



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**LA OLEADA VERDE EN MÉXICO:
UNA INVESTIGACIÓN SOBRE LA CALIDAD
DE LOS PRODUCTOS HERBALIFE Y SUS
POSIBLES CONSECUENCIAS ANTE UN
CONSUMO PROLONGADO. REPORTAJE.**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

PRESENTA

INGRID VIVIANA CERVANTES PEÑALOZA

ASESOR

Dr. RODRIGO MARTÍNEZ MARTÍNEZ



Ciudad Universitaria, CDMX.

Febrero 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*En memoria de ALAN JOSSEFF JUÁREZ GARCÍA
(1985-2017)*

*Para mi hermano y mi mamá,
por su cariño, comprensión y apoyo.*

*A ti mi Amor Bonito con respeto y admiración,
gracias por tu amor y apoyo incondicional.*

*A mis hermanos del alma
(Berenice Calvo, Ernesto Jiménez y Javier Juárez)
por estar conmigo pase lo que pase.*

ESTE TRIUNFO SE LO DEBO:

ALAN JOSSEFF JUÁREZ GARCÍA
(1985-2017)

“Actúa ahora. Haz que las cosas sucedan”.

Gracias por dedicar tu vida a la nutrición y contribuir a hacer de este mundo un lugar mejor. Me enseñaste la importancia de conducirme con pasión en todo lo que haga, sin importar nada. Gracias por abrirme las puertas de tu hogar, tu trabajo y vida. Sin ti, este trabajo no sería posible. Esto va por ti y para ti. Siempre te llevaré en mi corazón.

A mi hermano

“Un hermano es un amigo dado por la naturaleza”.

Roy, gracias por darme el valor y fuerza para no rendirme. Tu presencia siempre ha sido para mí una motivación para ser mejor cada día. Estoy profundamente agradecida por tu apoyo, consejos, paciencia y aliento. Gracias por ser mi cómplice de aventuras desde el día en que llegaste a alegrar mi vida. Te quiero.

A mi mamá

Gracias por cada prueba y cada reto; por hacer que me demostrara a mí misma que soy más fuerte de lo que creo. Gracias por amarme a tu manera. Siempre tendré en mente que hoy soy quien soy debido a ti. Gracias por darme la vida y la capacidad de lograr lo que me proponga. Gracias por luchar día con día para hacer de mí y mi hermano mejores seres humanos. ¡Esto va por ti! Te quiero mucho.

A mi Amor Bonito

“Que tu paso y el mío sean un solo sonido”.

Eres la inspiración de este gran proyecto. Mi respeto y admiración entera para ti. Gracias por permitirme entrar a tu mundo. Este trabajo es mi humilde forma de buscar honrar tu labor, esfuerzo y dedicación, así como la de tu equipo y familia. Gracias por ayudarme a hacer de este proyecto una maravillosa aventura llena de lecciones de vida que llevaré conmigo por siempre. Gracias por sostener mi mano por más de seis años ante toda adversidad. Gracias por creer en mí y alentarme a hacer lo que realmente amo. Siempre serás protagonista de la crónica más bella que escribiré en mi vida.

A mis hermanos del alma **(Bere, Neto y Pequeño)**

“Los amigos son la familia que uno escoge”.

Ustedes son lo más valioso que la vida pudo concederme.

Sin su apoyo incondicional, amistad sincera, lealtad pura y consejos, esto no sería posible. Siempre estaré agradecida con Dios por tener a unos seres tan maravillosos y llenos de luz por mi paso en esta vida. Gracias por alentarme siempre y estar conmigo en mis logros y fracasos, mis penas y alegrías. Los AMO.

A la familia Juárez García

Este proyecto es por y para ustedes. Don Beni, Doña Ame y Ailema ustedes tres contribuyeron de una manera noble y admirable a este trabajo. Sin conocerme hicieron mucho por mí y eso nunca lo voy a olvidar. Gracias por abrirme las puertas de su hogar, compartir conmigo sus historias y permitirme ser parte de sus vidas. Gracias por el apoyo y cariño sincero. Con ustedes todo mi afecto y admiración.

