elektron

Boletín del **FRENTE DE TRABAJADORES DE LA ENERGIA** de **MEXICO**
Organización obrera afiliada a la FEDERACION SINDICAL MUNDIAL
www.fte-energia.org | prensa@fte-energia.org | http://twitter.com/ftenergia |
http://ftemexico.blogspot.com | v. *13, n. 106, 16 de abril de de 2013*

PepsiCo y Nestlé apoyarán al "hambretón"

Rosario Robles, titular de la secretaría de desarrollo social de Peña Nieto firmó convenios de colaboración con Pepsico y Nestlé para apoyar la Cruzada contra el hambre, la primera participará con la dieta Pepsi y, la segunda, con "mi dulce negocio". Peña combatirá el hambre con alimentos chatarra causantes de la obesidad. Se trata de una burla a la sociedad para enriquecer más a transnacionales y socios.

Chayoantonieta. Hernández, en La Jornada, 11 abr 2013

La dieta Pepsi

La agencia Notimex (en www.cnnexpansion.com), informó que, a fin de establecer mecanismos formales de colaboración mediante los cuales puedan canalizarse donativos en especie y la atención ante desastres naturales, la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) firmó el 8 de abril un convenio con la empresa transnacional PepsiCo.

Con esto, PepsiCo y Quaker de México se suman a la Cruzada Nacional Contra el Hambre, a la que incorporarán un producto innovador, investigado y desarrollo por científicos mexicanos, orientado a combatir la desnutrición, principalmente en los 400 municipios considerados en esta estrategia, destacó la Sedesol en un comunicado.

La firma de este acuerdo "permitirá que la población materno-infantil de bajos recursos económicos y con niveles de desnutrición crónica, pueda acceder a estos alimentos fortificados a través de canales oficiales y con el debido respaldo científico", resaltó la secretaría.

La Fundación PepsiCo México, además de contar con la participación de organizaciones de la sociedad civil expertas en la materia, como un Kilo de Ayuda, brindará su conocimiento y consultoría en la temática de programas nutricionales.

El dulce negocio de Nestlé

Nestlé México también firmó un convenio de colaboración con la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) para sumarse a la Cruzada Nacional Contra el Hambre.

En un comunicado, la empresa expone que el acuerdo incluye acciones concretas para trabajar en conjunto con pequeños productores de café y leche, a fin de ampliar el beneficio a más de seis mil cafeticultores y ganaderos.

Precisa que se llevará a cabo además la construcción de un complejo que funcionará como centro de capacitación, vivero y banco de semillas para la comunidad cafetalera de San Luis Acatlán, en Guerrero.

Además se implementará un programa integral de capacitación para el desarrollo de los pequeños productores de leche en Temapache, Veracruz.

El presidente Ejecutivo de Nestlé México, Marcelo Melchior, dijo que además la empresa impartirá más de 200,000 horas de educación en nutrición y cursos de autoempleo en los municipios con mayor carencia en el país.

A través del programa "Mi dulce negocio", la empresa brindará también capacitación empresarial y culinaria a más de 15,000 mujeres emprendedoras para abrir su propio negocio.

De acuerdo con Nestlé, "Mi dulce negocio" y los proyectos productivos en el campo se suman a las diversas acciones que realiza en México y en todos los países en los que tiene presencia bajo su filosofía de creación de valor compartido.

En conjunto con la Asociación Mexicana de Banco de Alimentos, entregará materiales, recetarios e insumos para que miles de mujeres emprendedoras se conviertan en microempresarias, y tales actividades darán inicio a partir de mayo en delegaciones del Distrito Federal y municipios del estado de México.

Riesgos para la salud

En la revista Proceso (www.proceso.com.mx/) del 9 de abril de 2013, se publicó: La incorporación de las empresas Nestlé y PepsiCo a la Cruzada contra el Hambre impulsada por el presidente Enrique Peña Nieto, evidencian hacia el exterior que “México está vendido a las empresas trasnacionales”, advirtió Patti Rundall, líder de la Coalición Internacional contra el Conflicto de Interés.

