

[NOTICIAS](#) [ESPECIALES](#) [OJO BIÓNICO](#) [AMÉRICA ENGLISH](#) [ALIADO/A](#)[HAZTE
ALIADO](#)[LA
TIENDA](#)

Coca Cola construye su emporio sobre la salud de mexicanos

GRUPOS DE PODER. En México se ha declarado la alerta epidemiológica de diabetes.

Fotocomposición: Jhafet Ruíz

[◀ VOLVER A PORTADA](#)[Los dueños de la comida en América Latina](#)[REPORTAJES](#)[RELACIONADOS](#)

México es el país latinoamericano que más alimentos y bebidas ultra procesados consume, las enfermedades no transmisibles continúan al alza. Sin contrapeso, la industria de comida chatarra y bebidas, como Coca Cola, presiona para que no se aprueben leyes que reduzcan su consumo. Esta historia forma parte de 'Los dueños de la comida', una serie que analiza el poder detrás de la industria de alimentos en América Latina y que es impulsada por OjoPúblico (Perú), el Laboratorio de Periodismo y Opinión (México) y La Liga Contra el Silencio (Colombia).

4463

**Kennia Velázquez**

@KenniaV

kenniavelazquez@gmail.com



15 Noviembre, 2019

**M**

Manuel ha detenido el auto con el que hace taxi en un Oxxo para comprar un hot dog, una Coca-Cola de 600 mililitros y unas papas embolsadas. En este refrigerio está ingiriendo 655 calorías de las 2 mil recomendadas para un adulto, esto será suficiente para continuar con su turno al volante hasta que vuelva a casa a comer con su familia. Él, como muchos mexicanos, consume cotidianamente alimentos y bebidas ultraprocesados, es decir, productos que contienen pocos alimentos enteros, sin nutrientes, con aditivos y sustancias sintéticas, listos para consumirse.

65 DE LOS EXPRESIDENTES DE FUNSALUD HAN SIDO LUEGO NOMBRADOS MINISTROS DE SALUD EN DIFERENTES GOBIERNOS.

Según la **Organización Panamericana de la Salud (OPS)**, cada mexicano compra en promedio 214 kilos de estos productos: casi el doble del consumo promedio en Brasil y Colombia. México es el país de América Latina que más demanda alimentos ultraprocesados. Durante este tiempo, los distintos gobiernos han hecho poco para impulsar políticas públicas que frenen este consumo masivo. Como parte de la serie periodística "**Los dueños de la comida**", coordinada por la Red Investigativa Transfronteriza de **OjoPúblico**, diversas fuentes consultadas aseguran que el sector privado ha tenido un amplio poder sobre las mismas.

Un dato resume ese poder: cinco de los expresidentes de la **Fundación Mexicana para la Salud (Funsalud)**, organización impulsada las empresas más importantes del país vinculadas a la salud y la alimentación, han sido luego nombrados ministros de salud en diferentes gobiernos.

La OPS y diversos estudios científicos han identificado que existe una relación entre el incremento en las ventas de bebidas gaseosas y productos ultraprocesados con el aumento de peso, la obesidad y otras enfermedades no transmisibles (ENT) relacionadas con la alimentación. Solo en México, el 70% de los adultos tiene algún grado de obesidad y sobrepeso. En Brasil es del 55%, Colombia 50% y Argentina del 60%.