Al Centro de Investigación e Información Digital (CIID)

Agradezco inmensamente el apoyo y confianza recibidos por parte de todos los integrantes de la Coordinación de Informática. Gracias al Ingeniero Alberto Axcaná de la Mora Pliego, Rodolfo G. Ortiz Morales, José Luís Huerta Silva y Hugo Olivares Cornejo. Gracias por todo el crecimiento profesional, la experiencia y aprendizaje. Siempre estaré agradecida con todos ustedes por darme la oportunidad de devolver un poco de lo que la Universidad me ofreció y poner mi granito de arena para hacer de nuestra facultad un lugar todavía mejor.

Al Dr. Rodrigo Martínez Martínez

Siempre estaré inmensamente agradecida por su paciencia, apoyo e instrucción. Gracias por ayudarme a darle el enfoque que yo quería a este reportaje. También, le agradezco que me ayudara a concluir esta etapa de mi vida. Y lo más importante, gracias por contagiarle al mundo esa pasión por hacer lo que ama. Nunca olvidaré sus clases porque fue así que se convirtió en uno de mis pilares durante la carrera. Y como mi asesor tuve la oportunidad de conocer la grandeza de su espíritu y su calidad humana; lo que ha sido un parte aguas para mi paso por esta vida. Gracias por ambas experiencias. Siempre tendrá toda mi admiración, respeto y cariño.

Al profesor Miguel Carlos Esquivel Pineda

Una de las razones por las que decidí dedicar mi vida a escuchar historias desde el punto de vista del Periodismo fue usted. Gracias por influir en mi vida de la manera más noble y honorable que se pueda describir. Sé que ha tocado más de un corazón e influido en la carrera de muchos otros como yo con esa pasión que tiene por la enseñanza. Le dedico este triunfo a usted, profesor, porque me dio las bases para luchar por lo que me apasiona. Me enseñó que la única manera de mejorar cada día es tomando como fiel amiga a la disciplina. Aunque duela, aunque cueste, aunque no

siempre sea lo más cómodo y agradable; es la única manera de hacer las cosas bien, de conseguir un cambio y dejar huella en aquellos que nos rodean.

A todos y cada uno de mis entrevistados

Gracias a todas las personas que entrevisté, desde 2013 hasta finales de 2016, mil gracias por su confianza y valioso tiempo. Ustedes son el corazón de este reportaje. No importa el orden de aparición; su aportación fue para mí imprescindible.

Doctor Israel Gamiño Sabagh, Profesora Olivia Contreras, Señora Manuelita, Doña Liboria, Lucía Díaz, Angélica Arias, Doña Trinidad Hernández, Doña Guillermina, Doña Catalina y su nieta Lupita, Fernanda Frausto y David Zárate. Y por supuesto a Mariana González, gracias por facilitarme los medios y contactos para darle voz a todo tu equipo y escuchar sus historias.

A mis sinodales: María Eugenia Campos Cázares, María Isabel Barranco Lagunas, Salvador Navarrete Marínez y Marco Antonio Cervantes González

Mi más sincero agradecimiento a todos ustedes por apoyarme en esta última etapa de mi carrera. No tengo palabras para agradecerles su tiempo, responsabilidad, honestidad y disposición. Gracias por pulir y dar mejor rumbo a mi trabajo periodístico con su experiencia y observaciones. Finalmente, gracias por ayudarme a no perderme en las aguas de esta oleada verde.

A la profesora Nadia Rodríguez

Gracias por fomentar en mí el amor por la crónica y el reportaje. Por incentivar me a escribir con el alma y apostarle a la creatividad. Siempre recordaré sus clases porque sentaron las bases para dar pie a este trabajo. Gracias por creer en mí, profesora.

Y a Juan Flores Olguín (1984-2016)

“Ojalá te vuelva encontrar [...]”.

