


# Determinantes de la reconfiguración de los comportamientos alimentarios en México



CRISTINA ALMEIDA PERALES  
DELLANIRA RUÍZ DE CHÁVEZ RAMÍREZ  
Ciencias de la Salud, Unidad Académica de Medicina Humana  
Universidad Autónoma de Zacatecas  
«Francisco García Salinas»

ROBERTO SOTO ESQUIVEL  
Unidad Académica de Estudios del Desarrollo  
Universidad Autónoma de Zacatecas  
«Francisco García Salinas»

 [crisalm@gmail.com](mailto:crisalm@gmail.com)

## Resumen

El objetivo es identificar los determinantes estructurales de la reconfiguración de los comportamientos alimentarios de la población en México durante 1990-2014. La adopción del modelo económico neoliberal y su aunada apertura comercial y flexibilización a la inversión extranjera han contribuido en el cambio de oferta alimentaria en la población: industrializada, lista para ser consumida y con bajos niveles nutricionales. Los supermercados y restaurantes de comida rápida son los principales agentes de transformación de los patrones abasto-distribución de alimentos; sus efectos denotan patrones de consumo inadecuados, así como una mayor prevalencia de comer fuera del hogar. Urge implementar una estrategia alternativa integral con fines nutricionales y regulaciones protectoras para disponer de hábitos alimentarios saludables.

*Palabras clave:* comportamientos alimentarios, supermercados, política neoliberal.

## Abstract

The principal objective is to identify the structural determinants in the transgression of eating behaviors of the population in México during 1990-2014. The change of neoliberal economic model associated with the commercial liberalization, and foreign investment flexibility have contributed in changing the food offer to the population: industrialized products, ready for consumption and with low nutritional values. Supermarkets and fast food restaurants are the main agents of the reconfiguration of supply-distribution patterns of food; its effects denote inadequate consumption patterns as well as a higher prevalence of eating outside. It is necessary to implement an alternative integral strategy and protective regulations for nutritional purposes and thus, have healthy eating habits.

*Keywords:* eating behaviors, supermarkets, neo-liberal policy.

## Introducción

Decir que en México el número de supermercados se triplicó en la última década y que en Latinoamérica el país figura como el segundo mercado más importante para una marca mundial de comida rápida, implica cambios de comportamientos alimentarios en su población. La transición del patrón alimentario mexicano coincide con el cambio de patrón del abasto-distribución de alimentos. Ambos muestran sus mayores rasgos en las grandes ciudades del país desde los noventa del siglo XX.

Los supermercados y tiendas de conveniencia se expandieron primero en zonas metropolitanas, luego en ciudades y pueblos intermedios; concentran al menos tres cuartas partes del mercado de alimentos en México (Bocanegra y Vázquez, 2012). En el caso de los restaurantes de comida rápida, se han expandido en al menos noventa de las ciento diecisiete ciudades más grandes del país.<sup>1</sup> Ante ello, han ocurrido cambios de comportamiento alimentario en la población: el gasto en alimentos fuera del hogar pasó de 4 a 16% de 1996-2000, y en 2012 alcanzó 22% (INEGI, 1996, 2000, 2012). El patrón de consumo alimentario en las últimas tres décadas permanece en transición; hay evidencia que el suministro per cápita de proteínas de origen vegetal perdió 10%, cifra que ganó la de origen animal, mientras que la grasa per cápita pasó de 75 a 93 gr/día (FAOSTAT, 2014).

La finalidad de este ensayo es identificar los determinantes estructurales de la reconfiguración de los comportamientos alimentarios de

<sup>1</sup> Estimación propia a partir de la consulta en línea de las principales cadenas de restaurantes de comida rápida establecidas en México.

la población en México durante 1990-2014. En el primer apartado se expone la aplicación de la política neoliberal en el sistema alimentario; se considera el abasto-distribución de alimentos y cadenas de *fast food*, factor influyente en la transformación de los comportamientos alimentarios de la población; en el segundo se exploran los patrones de consumo; en el tercero se insertan las conclusiones.