Empresas de bebidas y alimentos más importantes de México

Ranking nacional	Empresa	Sector	Ventas mdp 2018	Ventas mdd 2018	Variación porcentual frente al año anterior
5	FEMSA	Holding	\$469,744.00	\$24,610.83	7
9	Grupo Bimbo	Alimentos	\$288,266.00	\$15,102.83	8
18	Coca-Cola FEMSA	Bebidas y cervezas	\$182,342.00	\$9,553.26	0
24	Arca Continental-Coca Cola	Bebidas y cervezas	\$158,952.50	\$8,327.84	14
37	Sigma Alimentos	Alimentos	\$121,899.80	\$6,386.57	7
46	Grupo Modelo	Bebidas y cervezas	\$83,956.00	\$4,398.62	12
49	Grupo Lala	Alimentos	\$75,418.90	\$3,951.35	21
50	PepsiCo Alimentos México	Alimentos	\$74,612.70	\$3,909.11	8
52	Gruma	Alimentos	\$74,041.10	\$3,879.16	5
55	Cuauhtémoc Moctezuma	Bebidas y cervezas	\$71,000.00	\$3,719.83	9
65	Industrias Bachoco	Alimentos	\$61,052.10	\$3,198.64	5
70	Nestlé México	Alimentos	\$55,312.00	\$2,897.91	6
77	SuKarne	Alimentos	\$52,000.00	\$2,724.38	11

Fuente: Revista Expansión, tomando en cuenta sus ingresos anuales
[Descargar los datos](#)

Un coctel tóxico de azúcar

Cuando Manuel llegue a su casa, se encontrará la mesa lista para comer. Al centro estará una botella de dos litros de Coca Cola que compartirá con su esposa e hijos. La OPS señala - **con información del 2015**- que cada mexicano compró en promedio 184,9 litros de bebidas azucaradas al año. Y, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), estas compras representan el 12% de su gasto de alimentos. Según el Ministerio de Salud, casi el 25% de la energía alimentaria en México proviene de la comida chatarra; tan solo las bebidas gaseosas aportaron el 21,7% y son el producto de más consumo en este país.

Entre la amplia gama de bebidas azucaradas que se ofertan en México, el grupo Coca-Cola representa el 70% del mercado. Su competidor más cercano es PepsiCo, con el 15%. “Coca-Cola es la marca de productos de consumo masivo de alta rotación más grande del mundo”, se lee en el reporte ‘Las 100 principales megamarcas globales’ de Euromonitor, que calcula que las ganancias de la empresa fueron de 40 billones de dólares. América Latina le dio a la

compañía 4 mil millones de dólares en ventas el último año. Y en ese contexto, **México** es la joya de la corona para la multinacional, aquí se vendieron el 48% de sus productos destinados para toda la región.

Ventas anuales per cápita de alimentos y bebidas ultra procesados en América Latina en 2013

México	214
Chile	201,9
Uruguay	149,5
Costa Rica	120,4
Brasil	112,9
Bolivia	102
Venezuela	99,4
Colombia	90,2
Ecuador	88
Perú	83,2

Informe: Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: tendencias, efecto sobre la obesidad e implicaciones para las políticas públicas de OPS y OMS 2015

Durante los últimos años, Coca Cola ha impulsado diferentes proyectos que buscan incidir en las políticas públicas sobre salud en México. Además de su apoyo a Funsalud, creó el Centro de Investigación y Desarrollo con el fin de promover investigaciones en “nutrición e hidratación”; ha impulsado dos premios a la investigación científica en temas de salud en conjunto con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt); y ha patrocinado eventos médicos, congresos, torneos y carreras deportivas para difundir la idea de que “no hay alimentos malos”, solo hay que “**consumirlos con moderación**” y que la activación física es suficiente para combatir la obesidad. En todos proyectos no mencionan el consumo de bebidas azucaradas.

OjoPúblico solicitó a Coca-Cola México información sobre los proyectos científicos que ha financiado pero no respondieron.

La investigadora en Ciencias Médicas del Hospital Regional de Alta Especialidad del Bajío en Guanajuato, Evelia Apolinar es categórica respecto al mensaje que promueve la multinacional. "Desde el punto de vista biológico hay alimentos que no necesitamos y que causan daño. Hay alimentos que no son saludables y que no se deberían recomendar, ni consumir y entre estos se encuentran los ultraprocesados y las bebidas azucaradas".

