patrón alimentario del libre comercio*. IIEC-UNAM / CEPAL.
- Shamah-Levy, T., Cuevas, L., Mayorga, E. y Valenzuela, D. (2014). Consumo de alimentos en América Latina y el Caribe. *Anales Venezolanos de Nutrición*, 27(1). <https://www.analesdenutricion.org/ve/ediciones/2014/1/art-8/>
- Sierra, O. (2010). La economía del consumo en México. En G. Aboites (coord.). *Patrones de consumo alimentario en México. Retos y realidades* (pp. 3-32). Trillas.