### Políticas de ajuste estructural aplicadas al sistema alimentario mexicano

El acuerdo impuesto a México a inicios de los ochenta por el Fondo Monetario Internacional, le atribuyó un cambio radical en la estrategia política económica para el control de la inflación y el crecimiento económico (Soto, 2010); además, este acuerdo trajo implícito el proceso de inserción del régimen alimentario corporativo<sup>2</sup> con hegemonía en las grandes transnacionales alimentarias y de capital financiero.

Ese cambio de modelo económico reorientó las bases a la exportación; era más abierto a la economía mundial, desregulado, menos estatificado, mayormente basado en las fuerzas de mercado y donde la inversión privada fuera el motor de acumulación del capital (Guillén, 2010). La mayoría de las actividades económicas del país se reorientó y la agricultura, la comercialización, el abasto y la distribución de alimentos no fueron la excepción. Las políticas de austeridad conllevaron al desmante-

amiento de dichos sectores para potenciar el modelo agroexportador y la participación de agentes agroalimentarios transnacionales. Ello repercutió en el mercado alimentario mediante la expansión de supermercados y cadenas de restaurante de comida rápida; aspectos que intervinieron en la alteración de los comportamientos alimentarios tradicionales.

### *Efectos en patrón de abasto-distribución de alimentos*

La contracción del presupuesto que sufrió el sector agrícola con el cambio de modelo económico, repercutió también en el sistema de comercialización de granos básicos y en el abasto de alimentos a la población. Saucedo (1993, p. 51) indica que en el periodo 1984-1992 la reducción del gasto declinó hasta dos tercios (de 2.4 a 0.85%) del Producto Interno Bruto. En esas fases el principal agente del Estado era la Compañía Nacional de Subsistencias Populares S.A. de C.V. (Conasupo).

El proceso de transformación de la Conasupo se abocó a la austeridad para luego suprimirse. Así se desreguló parte importante de la fase intermedia del sistema alimentario amparado por el Estado, para dejarlo en manos de agentes privados acorde a la dinámica económica y la configuración territorial del país (Torres *et al.*, 2012; Brenner, 2004). La transición del patrón de abasto y la distribución de alimentos tuvieron lógicas de competencia entre firmas ante el declive de las barreras comerciales. Las firmas fijaron sus zonas de provisión con base en la fuerza de demanda diferenciada en las metrópolis, lo que originó la deslocalización alimentaria (Torres *et al.*, 2012).

Según Reardon y Berdegúe (2008) la expansión mundial del comercio moderno o supermercados obedece a cuatro etapas; México se situó en la segunda a mediados de los noventa. Sin embargo, desde fines de los setenta tres corporativos nacionales ya se habían consoli-

<sup>2</sup> Se entiende por régimen alimentario a la estructura que rige o gobierna la producción y el consumo de alimentos a escala mundial. Abarca una perspectiva estructurada para la comprensión del papel de la agricultura y los alimentos en la acumulación de capital a través del tiempo y el espacio (McMichael, 2009). El régimen alimentario corporativo inició en la década de los setenta y se articula al proceso de globalización. Denota mayor competencia en los mercados mundiales de alimentos y con sistemas agrarios cada vez más integrados al proceso de acumulación (McMichael, 2015).

dado en la zona metropolitana de la Ciudad de México (Cifra, Grupo Gigante y Comercial Mexicana); mientras que en otras regiones del país estaban Soriana, Casa Ley y Chedraui (Gasca y Torres, 2014).

Conforme a la globalización, a inicios de los noventa estas empresas comenzaron a hacer cambios en sus estrategias y planes de negocio: fortalecieron el uso de tecnología de la información pues faltaba poco para el ingreso de la gran distribución transnacional; mediante fusiones o alianzas con algunas de las cadenas nacionales se incorporaron al mercado nacional de acuerdo con la desregulación a la Inversión Extranjera Directa (IED).

En 1991 Cifra anunció su adhesión con Walmart por medio de una alianza estratégica, y en 2000 esta última adquirió el total de las acciones de su asociado (Gasca y Torres, 2014:146). Comercial Mexicana replicó la operación, se asoció con Price Club (hoy Costco); igual hizo Grupo Gigante con Fleming Companies en 1992 y con Carrefour en 1994. Lo mismo sucedió en 1995 con Auchan y Comercial Mexicana, y de forma independiente ingresó en el noreste y centro occidente del país *H-E-B*. Por su parte, ocurrió la compra entre empresas nacionales. En 1992 Grupo Gigante obtuvo almacenes de menor presencia en el mercado: Blanco y El Sardinero; una década después Soriana lo absorbió y recientemente se expandió más al adquirir 34% del piso de ventas de las tiendas Comercial Mexicana (Ugarte, 2015).