A ti mi amigo. Gracias por ayudarme a darme cuenta de lo maravillosa que es la vida, por darme el valor para tomar decisiones en busca de mi felicidad y enseñarme a no desperdiciar ni un segundo más en aquello que no me llene el alma. La vida es muy corta y hay que disfrutarla al máximo con todos sus colores; es la lección más grande que pudiste darme. Gracias por enseñarme tanto en tan poco tiempo.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	VII
El nacimiento de la oleada.	XII
De cazador furtivo a cómplice: reflexión del periodismo.	XIII
Entre la pluma y la cámara: el arte de contar una historia.	XVII
Reportaje: el género de profundidad.	XIX
PARTE I. EL IMPACTO DE LA OLEADA.	1
Detrás de la cortina.	3
La otra cara de la oleada.	6
Un vaso de salud: el club como alternativa a la farmacia.	17
En medio del tornado.	21
PARTE II. LOS HERBALITOS.	25
Los clubes de nutrición: un invento mexicano.	25
Una vida dedicada a la nutrición.	31
25 años cambiando vidas.	39
Los vientos del tornado: en defensa del multinivel.	42
PARTE III. LAS VOCES DE LA NUTRICIÓN.	49
Herbalife y el eco de los suplementos alimenticios.	53
El discurso de la ley.	61
El diagnóstico.	75
Detrás del eco.	83
PARTE IV. HACIA DÓNDE VA LA OLEADA.	89
De la obesidad a la diabetes sólo hay un taco.	89
Del hábito y otros demonios.	95
Una epidemia de talla grande.	104
El futuro de la oleada.	108
REFLEXIÓN FINAL DEL EJERCICIO PERIODÍSTICO	114
ANEXO	118
FUENTES	127

INTRODUCCIÓN

Quien ejerce el periodismo tiene en sus manos la responsabilidad de explicar a la sociedad lo que sucede en su entorno. Incluso, desde que se es estudiante. Entendí esa responsabilidad cuando cursaba el sexto semestre de la carrera. A principios de 2013, dos amigos acudieron a mí preocupados por varias notas que circulaban en sitios *web* denunciando, supuestos, daños a la salud por el consumo de suplementos de la empresa *Herbalife*; misma para la cual trabajaban como distribuidores independientes.

Dichas notas habían llegado a ellos por medio de sus propios clientes quienes, alarmados ante las denuncias, pedían explicaciones. La situación afectaba constantemente la reputación y ventas no sólo de ellos sino de todos los que trabajaban para dicha compañía.

“Como tú estudias periodismo seguramente sabes algo”, dijo uno de mis amigos. Al escuchar aquellas palabras, por primera vez fui consciente de las expectativas y responsabilidad que había sobre mí y la carrera que había elegido. Al acudir conmigo en busca de respuestas y descubrir que no sabía nada al respecto comprendí que era momento de comenzar a poner en práctica los sentidos de los que hablaba Ryszard Kapuściński y que en clase hacíamos referencia.

De primer momento, no tuve más opción que ser honesta y aceptar mi desconocimiento del tema. En aquel entonces no dimensionaba la importancia del asunto y de manera intermitente comencé a investigar, por supuesto, únicamente en los pequeños ratos libres que el ajetreado ritmo del semestre lo permitía.

A partir de entonces entregué trabajos para algunas materias en torno a la cuestión. De esta manera había un motivo para dedicar más tiempo a indagar. Pero fue hasta 2014 cuando una noticia dio pie para concentrarme completamente y realizar una investigación formal.

El 14 de octubre de 2014, Lorena Peralta Baltazar ingresó al Hospital General del municipio Huixtla, en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, por dolor en los riñones, páncreas y estómago. Conforme a las declaraciones del padre de la joven, Luis Peralta, Lorena consumió las malteadas de la empresa *Herbalife* como único alimento en el día, durante las mañanas, por aproximadamente seis meses; hasta octubre cuando comenzó con malestares.

El 21 de octubre del mismo año, Lorena murió a los 28 años. De acuerdo con el periódico *El Universal*, el Hospital General realizó estudios químicos que revelaron la presunta existencia de grandes concentraciones de plomo en la sangre; lo cual pudo ser la principal causa de muerte.

Siete días después, el 28 de octubre, Jairo Trejo Pérez, director del Hospital General de Huixtla, envió una carta aclaratoria a la empresa donde explicó que no existían elementos para vincular la muerte de Peralta con el consumo de sus productos.

Por medio de la presente, el Hospital General de Huixtla, Chiapas, se deslinda de la información publicada en días recientes, en distintos medios de comunicación, en donde se menciona que médicos de este hospital afirmaron que el deceso de Lorena Peralta Baltazar

se debió al consumo de productos *Herbalife* y a la presencia de plomo en la sangre. La información publicada es falsa y no fue emitida por ningún médico de este hospital; ya que según consta en el expediente, el deceso de Lorena [...] fue ocasionado por una enfermedad grave preexistente y no porque “la paciente presentara afectaciones en todos sus órganos debido a la presencia de plomo en la sangre”, como lo mencionan las notas de prensa.

Al día siguiente *Herbalife* publicó un comunicado en el que se deslindaba de toda responsabilidad respecto del caso.