La maestra en nutrición clínica pediátrica dice que “las bebidas azucaradas tienen una densidad calórica muy alta, pero no eliminan la sed”. En cuanto a los alimentos ultraprocesados, “el tipo de grasas y azúcares que se utilizan en estos productos se metabolizan distinto y están asociados a más riesgos de tener alteraciones metabólicas, a elevar los triglicéridos, a causar daño hepático, hígado graso, obesidad, diabetes, infartos, muerte prematura y accidentes vasculares cerebrales”.

Fiorella Espinosa, maestra en Salud Pública por el Instituto Nacional de Salud Pública, comenta que hay estudios que demuestran que con el consumo de una sola lata de refresco al día existe el riesgo de generar un daño a la salud.



Las bebidas azucaradas se endulzan con jarabe de alta fructosa, un producto derivado del maíz que al consumirlo podría “provocar daño en el hígado similar al de una persona que padece alcoholismo crónico”, explica Apolinar. **Un reciente informe de la OPS publicado en octubre** muestra que las ventas de alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina crecieron en 8,3% entre el 2009 y el 2014, el último año del que dispone esa información. No obstante, el mismo reporte estima que al 2019 estas ventas se habrían incrementado en 9,2%.

La OPS clasifica los alimentos y bebidas que ingerimos en base al sistema NOVA - desarrollado en 2010 en la escuela de Salud Pública de la Universidad de Sao Paulo-, que segmenta los alimentos por su grado de procesamiento.

En el primer grupo están los alimentos sin procesar o mínimamente procesados: son plantas o animales a los que no agregan ni introducen ninguna sustancia nueva. Son la base de los platos y comidas saludables: frutas, verduras, granos, leguminosas, nueces, carnes, pescados, mariscos, huevos y leche.

Prevalencia de obesidad en adultos en América Latina

	Porcentaje 1980	Porcentaje 2016
Argentina	12,8	28,3
Bolivia	5,9	20,2
Brasil	6,6	22,1
Chile	13	28
Colombia	8	22,3
Costa Rica	6,4	25,7
México	11,5	28,9
Ecuador	6,2	19,9
Perú	7,6	19,7
Uruguay	12,9	27,9

Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe. Informe FAO, OPS, WFP y UNICEF. 2018
[Descargar los datos](#)

Los ingredientes culinarios procesados conforman el segundo grupo. Son sustancias extraídas y purificadas a partir de componentes de los alimentos u obtenidas de la naturaleza, y que se utilizan en la preparación de los alimentos.

En un tercer grupo están los alimentos procesados, cuando a un producto se le agregan grasas, aceites, azúcares, sal y otros ingredientes culinarios. Pueden tratarse de platos caseros. Los productos ultraprocesados conforman el cuarto grupo. Se trata de fórmulas industriales elaboradas a partir de sustancias derivadas de los alimentos y con insumos sintéticos. A este grupo corresponden las bebidas gaseosas.

Fiorella Espinosa, integrante de la Alianza por la Salud Alimentaria, una organización conformada en 2012 por más de 30 asociaciones que promueven políticas integrales para enfrentar la epidemia de obesidad en México, precisa que esta clasificación es reciente, “pues antes no se tomaban en cuenta a los ultraprocesados y se perdían de perspectiva en el análisis, al no considerarse sus altos niveles de azúcares añadidos, grasas trans y saturadas y sodio”. Investigaciones en la Unión Europea y Estados Unidos han demostrado que los alimentos ultra procesados están relacionados con enfermedades cardiovasculares, diabetes e incluso cáncer.

Puertas giratorias: Coca-Cola y gobiernos

De 1998 a 2018 el número de enfermedades asociadas al alto consumo de alimentos y bebidas ultraprocesadas se ha incrementado sustancialmente en México: 83% las enfermedades hipertensivas; 106% las enfermedades endócrinas y nutricionales y 64% las enfermedades digestivas, reportó el INEGI.