Peor aún, sostuvo que permitir a estas empresas colaborar en el diseño y aplicación de políticas públicas representa un “riesgo” para la salud de las personas.

“A ellos sólo les interesa ampliar su participación en el mercado aunque digan que están preocupados por la salud y por ayudar al gobierno. Eso es mentira”, afirmó la activista en rueda de prensa.

Rundall recordó que ese esquema ya se ha aplicado en otros países como en Brasil, pero que se suspendió por las protestas de organizaciones sociales que denunciaron el daño que causa a los niños el consumo de productos de Nestlé, por sus altos contenidos de azúcar y sal.

En Brasil se introdujeron los programas Hambre Cero y Bolsa de Familia durante el gobierno de Luiz Inácio Lula da Silva.

Nestlé participó en los programas y se reportó que las mujeres encargadas de ser guías nutricionales, en vez de inculcar buenos hábitos alimenticios, se volvieron promotoras de productos de la empresa.

“No deben cambiar la comida tradicional por la que las compañías quieren dar, ya que por lo general son altas en azúcar, grasas, aditivos y demás ingredientes dañinos para la salud, así que ¿por qué pensar que la solución está en las empresas y no en las personas?”, abundó Rundall.

El hambre, añadió, no se puede acabar ni se debe paliar con alimentos chatarra, “las personas son las que deben y pueden influir en las decisiones”, por lo que consideró que lo único que se necesita es informar a la gente y ésta actuará en consecuencia.

Quieren más obesidad

Como en el caso de Brasil, la también directora de la ONG Baby Milk Action señaló que México podría evitar que suceda lo mismo si se sacude la intromisión de empresas, algo que también pueda representar un conflicto de intereses.

Por su parte, Alejandro Calvillo, director de *El Poder del Consumidor*, cuestionó el que la Cruzada contra el Hambre iniciara sin haber creado el comité científico que debería avalar las acciones y, en cambio, sí hay prisa por formalizar el acuerdo de colaboración con la industria de alimentos y bebidas.

Eso sin mencionar que las empresas inmiscuidas en el proyecto, PepsiCo y Nestlé, representan un conflicto de interés, pues "no se puede hacer política pública con la principal industria causante de la obesidad".

Calvillo infirió que, si como en Brasil, el sector privado pusiera a la venta sus productos en las 25 mil distribuidoras de Diconsa, en vez de hambre habría obesidad, y con ella aumentarían las enfermedades relacionadas a esa condición, como hipertensión y diabetes, principalmente.

Álvaro Urretra comerciante en la Central de Abastos y productor de nopal, comentó que la incursión de empresas en el programa estelar de la Sedesol sería el comienzo de la destrucción de las tradiciones nutrimentales y de las formas de sustento de muchas familias.

Apenas arranca la Cruzada y ya hay, abundó, una disminución en la compra de productos agrícolas, además de una reorientación del consumo de alimentos, debido a que los supermercados, con sus concesionarias, destruyen los mercados populares y las tiendas de barrios.

Los especialistas consideraron que se debe hacer énfasis en la concientización de la ciudadanía respecto de lo que consume, y en exigir al Estado la declaración patrimonial de cada uno de los implicados en la Cruzada Contra el Hambre, con la finalidad de evitar que trabajen en ella personas o empresas que puedan entorpecer ese programa social.

La "coherencia" de Robles

La participación de empresas transnacionales en la Cruzada Nacional Contra el Hambre es importante para alcanzar los objetivos de nutrición planteados y "totalmente coherentes", dijo Rosario Robles, secretaria de Sedesol, en declaraciones a CNNMéxico (en http://mexico.cnn.com, 11 abril 2013).