Herbalife desea externar su total rechazo a las notas publicadas en prensa, portales de internet y redes sociales, las cuales presentaron declaraciones infundadas y falsas. [...] Todos nuestros productos son seguros para consumo humano y no representan ningún riesgo para la salud, además de cumplir con la regulación y lineamientos de las autoridades sanitarias de los 91 países donde tenemos presencia. Estamos seguros de que la información proporcionada despejará cualquier duda que pueda estar asociada con el consumo de nuestros productos.

A partir de ese mes reavivó un debate (que ya existía desde 2003) en redes y portales en línea sobre si eran confiables los productos de Mark R. Hughes. Para fines de esta investigación se indagó en el portal de búsqueda *Google* la frase “*Herbalife* casos de muerte 2014”, y se analizaron los primeros 100 resultados obtenidos. Pues éstos se caracterizan por ser los más vistos por los usuarios.

Hasta el 14 de junio de 2015, la información obtenida se dividió de la siguiente manera: 28% correspondió con noticias acerca de la presunta responsabilidad de la marca sobre la muerte de la joven chiapaneca; mientras que 10% mencionó el comunicado del Hospital General y el deslinde de la empresa. Finalmente 62% se dividió en otros temas, muchos anteriores al 2015, entre ellos destacaron las investigaciones por, supuestas, prácticas piramidales.

Cabe mencionar que del total de sitios *web* ubicados sólo 17% contaron con validez periodística como son *El Universal*, *SDPNoticias*, *Publimetro* y *El Mañana Nacional*, por mencionar algunos. Sobre este porcentaje es importante aclarar que 58.82% fueron notas sobre la acusación directa hacia la marca y 41.17% sobre la aclaración médica. Es decir, fueron menos de 20 notas serias las que hablaron sobre el tema. El resto son portales *web* personales o de aficionados (entendidos como blogs o páginas *amateur*) que en la mayoría de los casos no citan fuentes e incluso sólo comparten extractos de la nota original.

Algunos de los periódicos con mayor número de visitas en línea, como *Milenio*, *CNNMéxico*, *CNNExpansión*, *BBC Mundo*, *Excelsior* y *El Financiero* se han concentrado en la cobertura del aspecto económico. Desde sus aportaciones al mundo empresarial por el modelo de ventas de los clubes, hasta las investigaciones que ha realizado el FBI por acusaciones sobre la incorporación de un sistema piramidal en su financiamiento en 2014.

De lo anterior resaltan tres cuestiones. En primer lugar, la mayoría de los medios de *internet* que citan la noticia no proporcionan fuentes y, a la vez, los medios que han informado del caso no han presentado ningún reporte respecto a los estudios químicos del producto. En segundo lugar, ni los medios que dieron a conocer el caso de Peralta ni los

que se han enfocado en materia económica han realizado investigaciones de sanidad y nutrición para aclarar si los productos contienen plomo o, incluso, si están cumpliendo con las regulaciones gubernamentales correspondientes en nuestro país.

Y, finalmente, son pocos los periodistas que han investigado el tema. Entre ellos el argentino Christian Sanz quien, en 2003, en su medio digital independiente llamado *Tribuna de Periodistas*, publicó primero un artículo titulado “*Herbalife*, el engaño interminable”, en abril del 2003. Ahí esbozó una pequeña indagación sobre los productos y la posición en que se encontraba en aquel país en materia de regulación. Gracias a él se ha puesto en tela de juicio la calidad y seguridad de éstos, desde aquel año, en decenas de portales *web*.

En dicho trabajo destacó su cuestionamiento sobre los nutrientes que contienen éstos y su denuncia sobre el consumo sin regulación y el riesgo que implica. Sin embargo, su trabajo careció de algunos aspectos importantes. Por ejemplo, mencionó que el Colegio de Farmacéuticos y Bioquímicos de la Capital Federal (COFyBCF) de Argentina realizó una investigación sobre los suplementos alimenticios y “que gran número” deberían considerarse como medicamentos.

Antonio Somaini, presidente del "Colegio de Farmacéuticos y Bioquímicos de Capital Federal", tras realizar una investigación sobre suplementos dietarios en general asegura que "gran número de productos que se aprobaron como suplementos dietarios, por la cantidad de fármacos que tienen, deberían considerarse especialidades medicinales y cumplir con los requisitos que se les exige a los medicamentos, como por ejemplo, probar científicamente su eficacia terapéutica, además de venderse en forma controlada".

