



## Sheinbaum, por evitar otro Segalmex; crea Alimentación para el Bienestar

El presidente **López Obrador** reconoció el fraude de Segalmex en su sexenio, investigado por la Fiscalía General de la República. El fraude llegó a ser bastante fuerte, de 12 mil millones de pesos (la Auditoría Superior de la Federación encontró desvíos por hasta 15 mil millones de pesos). En Segalmex, una empresa dedicada a la compra de granos básicos a precios de garantía, se llegaron a realizar compras a empresas fantasma, que simplemente no existían, o a invertir en bonos basura, sin garantías (a los intermediarios Corafi y Escorfin).

### **SEGALMEX, UN PROBLEMA QUE NO QUIERE REPETIRSE**

Lamentablemente, el fraude siguió a Segalmex toda la administración. Pero la idea de llegar con precios de garantía a los productores del campo, sobre todo a los pequeños productores no vinculados con el comercio exterior, desde luego tenía sentido. Comprarles sus productos y venderlos se haría a través de tiendas Diconsa. En el caso de la leche, se distribuiría a través de Liconsa.

Segalmex fue un desastre y poco se pudo avanzar. Sólo se recuerda su megafraude.

Ahora, **Claudia Sheinbaum**, la presidenta electa, quiere retomar la idea de precios de garantía, de tiendas rurales, y, desde luego, de soberanía alimentaria en granos básicos. Pero ya no lo haría con Segalmex.

**Sheinbaum** plantea mantener los precios de garantía para granos básicos, como maíz o cultivos de la canasta básica, como el frijol, sobre todo para los pequeños productores. Se trataría de apoyar a productores pequeños que no son beneficiados ni tienen la posibilidad de exportar.

Pero **Sheinbaum** ya no utilizaría el desastre que fue Segalmex.

### **SEGALMEX MÁS DICONSA MÁS LICONSA**

La idea es sumar la infraestructura de Segalmex con las tiendas Diconsa, para crear Alimentación para el Bienestar. Será **María Luisa Albores**, la secretaria federal del Medio Ambiente, la encargada de Alimentación para el Bienestar. Con esto, Segalmex se extingue.

Sólo habrá Alimentación para el Bienestar y, desde luego, de ahí se desprenderán las Tiendas del Bienestar, una suerte de nueva Conasupo.

La Conasupo, en los años 80 y 90, buscó comprar directamente a los productores del campo para evitar que fueran presa de la comercialización.

Se entiende que vendrán unas nuevas Tiendas del Bienestar, además del programa de leche de Liconsa.

Éste es el nuevo cambio en la política agrícola, de tener precios de garantía, de tratar de tener una red de protección a los pequeños productores del campo, y desde luego de regresar a unas tiendas populares. Van por las compras de maíz, trigo, frijol y leche, con las que Segalmex, entre fraudes y mal funcionamiento, no pudo obtener la ansiada soberanía alimentaria. Las Tiendas del Bienestar, se entiende, serán tiendas rurales y el programa social de distribución de leche se mantendrá con Liconsa, pero bajo el paraguas de Alimentación para el Bienestar. Así, **Sheinbaum** busca darle vuelta a la página del que fue el fraude sexenal de Segalmex, de cuyo nombre ni siquiera van a dejar rastro. Pero sí quieren mantener la política al campo, de precios de garantía, tiendas rurales y buscar abasto de los principales productos del campo.

### **COCA-COLA VA CON BACARDÍ**

Coca-Cola desde hace años se ha reestructurado para ser una empresa de bebidas, dejando atrás el sólo tener refrescos o su icónico producto. De esta manera, ha hecho frente a las críticas de producir y vender bebidas azucaradas. Ha entrado a varios segmentos sin azúcar, que van desde agua natural hasta bebidas sin azúcar o energizantes. También entró a los jugos, tés, cafés, y desde hace un par de años incursionó en un segmento interesante, el de la mixología.

Algunas de sus alianzas interesantes han sido con Jack Daniels y Coca-Cola. Otra ha sido con vodka Absolut y Sprite. Y ahora anuncian a nivel mundial que The Coca-Cola Company y Bacardí Limited crean un coctel premezclado. Es la clásica bebida cuba libre, pero relanzada.

**James Quincey**, el presidente y CEO de The Coca-Cola Company, habló de su expansión estratégica al engrosar la cartera de bebidas que presentan. En México llegarán en 2025. La compañía con sede en Atlanta, desde luego, dejó de ser sólo de refrescos hace tiempo.