"En este caso la iniciativa privada es muy importante que participe en la Cruzada Nacional Contra el Hambre y qué mejor que sea para los objetivos de nutrición que está planteando la Cruzada", dijo Robles en entrevista con CNN en Español. "No podemos estigmatizar ni satanizar a nadie".

PepsiCo participará a través de su sección Quaker con la creación de una galleta de avena "de muy bajo precio que sea nutritiva", mientras que Nestlé aportará 200,000 horas de capacitación en nutrición y capacitará a 15,000 mujeres en la creación y gestión de microempresas que les permitan financiamiento. "Todo esto tiene que ver con los objetivos de la Cruzada… son totalmente coherentes", dijo.

Desvergonzada

Luego de anunciar la participación de Pepsiso y Nestlé en la CNCH, Robles se volvió blanco de las críticas. Con el cinismo que la caracteriza, negó que la incorporación de esas empresas "privatice" a la Cruzada y que se está incorporando a diversas instancias de la sociedad.

El Frente Amplio Campesino (FAC) consideró "un error" que la Sedesol firme convenios con trasnacionales productoras de alimentos conocidos como *chatarra* y refrescos: "No queremos que el hambre se abata con Coca-Cola, Pepsi Cola, Gansitos o productos Barce**l"**, dijo Alfonso Ramírez Cuéllar, dirigente de El Barzón (en www.animalpolitico.com, 11 abril 2013).

"Hambretón"

Los convenios que la Secretaría de Desarrollo Social (Sedeso) ha establecido con la industria refresquera, alimentaria y tiendas de autoservicio en el contexto de la Cruzada Nacional contra el Hambre facilitarán la entrada de alimentos chatarra a una población que puede caer en problemas de obesidad con las peores consecuencias metábolicas; estamos ante un "hambretón", señaló Julieta Ponce, directora del Centro de Orientación Alimentaria (Enciso A., en La Jornada, p.19, 12 abr 2013).

Advirtió que hasta ahora no se han visto iniciativas para que los 7.4 millones de

mexicanos incluidos en la cruzada tengan en su mesa maíz, frijol, amaranto y hortalizas o que promuevan la lactancia materna, pero sí hay acuerdos para alimentos procesados como las galletas de Quaker, marca de PepsiCo, y cursos de nutrición de una empresa como Nestlé, una de las principales productoras de fórmulas lácteas.

El gobierno no tiene una estrategia integral sobre alimentación. Un "programa insignia de un sexenio no puede estar motivado por el 6.5 por ciento de la población con carencia alimentaria. El gobierno también debe considerar al 80 por ciento que padece obesidad y sus consecuencias en la salud", señaló la especialista en nutrición.

Destacó que no se puede separar el hambre de la obesidad, porque existe una relación intrínseca. "Las personas que padecen desnutrición en la primera etapa de vida tienen riesgo de sufrir obesidad", con peores consecuencias para la salud. Precisó que el programa Oportunidades ha contribuido a esta situación, ya que con los apoyos monetarios los beneficiarios compran alimentos chatarra.

En entrevista mencionó que en las tiendas Diconsa desde hace tiempo se comercializan productos de PepsiCo y Nestlé, y consideró que con la cruzada se abren los canales de asistencia social del gobierno a la industria. "Si se conocían estos pésimos resultados por facilitar el consumo de alimentos chatarra, ahora estarían instrumentando este consumo nuevamente. Las tiendas Diconsa, que venden estos productos, podrían convertirse en distribuidores de galletas; se repite lo que se había pronosticado: donde faltan alimentos saludables hay una industria de chatarra que sale al rescate".

Ponce recordó que el decreto del 21 de enero de la cruzada está basado en el cumplimiento de las obligaciones del Estado para garantizar el derecho a la alimentación nutritiva, suficiente y de calidad. En este último punto se espera que los alimentos que lleguen a las poblaciones no representen ningún riesgo para su salud.