Pero nunca especificó si en la investigación están incluidos los productos de la empresa *Herbalife*. Al investigar, por cuenta propia, en el sitio oficial del COFyBCF no se encontró en ningún artículo la mención de marcas o empresas en específico.

Por otro lado, también habló de la postura de los médicos que aseguran el riesgo que corre la sociedad argentina. “Coinciden los médicos en afirmar que este tipo de productos pone en riesgo la salud de los consumidores y su ingesta sin control podría llevar a una intoxicación crónica, de difícil detección”. Empero, no mencionó qué médicos ni tampoco especificó si se refiere a médicos del COFyBCF o de otra institución.

También habló de la existencia de casos reales de personas insatisfechas con el producto y sus resultados. “[...] han aparecido críticas contundentes en diferentes países del mundo: gente que asegura haber engordado en vez de adelgazar, mujeres que querían curarse una incipiente celulitis y terminaron con fuertes dolores abdominales y sin cura alguna, etc.”. Aunque, tampoco mencionó registros tangibles; mucho menos nombres, edades, lugares de procedencia o algún tipo de dato concreto de los casos.

Finalmente, hizo hincapié en la nula existencia de investigaciones alternas sobre el contenido nutricional de los productos para contrarrestar los resultados que proporciona los laboratorios de la misma marca. “[...] no existe estudio científico alguno que respalde las

temerarias afirmaciones vertidas en las publicidades de *Herbalife*, por lo cual habrá que desconfiar de sus supuestas bondades hasta poder comprobarlas empíricamente”.

Pero a pesar de no especificar estos datos, persistir lagunas de información y no mencionar directamente a la empresa al dar las opiniones de especialistas. Las personas en la *web* han compartido extractos del texto original desde su fecha de publicación, abril 2003, hasta ahora (2016), en diversos portales *web* personales (*Facebook*, blogs, etc.), para “denunciar” el grave daño que causan sólo los productos de esta marca.

Ese mismo año, en junio, Christian publicó una investigación más extensa en donde habló, entre otros aspectos, sobre el seguimiento que le dio al caso en materia de salud. Pese a que presentó mayor información que en el artículo anterior, aún quedaron lagunas de información severas.

Por ejemplo, al inicio de la publicación explicó que decidió investigar más el caso y hacer un segundo artículo en vista del éxito del primero, el cual afirmó haberlo publicado dos años antes. Sin embargo, de acuerdo a las fechas entre uno y otro sólo existe un intervalo de tres meses entre sus respectivas apariciones. El primero es de abril y el segundo de julio, pero ambos del año 2003.

En esta segunda investigación mencionó la opinión de especialistas en materia de nutrición como la Doctora Kathryn Von Saalfeld, Nutricionista de la Clínica de Nutrición von Saalfeld y egresada de la Universidad de Costa Rica; así como Claudio Zin “médico y periodista científico de radio y televisión de Argentina y político italo-argentino”.

Según la entrevista de Christian Sanz, Von Saalfeld explicó que los productos no son tan efectivos científicamente.

[...] mi opinión sobre *Herbalife* es que son productos que se toman únicamente con el fin de bajar de peso, pero que no hacen nada por la modificación de hábitos y conductas alimenticias (...) en realidad no son tan efectivos científicamente como tal vez se quisiera. Y por último, se venden sin regulación médica, cosa que puede también ser contraproducente o peligrosa para personas con problemas de salud.

Sanz mencionó, además, una publicación del diario *La Nación*, de junio de 1999, donde la periodista Marina Gambier incluyó las conclusiones a las que se llegaron en el “Primer Consenso Latinoamericano de Obesidad, celebrado en Río de Janeiro en 1998”, donde el tema central fue “las terapias no recomendadas y los productos elaborados a base de sustancias consideradas inútiles y desprovistas de respaldo científico”.

Lea bien las etiquetas de los suplementos dietarios en forma de polvos, líquidos o pastillas. No sirven: ginkgo biloba, extracto de kava kava, citrim, picolinato de cromo (produce lesiones renales), café, garcina cambogias, Herbalife, DHEA, entre otros.

También hizo referencia a una nota del periódico *New York Times*, de junio de 2003, donde se explicó que no existen investigaciones rigurosas sobre la mayoría de los suplementos dietarios.