Respecto a la configuración territorial y su influencia en la transición del patrón de abasto y distribución, las áreas con mayor tendencia de crecimiento económico y demográfico del país como Monterrey, el Valle de México, Juárez, La Laguna y Tijuana, experimentaron un fuerte aumento en el número de supermercados. Entre las décadas 1980-1990 y 1990-2000 se pasó de 360 a 1 309 unidades y para 2005 se llegó a 4 556 almacenes (Torres, 2011, p. 79). No obstante, el crecimiento registrado en

la última década suma ya la cantidad de 13 192 unidades (Almeida, 2012); reflejo del progresivo dominio corporativo en la reconfiguración del patrón de abasto-distribución alimentario en México así como su progresivo avance en poblaciones medianas y pequeñas.

En la actual transición del patrón de abasto alimentario, la fuerza dominante en el comercio minorista está representada por la empresa estadounidense Walmart. Sus cuotas de venta en el país casi se triplicaron en 2002-2010; pasaron de 103 mil millones de pesos (mmp) a 295 mmp. Bajo ese periodo Soriana se encontró en segundo sitio al duplicar su monto, empero su venta fue considerablemente menor (31% del total de Walmart para 2010). En tercer sitio estuvo Comercial Mexicana, que apenas llegó a 19% de las ventas con relación a la cadena líder. De acuerdo con las ventas totales, entre 2004-2010 estos tres agentes concentraron al menos tres cuartas partes del mercado de alimentos en México (Bocanegra y Vázquez, 2012, p. 110-111).

La sintonía del crecimiento y el dominio acelerado de esta industria, que decide qué come la humanidad, origina la expansión de las cadenas de restaurantes de comida rápida; ello deriva de las reformas a la Ley Federal del Trabajo y la Ley de Propiedad Industrial, las cuales coadyuvan las IED así como las reglas de la Organización Mundial del Comercio.

#### *Expansión de cadenas fast food en México*

El inicio de este giro de establecimientos en territorio mexicano se remonta a los años sesenta; los dos primeros restaurantes extranjeros fueron KFC en 1963 y Pizza Hut en 1969 (AFRPM, 2014; KFC, 2015). No obstante, fue hasta mediados de la década de los ochenta con la flexibilización a la IED que corporativos de comida rápida buscaron crecer bajo el esquema de franquicias; la finalidad era potenciar sus marcas en un país que ya contaba con ciu-

dades consolidadas en el ámbito industrial, y con extensa población de clase media insertada en el mercado laboral, promisorio para sus mercancías.

A partir de 1985 la expansión de siete (KFC, Pizza Hut, McDonald's, Domino's Pizza, Carl's Junior, Burguer King y Subway) de las diez mayores cadenas de restaurante de comida rápida en el mundo ha acumulado un total de 3 mil 55 establecimientos en el país.<sup>3</sup> Primero se instalaron en alguna de las tres principales ciudades del país (Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey), luego avanzaron a las zonas metropolitanas y ciudades con más de cien mil habitantes. Si bien tienen presencia en todas las entidades de la república mexicana y la Ciudad de México, ahora también pretenden crecer en ciudades con menos de aquella cantidad.

La notable expansión del *fast food* y de los supermercados ha ido de la mano con los factores de demanda del modelo de la sociedad capitalista; éstos anteponen reducir el tiempo de preparación y de consumo de alimentos así como la tendencia de comer fuera del hogar, elementos que lesionan los comportamientos alimentarios del hombre.

### Transformación de los comportamientos alimentarios

Decir que McDonald's es el líder mundial del *fast food* y que en Latinoamérica, México representa su segundo mercado más importante —detrás de Brasil— y el número uno en consumo per cápita (BMV, 2012), implica cambios en los hábitos de consumo de su población.