Durante las discusiones en la Cámara de Diputados para modificar la Ley de Salud, el gobierno federal aseguró que el costo de atender a pacientes por obesidad y las enfermedades asociadas en 2023 ascendería a los 272 mil millones de pesos (14 mil millones de dólares), una fuerte carga para las finanzas públicas. Sin embargo, en este tiempo la presión de multinacionales y asociaciones patrocinadas por estas han frenado iniciativas para desincentivar el consumo de estos alimentos, y sobre todo bebidas ultraprocesadas.

¿Por qué **el gobierno mexicano ha permitido que Coca-Cola** obstaculice las políticas de prevención y atención de las Enfermedades No Transmisibles? Esto se preguntó el académico del King's College de Londres, Eduardo J. Gómez, en un estudio publicado en agosto de 2019 donde analiza la influencia política de la refresquera en México. Coca Cola y otras empresas han impulsado diversos programas y estrategias con el fin de postergar del debate sobre el incremento de impuestos para estas bebidas y un etiqueta frontal.

La investigación detalla que la multinacional ha influido en la política mexicana, al menos, desde la administración del primer presidente de oposición en los 70 años, el panista Vicente Fox Quesada (2000- 2006) y hasta la actualidad. En su estudio menciona que el crecimiento de la venta de estas bebidas coincide con el aumento de la obesidad y la diabetes tipo 2 en el país.

Coca-Cola ha desarrollado estrechos vínculos con políticos. Por ejemplo, el expresidente Fox Quesada, trabajó para esta empresa de 1965 a 1979, cuando dejó el cargo era presidente de la división América Latina. A mediados de los años ochenta se afilió al Partido Acción Nacional (PAN), organismo con el cual llegó a ser diputado federal (1988-1991) y gobernador de Guanajuato (1995-1999). El político ha reconocido que fue esta empresa la primera en donar a “Amigos de Fox”, organización civil que lo apoyó con recursos para su campaña a la presidencia y que fue creada en 1999 por José Luis González González, expleado de Coca-Cola México.

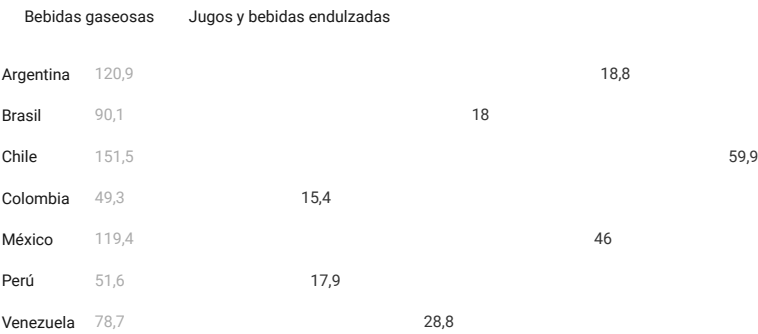
Genaro Borrego Estrada es un reconocido político que ha sido diputado (1982-1985), gobernador de Zacatecas (1986-1992), presidente del entonces gobernante Partido Revolucionario Institucional (PRI) (1992-1993), director del Instituto Mexicano del Seguro

Social (1993-2000) y senador (2000- 2006). En 2007 comenzó a trabajar para la embotelladora de Coca-Cola más grande del mundo: Femsa, donde fue director de asuntos corporativos hasta 2019.

La más reciente contratación de Femsa ha sido la de Roberto Campa Cifrián, que en febrero de este año sustituyó a Borrego Estrada en la corporación. También priista, ocupó cargos como el de Procurador Federal del Consumidor, diputado en varias ocasiones y secretario del Trabajo y Previsión Social.

La relación de Coca Cola con la Presidencia de la República continuó luego de Fox, durante el sexenio de Felipe Calderón Hinojosa (2006-2012). En ese tiempo, en un intento por mejorar su imagen, la multinacional desarrolló programas de activación física para combatir la obesidad y el sobrepeso.