[...] se hacen pruebas con pocas docenas de sujetos y se publican en forma resumida en algún encuentro o congreso de organizaciones científicas o en revistas oscuras, dándole la base para afirmaciones como ‘clínicamente comprobado’.

De acuerdo con el periodista los productos de *Herbalife* estaban aprobados (hasta 2003), en Argentina como suplementos dietarios, pero no para el control de peso. Además concluyó que no existen estudios científicos que validen las propiedades de los mismos. A pesar de que la Dra. Jamie McManus le comentó (en entrevista), la existencia de estudios en la revista *European Journal of Clinical Nutrition*. Sanz aseguró que éstos son “indagaciones de ámbito universitario”.

Sus artículos propiciaron dos interrogantes. Por un lado, mencionó el riesgo de salud por consumo de los productos y aseguró la existencia de casos, pero en ninguno de sus trabajos expuso ejemplos documentados de personas que presenten daños de salud como toxicidad en la sangre, daño hepático o renal (como circula en muchos portales *amateur*). Los casos que publicó solamente hacen referencia a la, presunta, estafa económica.

Por otra parte aseguró que no existen investigaciones que validen las propiedades de los productos; sin embargo, tampoco mencionó la existencia de investigaciones que demuestren directamente la mala calidad de los ingredientes, la existencia de plomo o algún elemento relacionado con la presunta toxicidad de éstos. Exceptuando la nota del diario *La Nación*, aunque tampoco se publicaron ahí los resultados de por qué no funcionaban según el Consenso Latinoamericano de Obesidad.

Es decir, ¿hay o no casos documentados de daños a la salud? Y ¿qué fuentes pueden garantizar que el consumo de los productos es dañino? La falta de información, así como la carencia de investigaciones científicas, dio pie a seguir buscando.

En Chile el noticiero *24 Horas* informó sobre la alerta de sanidad que se desató debido a la difusión de nueve casos, en España, de presunto daño hepático. El Ministerio de Salud chileno dijo que hasta ese año (2008) no hubo denuncias por “dolencias que tengan relación con el consumo del producto para adelgazar”. La doctora Vivian Muñoz, especialista en nutrición, contrastó la versión del ministerio.

[Los casos] no son recientes, llevan por lo menos desde 2004. Han sido de forma esporádica, pero cuando se han estado recopilando han llegado a alcanzar una cantidad importante de casos de hepatitis fulminante. Aún una de ellas de hepatitis fatal, otra que requirió trasplante hepático.

También mencionó la necesidad de que haya claridad en la rotulación de los productos para conocer totalmente los componentes, ya que aseguró que éstos no están correctamente rotulados y se desconoce si algún elemento es tóxico. Añadió la existencia de más casos de daño por toxicidad en Israel.

En septiembre, de 2008, apareció un reportaje titulado “¿Los productos *Herbalife* son una estafa a la salud?”, en el programa *La Ventana Indiscreta* en Lima, Perú. Donde denunció la venta de productos sin supervisión médica o asesoría especializada. Incluso señaló que los distribuidores hacen afirmaciones sobre las propiedades curativas de todos los productos sin ser nutriólogos.

La investigación ofreció la opinión de Milagros Agurto Arca, decana de la Facultad de Nutrición y Dietética de la Universidad Científica del Sur, quien mencionó que por algunas indicaciones de consumo como: “sustituya dos comidas por un batido”, ella no recomendaría el producto, pues “están en contra de toda norma de nutrición cuando hablamos de una dieta sana”. Sobre el contenido proteínico la doctora no mencionó la existencia de plomo, ni otras sustancias tóxicas por sí mismas.

Por otra parte, en 2009, *TV Española* realizó un reportaje donde los periodistas Carlos Enrique, Ignasi Rodríguez, Carles Sans y Santi Hernández hablaron sobre el funcionamiento del modo de venta y la denuncia de las —ya mencionadas— nueve intoxicaciones, presuntamente, consecuencia de los productos en España entre 2003 y 2007. A pesar de acudir con un médico experto en materia nutricional, Laureano López Rivas, en el Hospital de San Agustín (Avilés) y afirmar que el consumo de éstos puede producir daños a la salud, no informaron sobre el contenido real.