La conducta alimentaria remite al «comportamiento normal relacionado con los hábitos de alimentación, la selección de alimentos que

se ingieren, las preparaciones culinarias y las cantidades ingeridas por ellos» (Osorio *et al.*, 2002, p. 1). Los hábitos alimentarios son considerados una disposición adquirida por actos repetidos que construyen una manera de ser y vivir del individuo. Para que esto ocurra es necesario que sean placenteros, que se adhieran a las normas socioculturales establecidas por un grupo y que sean coherentes con el estilo de vida de las personas. Además, están condicionados por una gran variedad de factores geográficos, socioculturales y económicos.

Conforme avanzaron las décadas de los sesenta y setenta, México experimentó un acelerado proceso de industrialización. Obreros, trabajadores, oficinistas y burócratas con ocho horas por jornada y cuarenta a la semana incursionaban en la modernidad, que les exigía cambios en sus hábitos cotidianos. La comida rápida se representaba mediante «fondas», taquerías y torterías que ofrecían alimentos a bajo costo para satisfacer el hambre en poco tiempo. Por eso, esta idea no era novedad en la década de los ochenta, cuando la franquicia estadounidense más poderosa llegó al país. La posibilidad de la clase media mexicana de acceder a un restaurante de marca extranjera satisfacía parte de sus aspiraciones, en tanto significaba la oportunidad de un buen crecimiento de empresas del ramo y su influencia en los cambios de conducta alimentaria poblacional.

Todavía en los años ochenta las familias mexicanas consideraban el tiempo de comida como un ritual; no se podía faltar y el menú se caracterizaba de alimentos saludables, con un balance casi perfecto, complementados con desayuno, almuerzo y merienda o cena. Entre comidas no había galletas o papas fritas, sino fruta fresca o en conserva. El consumo de refresco era limitado y en casa se acostumbraban las aguas frescas. Cuando la situación lo ameritaba, la familia comía fuera de casa, en algún restaurante donde prevalecía un ba-

<sup>3</sup> Estimación propia a partir de BMV (2012), Alsea (2012), Domino's Pizza y Alsea (2015), Carl's Jr. (2013) y Subway (2015).

lance en los diferentes grupos de alimentos. Las golosinas eran limitadas y su consumo controlado.

Con la apertura comercial, la proliferación de los establecimientos *fast food* y supermercados ha sustituido viejos modelos de nutrición casera a un mercado de alimentos industrializados y listos para ser servidos. Para muchos, la comida ha dejado de verse como un alimento que cubre necesidades físicas y se ha tornado en mercancía de recompensa para niños y adultos; reproduce y prepara al cuerpo humano para una jornada de trabajo cada vez más intensa, al tiempo que reduce al mínimo el tiempo que se dedica a comer (Flores, 2007).

El mercado alimentario dominante se ha caracterizado por ser poco nutritivo y con muchos conservadores. Su retórica es engañosa, seducen con el ahorro de tiempo, garantizan sabor en pocos minutos y se regocijan con una línea especial fortificada que brinda «mejor nutrición». Parte de estos alimentos son de fácil acceso para padres de familias que carecen de tiempo para elaborar la comida y que de forma inconsciente los introducen en el hogar sin saber realmente lo que están adquiriendo.

Un estudio estadounidense indicó que el supermercado engorda (Courtemanche *et al.*, 2015, p. 18), condición que se cumple en México. La gente aumenta de peso cuando el coste de las calorías disminuye, máxime cuando los supermercados y las grandes superficies despliegan descuentos y promociones relacionadas con estrategias de ahorro en productos de bajo nivel nutricional. Indicaron también que el aumento de restaurantes, el auge de la venta de comida preparada para llevar a casa y la forma de vida de la gente han provocado malos hábitos alimentarios y, por ende, daños a la salud y muertes asociadas.

La sostenida prevalencia de sobrepeso y obesidad en la población mexicana es un claro ejemplo de lo anterior: 70% de los adultos y

34% de los niños escolares la presentan desde hace una década (Shamah *et al.*, 2007; Rivera, *et al.*, 2012). Respecto a la mortalidad, Calvillo (2012) advirtió que desde el año 2000 la principal causa de muerte en el país es la diabetes; el número de defunciones ocurridas entre 2000-2012 casi se duplicó, pasó de 46 525 a 89 914. Asimismo, de 2012-2015 México ocupó el sexto lugar mundial en muertes por diabetes y el tercer lugar en América (IDF, 2015).