"Preocupa la firma de convenios con la industria porque es el Estado el que debe garantizar el derecho a la alimentación, no la industria. Sabemos que las fundaciones de las empresas, como PepsiCo, han servido para controlar sus beneficios fiscales". Agregó que esta empresa va a producir galletas, pero no de un cereal básico, sino de una avena procesada; "con esto no se combate el hambre".

Se trata, dijo, de un "hambretón", y desde que se anunció la cruzada "esperábamos que no se convirtiera en esto, pero ya se veía la salida fácil de invitar a la sociedad a que se sumara a la estrategia".

Apuntó que en el rubro donde no se han visto propuestas es en la producción local de alimentos, la disminución del desperdicio en toda la cadena y la participación comunitaria, las cuales también son acciones de la cruzada. Al respecto la Secretaría de Agricultura no ha emitido ningún pronunciamiento y la Sedesol anunció estos compromisos "cuando ni siquiera han podido asegurar una estrategia de producción local de alimentos".

Pepsico y socios

Magdalena Robles, hermana de Rosario, es socia de la empresa que maneja la imagen de Pepsico, trasnacional que, junto con Nestlé, recientemente se incorporó a la Cruzada Nacional contra el Hambre (Muñoz A., en La Jornada, p.5, 13 abr 2013).

De acuerdo con el organigrama de la consultoría Guerra Castellanos y Asociados, Magdalena Robles aparece como "asociada senior".

Además de Pepsico, la empresa tiene entre sus clientes a Monsanto, trasnacional líder en transgénicos, y al Grupo Financiero Monex, vinculado a presuntas operaciones ilícitas para el financiamiento de la campaña presidencial del PRI en la elección de 2012.

El lunes pasado (8 de abril), la secretaria de Desarrollo Social firmó un convenio de colaboración con Pepsico para sumarla a la Cruzada Nacional contra el Hambre.

La dependencia informó en un comunicado previo al acto protocolario de ese día, que Pepsico y Quaker de México "incorporarán un producto innovador, orientado a combatir la desnutrición, investigado y desarrollado por científicos mexicanos".

Indicó que la alianza "permitirá a la población materno-infantil de bajos recursos económicos y con niveles de desnutrición

moderada, acceder a estos alimentos fortificados a través de canales oficiales y con el debido respaldo científico".

Pero lo que no se sabía es que la empresa que se encarga de la imagen de Pepsico en México es Guerra Castellanos y Asociados, lo cual se puede constatar en su sitio de Internet: http://www.gcya.net y en cuyo equipo aparece Magdalena Robles como "asociada senior".

La firma se anuncia como "consultoría especializada en comunicación estratégica, relaciones públicas y cabildeo".

Ofrece, como parte de sus servicios, comunicación corporativa y de marcas "consultoría para el desarrollo e implementación de estrategias para la construcción, posicionamiento y protección de la imagen y reputación de instituciones, marcas corporativas y comerciales".

También brinda "relación con el gobierno: asesoría para identificación de grupos y actores clave del sector público, en los tres niveles de gobierno".

Asimismo, dentro de esta área, apoyo para la oportuna detección de riesgos y oportunidades en el ámbito gubernamental", y "consultoría para un mejor aprovechamiento de la interacción con entidades gubernamentales y actores políticos".

Entre sus clientes destacan, además de Pepsico, Monsanto y –aunque no aparece en su lista en Internet–, Grupo Financiero Monex, el cual ubica a Ricardo Flores Agencia Guerra Castellanos y Asociados como parte de sus contactos de prensa, según se observa en el último comunicado de la institución, emitido en 2012 y que se puede verificar en la página web: http://www.holdingmonex.com/prensa.php

Ya tronó

¡Felicidades! con esa política en favor de las transnacionales, lo menos que puede decirse es que, la tal Cruzada, ya tronó. Las sucias manos de Robles precipitaron el fracaso. Esa es la "izquierda" en el gobierno priísta.

La exPRDista, especialista en escándalos de corrupción, en alianza estratégica con Pepsico y Nestlé