Consumo de kcal per cápita por día en 2014



Fuente: Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: ventas, fuentes, perfiles de nutrientes e implicaciones normativas 2019 OPS
[Descargar los datos](#)

Un gesto resume la política de salud del entonces gobierno respecto al consumo y control de bebidas azucaradas en México. El 2007, la ministra de Educación Pública Josefina Vázquez Mota firmó un convenio con Coca Cola para que la empresa lleve a 271 escuelas su programa de activación física. Durante la presentación dijo que la solución no era sacar la comida chatarra de las escuelas sino enseñar a los niños y niñas a tomar “decisiones saludables”.

Hacia finales de su mandato, Felipe Calderón fue el encargado de entregar a Coca-Cola de México el reconocimiento CLARES, otorgado por la Universidad Anáhuac de México por “su compromiso con el desarrollo social, económico y ambiental”. Meses antes la empresa se había comprometido a invertir **mil millones de dólares** en el país y con ello crear diez mil empleos nuevos.

Nestlé, Bimbo, algunas de las farmacéuticas más grandes del país, entre otras empresas crearon en 1985 la Fundación Mexicana para la Salud (Funsalud) con el objetivo de incidir en las políticas públicas. Cinco de sus expresidentes han sido ministros de salud. El caso más reciente fue Mercedes Juan López, que cuando fue presidenta de Funsalud (2009-2012) cuestionó la eficacia del impuesto especial a las bebidas azucaradas. Meses después, el gobierno de Enrique Peña Nieto (2012-2018) la nombró ministra de Salud, cargo que ocupó hasta febrero de 2016. Como funcionaria pública encabezó la Estrategia para la prevención y el control del sobrepeso, la obesidad y la diabetes en 2013, pero las cifras de estas enfermedades no se redujeron.

Durante el mandato de Peña Nieto, Coca Cola tuvo una importante influencia en la toma de decisiones en temas de salud. El Observatorio Mexicano de Enfermedades No Transmisibles (OMENT), se creó como un espacio ciudadano integrado por diferentes organizaciones para supervisar el cumplimiento de las acciones de la estrategia contra la obesidad y sobrepeso. Sin embargo, de sus veinte representantes, diez estuvieron ocupados por cámaras empresariales y asociaciones ligadas a empresas, como Funsalud. El resto de los puestos estuvieron ocupados por académicos, funcionarios del Ministerio de Salud y una organización de la sociedad civil. Debido a que no se pudieron llegar a acuerdos sobre temas como el impuesto a bebidas, etiquetado, entre otras, el OMENT cayó en una parálisis que impidió cumplir con su cometido.

Además de contar con el apoyo de las diferentes cámaras empresariales, los hombres de negocios crearon el Consejo Mexicano de la Industria de Productos de Consumo, A.C. (ConMéxico), formado por las grandes empresas de alimentos, bebidas no alcohólicas y alcohólicas, entre otras. Según testimonios de legisladores de ambas cámaras obtenidos por **OjoPúblico** para esta investigación, ConMéxico ha ejercido presión para impedir cambios al etiquetado frontal de advertencia y el impuesto a tabaco, bebidas azucaradas y alimentos con alto contenido calórico (IEPS). También tienen presencia constante en medios de comunicación para opinar sobre las desventajas de las regulaciones a alimentos ultra procesados.

Presiones en el gobierno de López Obrador

Los vínculos con la política alcanzan al actual gobierno de López Obrador. Hace unas semanas se publicó en el diario **La Jornada una foto** en la que sorprendieron a diputados del partido en el gobierno, Morena, y el de la Revolución Democrática (PRD) bebiendo junto con lobbistas después de que la cámara rechazara el gravamen del 20 por ciento a bebidas azucaradas, alcohólicas y cigarrillos en un restaurante ubicado en el congreso.