#### *Cambios en los patrones de consumo de alimentos*

El ingreso y su asignación en el gasto establecen en el tiempo el consumo; si bien este factor no es determinante para el consumo alimentario, sí lo es para definir el volumen, la calidad y la presentación de los alimentos que se compran. Una relativa estabilidad o mejoría en el ingreso hace posible diversificar el perfil alimentario en un hogar, aunque no necesariamente conlleve a mejorar los niveles nutricionales y mantener una alimentación adecuada.

Para Trápaga (2001) el incremento de los ingresos en México tiende a una mayor demanda de los alimentos ricos en proteínas de origen animal, pero también al aumento de la demanda de azúcar, grasas, aceites y alimentos altamente procesados. La primer propagación de comida industrializada de bajo costo (pastas para sopa, galletas, tortillas de maíz y trigo, aceites y grasas, café soluble, entre otros) en el país inició con el establecimiento de las agroindustrias durante la década de los setenta.

Aguirre *et al.* (1993) indican que entre 1979 y 1981 la fuente proteica de la dieta sufrió cambios al ganar presencia la de origen animal sobre la vegetal. Esto se comprueba con los datos reportados en las hojas de balance de alimentos de la Organización de la Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAOSTAT, 2014). La tabla 1 muestra el nivel de

kilocalorías, proteínas y grasas al día por habitante, así como su respectiva proporción de origen vegetal y animal.

Durante 1970-1980 tanto los totales de kilocalorías, proteínas y grasas tuvieron un primer aumento significativo. Asimismo, al tiempo en que el nivel de proteína de origen animal aumentaba, la de origen vegetal disminuía en los mismos porcentajes. Aunque en las siguientes décadas los totales de kcal/día y de proteína per cápita se mantuvieron sin cambios significativos (con niveles promedio por década de 3 mil kcal/día y de 80-85 gr/día), continuó el cambio de la composición de origen de la proteína; esto se refleja en la considerable alza del total de grasa per cápita durante las tres décadas. La transformación en el suministro de alimentos por habitante constituye un cambio en el patrón de consumo de la población, el cual ha sido determinante en el deterioro de la alimentación.

El estudio de Torres y Trápaga (2001) además del de Santos (2014) complementan los cambios expuestos en el patrón de consumo durante las últimas dos décadas. Respecto al primero, los resultados indican mayor preferencia por productos industrializados (ma-

yonesa, enlatados, bebidas embotelladas, galletas, pan blanco y dulce, puré de tomate, harinas preparadas para *hot cake*, hojuelas de maíz y café soluble) y de origen animal, que se incorporaron tan pronto como se tenían posibilidades económicas. El consumo de cereales y otros granos resultó más bajo. Los niveles de ingreso explicaron las grandes diferencias en el consumo de carnes, frutas y verduras, así como la disminución en el consumo de alimentos básicos como la tortilla.

En un estudio comparativo, Santos (2014) midió el patrón alimentario acorde a tres niveles y desde lo general a lo particular: por grupo de alimentos, subgrupo y alimentos en específico. Obtuvo que entre 1992 y 2010 el consumo en los hogares no manifestó una transición alimentaria con relación a la proporción que guardan los grupos de alimentos, no obstante se evidenciaron cambios en términos de *a)* sustitución entre grupos de alimentos: el incremento de los energético-aditivos y la disminución de los alimentos de origen animal (OA), vegetal (OV) y los energético-vitamínicos (EV); *b)* sustitución al interior de la categoría de alimentos y productos: se redujo el consumo de leche al interior de los OA, del maíz y el fri-