En 2015 *Forbes México* por motivo del trigésimo quinto aniversario de la empresa realizó un video titulado “*Herbalife*. La malteada millonaria”, donde entrevistó a las dos líderes en ventas mexicanas, Graciela Varela Mier y Raquel Cortes; así como al vicepresidente ejecutivo de *Herbalife*, Miguel Fernández Calero. También mostró los laboratorios en California donde se elaboran los productos y se realizan pruebas de calidad. Al igual que en los anteriores trabajos no exponen investigaciones contundentes sobre los componentes ni mencionan el tema de la toxicidad y daños a la salud.

Dichos ejemplos aunado al hecho de que en México no se han publicado reportajes o trabajos periodísticos donde se dé a conocer la situación de los productos en materia de calidad nutrimental, demandan comprender la relevancia de documentar y valorar la calidad de los componentes de estos productos, pues, además, nuestro país es el segundo lugar en ventas de *Herbalife* a nivel mundial.

Tan sólo en 2014 había 60 mil distribuidores y más de 440 mil a nivel mundial, de los cuales 700 mil mexicanos estuvieron desayunando en algún establecimiento autorizado. También ese año la empresa festejó sus primeros 25 años en México con un aumento en el número de países distribuidores, pues a la fecha (2016) está presente en más de 90.

El nacimiento de la oleada

Era septiembre de 2014 cuando asistí por primera vez a un encuentro anual de la empresa *Herbalife*, conocida por sus distribuidores como Extravaganza, en el Palacio de los Deportes. En aquel entonces era consciente de que dicha marca daba empleo a miles de personas en el país, pero no había tenido la oportunidad de apreciar hasta donde era el poder de convocatoria.

Aquella tarde, cerca de las seis, pude apreciar a mi salida del evento a cerca de 30,000 asociados que coreaban el nombre de su empresa entre gritos y chiflidos. Caminé entre mujeres, adolescentes y algunos caballeros llenos de entusiasmo, pese a las más de nueve horas que pasaron sentados. Al llegar a la parte más alta del lugar pude observar aquella tropa vestida de verde y blanco, similar a un ejército, marchar hacia las salidas. Por mí mente pasó “es un ejército de herbalitos”.

En el segundo día, luego de más de cuatro horas de entrenamiento y escuchar varios casos de éxito, los presentes gozaron de un descanso. Mismo que usaron para bailar y organizar la famosa “ola”, producida en eventos deportivos y conciertos, para estirar las piernas y descansar la mente. Aquella ola verde fue todo un espectáculo. Nunca había visto a tantas personas emocionadas y con tanto optimismo. ¿La razón? *Herbalife* estaba festejando 25 años en México.

Desde aquel mes, comencé a observar la apertura de varios establecimientos de suplementos alimenticios avalados por dicha marca, llamados **clubes de nutrición**. El aumento de estos negocios en torno a las localidades cercanas a mi domicilio fue mayor durante ese año. Al ver cómo daban apertura a un quinto club en mi colonia, pasó por mi mente “Sí estuvo fuerte la ola verde. ¡Ya llegó hasta acá!”. Meses después aquella situación sentó las bases y en junio de 2015 nació *La Oleada Verde En México*.

El objetivo de esta investigación es hacer varios contrastes. Entre ellos la valoración entre la calidad nutrimental de los productos y las posibles consecuencias ante un consumo prolongado, y si éstos resultan ser nocivos para la salud. De igual manera, presentar el aspecto humano. Por un lado, la versión de los distribuidores que han dedicado más de diez años de su vida al negocio y la versión de los clientes satisfechos; por el otro, averiguar si existen denuncias por daños a la salud en nuestro país. Finalmente, contrastar las posturas del ámbito bioquímico y médico frente a los criterios institucionales correspondientes.

Para dicho trabajo emplearé el reportaje como género periodístico, pues mediante entrevistas, testimonios, crónicas e investigación documental se estructurará un texto capaz de resolver la incógnita sobre los productos y así demostrar si resultan un peligro para la salud o si hay de por medio agentes externos como los hábitos de consumo o la educación nutricional los que afectan los resultados a largo plazo.

Sin embargo, es pertinente hacer reflexión sobre el quehacer del periodista y la importancia del llamado Nuevo Periodismo. Es necesario también definir y resaltar la pertinencia de los dos géneros periodísticos medulares de este trabajo: el reportaje y la crónica. Por último es importante mostrar ejemplos y autores que dieron inspiración para este trabajo.