El rechazo al Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) se dio semanas después de que los diputados aprobaran casi de manera unánime (solo hubo dos abstenciones) un nuevo etiquetado frontal de advertencia en alimentos y bebidas ultra procesadas. Los votos en contra del aumento al impuesto vinieron por parte de algunos diputados que habían señalado que el etiquetado no frenaría la obesidad a menos de que se acompañe por medidas más radicales.

Días antes de que el tema se discutiera en el congreso, el presidente Andrés Manuel López Obrador se reunió en privado con el Presidente Ejecutivo del Consejo de Administración de Femsa, José Antonio Fernández Carbajal, a quien llaman “El Diablo”. Públicamente

Fernández Carbajal dijo que fue a saludar al mandatario y conversaron sobre “cómo ayudamos a México”. Posteriormente circuló una misiva que el CEO envió a sus directivos en la que señala que planteó su intención de invertir 61 mil 876 millones de pesos (3, 232 millones de dólares) y con ello crear 41 mil empleos.

Estos días, el Conacyt ha anunciado que otorgará un **estímulo fiscal** a la investigación y desarrollo de tecnología por 30 millones 226 mil pesos (1,5 millones de dólares) a la empresa Bebidas Mundiales, filial de Coca-Cola.

Coca Cola en todos los rincones

Una frase resume el poder de la marca Coca Cola en el discurso público de México. Recientemente el presidente **López Obrador** dijo que espera que los medicamentos lleguen a todos los mexicanos, incluso a los de los poblados lejanos, como la Coca-Cola.

La empresa responsable de que las botellas de Coca Cola lleguen a todos los rincones del país es Femsa, una empresa que surgió en 1890 en Nuevo León, llamada inicialmente Cervecería Cuauhtémoc, y que hoy es la embotelladora y distribuidora más grande de productos Coca-Cola. Tiene presencia en Brasil, Argentina, Colombia, Costa Rica, Guatemala, Panamá, Venezuela, Perú, Ecuador, Chile, Uruguay y Filipinas. El 27,8 de sus **acciones** están en manos de Coca-Cola.

Femsa es además accionista de la cervecera Heineken, y cuenta con Femsa Comercio, que aglutina a las tiendas Oxxo, 539 gasolineras Oxxo Gas y la división de salud, con 2.361 farmacias, adquiridas a tres cadenas regionales en México. Femsa Negocios Estratégicos ofrece servicios de logística, soluciones de refrigeración y soluciones en plásticos.

Durante el 2018 este grupo tuvo ingresos por 469 mil 744 millones de pesos (24.449 millones de dólares) y una utilidad bruta de \$175 mil 170 millones de pesos (9.105 millones de dólares). Esto la ubicó como la quinta empresa más importante en México.

Femsa también integra ConMéxico, gremio empresarial que ha argumentado que incrementar el impuesto a los productos con alto contenido calórico o la implementación de un etiquetado claro, traería “**profundas consecuencias sociales y económicas**”. Estos argumentos coincidieron y fueron recogidos por algunos políticos como el diputado panista Éctor Jaime Ramírez Barba, quien ante la propuesta de reforma fiscal para estas bebidas gaseosas dijo que se debía tener cuidado con las regulaciones a la industria y que esa decisión “va a tener un impacto y va a haber desempleados, y lo que esto pueda significar: mire usted está desempleado, pero va a estar muy sano”.

Un Oxxo en cada esquina te dio

“Por la Avenida López Mateos, cruzando 5 de Mayo, enfrente del Oxxo, está la oficina”, así es cómo ahora los mexicanos dan indicaciones para llegar a un destino. Lo único malo, es que hay tal cantidad de esas tiendas que es más factible que acaben por confundir al conductor. Según Femsa, cualquier mexicano tiene hasta tres Oxxo a menos de 500 metros de distancia entre sí y cada día se abren tres en alguna población.