Tabla 1  
Suministro per cápita en México, 1970-2011

|                         | 1970      | 1980      | 1990      | 2000      | 2011      |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Total kcal/día          | 2 539     | 2 999     | 2 969     | 3 037     | 3 024     |
| Fuente vegetal (%)      | 2 227(88) | 2 482(83) | 2 507(84) | 2 478(82) | 2 411(80) |
| Fuente animal (%)       | 312(12)   | 518(17)   | 462(16)   | 559(18)   | 613(80)   |
| Total proteína (gr/día) | 66.7      | 83.3      | 77.8      | 86.1      | 85.2      |
| Fuente vegetal (%)      | 48.0(72)  | 53.0(64)  | 48.7(63)  | 49.1(57)  | 45.0(53)  |
| Fuente animal (%)       | 18.7(28)  | 30.4(36)  | 29.1(37)  | 37.0(43)  | 40.3(47)  |
| Total grasa (gr/día)    | 55.9      | 75.7      | 75        | 83.2      | 92.9      |
| Fuente vegetal (%)      | 33.8(60)  | 39.7(52)  | 42.3(56)  | 43.6(53)  | 49.4(53)  |
| Fuente animal (%)       | 22.1(40)  | 36.0(48)  | 32.6(44)  | 39.5(47)  | 43.5(47)  |

Fuente: Almeida, 2014.

jol al interior de OV, y de las frutas al interior de los EV. En cambio, aumentó el consumo de carnes procesadas en el grupo de OA y los refrescos y jugos procesados en los EV.

## Conclusiones

Los determinantes estructurales de la reconfiguración de los comportamientos alimentarios de la población mexicana tienen origen en el cambio de modelo económico neoliberal instaurado en los años ochenta. La agudizada apertura comercial y su consecuente flexibilización de inversión extranjera ha reconfigurado el abasto-distribución de alimentos, la diversidad y disponibilidad de alimentos preparados que paulatinamente han transgredido los hábitos y patrones de consumo tradicionales, resultado de las pautas de producción y distribución rentable para la homogeneización de dietas.

En México, la pirámide poblacional apunta a la incorporación de un número cada vez mayor de personas en edad de trabajar con necesidad de comer fuera de casa; es urgente implementar una estrategia alimentaria alternativa integral con fines nutricionales y regulaciones protectoras para la disponibilidad y hábitos alimentarios saludables. Cambiar de hábitos no sólo favorecerá la salud de las personas sino también debilitará la demanda de comida procesada que impulsa el régimen alimentario vigente.

## Referencias

- AFRPM (2014). *Historia de Pizza HUT* en AFRPM. Recuperado de <http://www.afrpm.com.mx/PH01.htm>
- Aguirre, J., Escobar M. y Madrigal H. (1993). Cambios en la estructura alimentaria del área rural-urbana de México, en González, C. y F. Torres (eds.), *Los retos de la soberanía alimentaria en México*. México: IIEC-UNAM/Juan Pablos Editor.
- Almeida, C. (2014). Sistema alimentario y su impacto en el estado nutricional de escolares en México, 2000-2012, IX Congreso Sociedades Rurales Latinoamericanas, Diversidades, Contrastes y Alternativas, México D.F.
- ALSEA (2012). ALSEA y Burguy Burger King Worldwide, INC, en ALSEA. Recuperado de [http://www.alsea.net/uploads/pdf/es/alsea\\_noticia\\_2012\\_12\\_12\\_01\\_es.pdf](http://www.alsea.net/uploads/pdf/es/alsea_noticia_2012_12_12_01_es.pdf)
- BMV (2012). Evento relevante de calificadoras, en Bolsa Mexicana de Valores. Recuperado de [http://www.bmv.com.mx/eventoca/eventoca\\_409477\\_1.pdf](http://www.bmv.com.mx/eventoca/eventoca_409477_1.pdf)
- Bocanegra, C. y Vázquez M.A. (2012). Productividad en el comercio minorista: contrastes entre Walmart de México, Soriana y Comercial Mexicana, en *Paradigma económico*, 4, (1), 93-119.
- Brenner, N. (2004). *Newstates spaces. Urban governance and rescaling of statehood*. New York: Oxford University Press.
- Calvillo, A. (2012). Mortalidad por diabetes aumentó 92% en México. Recuperado de <http://www2.esmas.com/salud/511565/mortalidad-diabetes-aumento-92-mexico/>
- Carl's Jr. (2013). Inicio en Carl's Jr. Recuperado de <http://www.carlsjr.com.mx/>
- Courtemanche, C. *et al.* (2015). Can changing economic factors explain the rise in obesity?, en *National Bureau of Economic Research, Working Paper 20892*. Recuperado de <http://www.nber.org/papers/w20892.pdf>
- Domino's Pizza y ALSEA (2015). ALSEA celebra 25 años de Domino's Pizza en México. Recuperado de [http://www.alsea.net/uploads/pdf/es/alsea\\_celebra\\_25anos\\_de\\_dominos\\_en\\_mexico.pdf](http://www.alsea.net/uploads/pdf/es/alsea_celebra_25anos_de_dominos_en_mexico.pdf)
- FAOSTAT (2014). Balances alimentarios. Recuperado de <http://faostat3.fao.org/download/FB/FBS/S>
- Flores, G. (2007). Fast food, en Veraza, J. (ed.), *Los peligros de comer en el capitalismo*. México: Itaca.
- Gasca, J. y Torres F. (2014). El control corporativo de la distribución de alimentos en México, en *Problemas del Desarrollo*, 176 (45), 133-56.
- Guillén, A. (2010). *México hacia el siglo XXI. Crisis y modelo económico alternativo*. México: UAM/Plaza y Valdés.