Esta cadena de tiendas es parte de la estrategia de expansión del emporio Femsa, al inicio de 2019 había cerca de 18 mil en todo México. La OPS ha advertido que la mayoría de los productos ultra procesados son cada vez más asequibles para la población porque tienen presencia desde las tiendas pequeñas de barrio hasta los supermercados, en un negocio dominado por grandes empresas multinacionales.

EN TODOS LADOS. Se estima que en México existen hasta tres Oxxo cada 500 metros de distancia. Hay 18 mil en todo el país.

Foto: Kennia Velázquez / OjoPúblico

Las tiendas Oxxo representan para Femsa el 34% de sus ingresos totales. Ahora también han desarrollado 25 marcas propias, que van desde frituras hasta agua alcalina. En sus anaqueles se pueden encontrar cerveza, cigarrillos, snacks, dulces, galletas, panecillos y comida rápida. En una reducida esquina están la leche, huevos, fruta y verdura.

Los datos de la OPS dan cuenta de que México tuvo un incremento del 30% en el consumo de productos ultra procesados de 2000 al 2013. Solo Estados Unidos, Canadá y Alemania lo superan.

Oxxo ocupa el primer lugar entre este tipo de establecimientos en México, con 80% de participación de mercado, lejos están 7-Eleven, que tiene el 8,4% y Círculo K, con 3,7%, sus más “cercanos” competidores. De acuerdo con Interbrand, la cadena es la tercera marca más valiosa del país con un valor de 43,8 mil millones de pesos (2 mil millones de dólares).

Atender el asunto

Algunos especialistas que han estudiado el **papel de la industria** consideran que los gobiernos deben tratar con las mismas reglas de las tabacaleras a las empresas productoras de alimentos y bebidas chatarra, pues éstas utilizan las mismas tácticas: grupos de fachada, cabildos agresivos, promesas de autorregulación, investigación financiada por la industria que confunde la evidencia y hace dudar al consumidor.

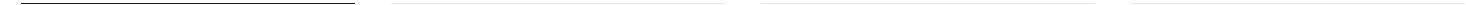
Evelia Apolinar cree que el consumo de estos productos ultraprocesados se deben atender como una adicción: “hay estudios que sugieren que el consumo de grandes cantidades de azúcar, de azúcares añadidos, de jarabes de alta fructosa, estimula regiones del cerebro similares a las que provoca una droga, hay liberación importante de neurotransmisores, serotonina, dopamina, y todas estas hormonas de la euforia y la felicidad. Por eso a tanta gente les cuesta dejar de consumirlo”, explica.

Fiorella Espinosa dice que cuando se revisa para ver qué no ha funcionado, la respuesta siempre recae en “la falta de voluntad política, que no es gratuita, sino que obedece a un conflicto de interés que explica la inacción o simulación en la aplicación de políticas públicas alimentarias”.

Lo cierto es que el gobierno mexicano hasta el momento solo ha dado pequeños pasos para atender las ENT y prioriza los intereses de la industria, mientras esa dinámica continúe, los problemas de salud asociados no harán sino agravarse en detrimento del limitado presupuesto del Estado para atenderlo. Para esta investigación, OjoPúblico se comunicó con los diferentes sectores aludidos, pero no atendieron las consultas.

Relacionados

[Alimentos](#), [Industria alimentaria](#), [Grupos de poder económico](#)



[Conoce a nuestro equipo](#)
[Contáctanos](#)
[Misión visión y valores](#)

[Independencia editorial ante nuestros aliados.](#)
[Sobre el secreto profesional y periodístico.](#)
[Protección de datos personales.](#)
[El derecho a la rectificación.](#)
[OjoBiónico: políticas y criterios de corrección](#)

Suscríbase a nuestro newsletter para estar al día con las últimas noticias.

<input type="text"/>	SUSCRIBIRSE
----------------------	-------------