- IDF (4 de agosto de 2015). En México, tsunami de diabetes y obesidad. *El Universal*.
- INEGI (1996). *Encuesta nacional de ingreso y gasto de los hogares*. México: INEGI.
- INEGI (2000). *Encuesta nacional de ingreso y gasto de los hogares*. México: INEGI.
- INEGI (2012). *Encuesta nacional de ingreso y gasto de los hogares*. México: INEGI.
- KFC (2015). Historia. Recuperado de <http://www.kfc.com.mx/historia.php>
- McMichael, P. (2009). A food regime genealogy, en *The Journal of Peasant Studies*, 36 (1), 139-169.
- McMichael, P. (2015). *Regímenes alimentarios y cuestiones agrarias*. México: UAZ/Miguel Ángel Porrúa.
- Osorio, J., Weisstaub, C. y Castillo C. (2002). Desarrollo de la conducta alimentaria en la infancia y sus alteraciones, en *Revista chilena de nutrición*, 29 (3), 280-285.
- Reardon, T. y Berdegue, J. (2008). *El papel del comercio minorista en la transformación de los sistemas agro-alimentarios*. Santiago de Chile: RIMISP-Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
- Rivera, J.Á., Shamah T., Villalpando S., Franco A. y Cuevas L. (2012). *Encuesta nacional de salud y nutrición 2012. Resultados nacionales*. Cuernavaca: INSP.
- Santos, A. (2014). *El patrón alimentario del libre comercio*. México: UNAM/IIEC/CEPAL.
- Saucedo, F. (1993). El marco institucional del abasto y la alimentación en México: evolución en los años recientes y algunas preocupaciones y propuestas, en Delgadillo, J., Fuentes L. y Torres F. (eds.), *Los sistemas de abasto alimentario en México*. México: IIEC/UNAM/UPAL.
- Shamah, T., Salvador V. y Rivera J.Á. (2007). *Resultados de la ENSANUT 2006*. Cuernavaca: INSP.
- Soto, R. (2010). *Especulación e innovación financiera. Mercado de derivados y consecuencias macroeconómicas en México*. México: UNAM/Miguel Ángel Porrúa.
- Subway (2015). Restaurantes. Recuperado de <http://world.subway.com/Countries/frmMainPage.aspx?CC=MEX>
- Torres, F. (2011). El abasto de alimentos en México hacia una transición económica y territorial, en *Problemas del Desarrollo*, 166 (42), 63-95.
- Torres, F. y Trápaga Y. (2001). *La alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio*. México: IIEC/UNAM/Miguel Ángel Porrúa.
- Torres, F., Trápaga, Y., Gasca, J. y Martínez S. (2012). *Abasto de alimentos en economía abierta. Situación en México*. México: IIEC/UNAM/Plaza y Valdés.
- Trápaga, Y. (2001). Sobre el patrón alimentario del mexicano actual, en *Influencia de la apertura comercial en el patrón alimentario del mexicano actual*. México: El Colegio Nacional.
- Ugarte, J. (2015). Soriana compra 160 tiendas de la Comer por 39,194 mdp, en *El Financiero*.