De cazador furtivo a cómplice: reflexión del periodismo

Desde épocas remotas hasta la actualidad las sociedades se asemejan a las selvas latinoamericanas, por su vasta diversidad reflejada en tradiciones, costumbres y creencias que dan fondo a centenares de historias día tras día.

Los protagonistas de estas posibles crónicas o reportajes se esconden entre los matorrales de un trabajo u oficio anónimo, a veces se deslizan entre los paisajes urbanos que se mueven con rapidez por la ajetreada costumbre de trabajar a prisa o conviven en zonas rurales donde sus colores, pieles y hábitats son desconocidos para el resto del mundo.

Por eso existe el periodismo, para dar a conocer a los demás integrantes del enorme ecosistema que existen otros similares o diferentes a ellos, quizá a la vuelta de la esquina o del otro lado del mundo.

El periodista es un cazador furtivo, al menos así lo describe el periodista Ryszard Kapuściński, que siempre está al pendiente de encontrar al otro, pese a su camuflaje. Y para poder cazar entre la enorme selva contemporánea necesita poner en práctica sus sentidos y evitar pasar de largo a aquellos cuya historia pueda detonar la mayor arma del cazador: la pluma.

Cinco son los sentidos que debe desarrollar y poner en práctica un periodista; o al menos eso nos explica Kapuściński [2003: p.18] en su obra titulada *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*. “El periodista es un cazador furtivo en todas las ramas de las ciencias humanas”. Para él es vital que un cazador literario no sólo se adentre en las profundidades húmedas del lugar con su arma de tinta en la mano y la decisión de investigar. Debe traer en su equipo cinco herramientas fundamentales: estar, ver, oír, compartir y pensar. Y al mismo tiempo debe prepararse constantemente en todas las áreas posibles, pues nunca se termina de aprender y echar mano de éstas.

Existen cuatro terrenos donde poner en práctica más de una herramienta a la vez: desde el oficio, los medios, el nuevo periodismo, hasta en la globalización.

Desde el oficio es posible echar mano de la vista y el pensamiento. Sin duda, la adopción de nuevas tecnologías y el desarrollo de nuevos medios de comunicación han modificado en gran medida la práctica periodística. Empero, la tarea del cazador no es darse por vencido, por el contrario, es *pensar* cómo adaptarse a las circunstancias.

Es cierto que el oficio se ha denigrado; que ya no hay responsabilidad personal sobre lo que se investiga y escribe; que desde el descubrimiento de la posibilidad de manipular a la opinión pública existe el lucro en el medio, y remplazar mundos reales por ficcionales ha hecho que la gente crea más en lo que ve que en lo que es verídico.

La tarea del periodista es demostrar que, pese a los soportes técnicos, la base teórica de la recopilación y socialización, según la definición de Alberto Dallal [2003: p.59], de la información sigue siendo la misma de siempre. Como bien lo diría el autor polaco: “El periodista tiene el mismo objeto de siempre: informar” [2003: p.87].

De igual manera debe *ver* (considerar) tres aspectos:

- 1) Ver al otro como colega suyo, su equipo y apoyo. Sin el otro, no hay periodista.
- 2) Ver a la empatía como herramienta adicional que debe poner en práctica para entablar confianza y, posteriormente, obtener información lo más fidedigna posible.
- 3) Ver la manera de ejercer con respeto y profesionalismo para nunca afectar a los demás con sus letras.

Respecto a los medios, también es posible poner en práctica el escuchar, pensar, pero sobre todo el estar. Es común hablar de la centralización de la noticia. Es decir, mientras todos se pelean por cubrir un hecho, ocurren centenares en otro lado y nadie los documenta.

Justo ahí es donde debe *estar* el cazador, en aquello que nadie se fija, ese lugar recóndito de la selva que nadie pisa, porque nada vende. Debe *escuchar* aquello que nadie oye. Aunque claro, lanzarse a la aventura es cuestión de convicción propia, pues las horas extras fuera de la orden laboral nadie las cubre.

Un penúltimo terreno para el amante de la cacería literaria es, precisamente, el Nuevo Periodismo. Es importante destacar que el lenguaje utilizado en la prensa escrita se caracteriza por ser veloz y eficaz; empero resulta pobre. Vivimos una época donde domina la transmisión de imágenes, aunque descontextualizadas, relegan a la descripción.

Y es entonces donde el cazador debe responder a la incógnita ¿cómo logro *compartir* lo que *veo* y *escucho* a los demás? Fue así como nació el Nuevo Periodismo o Periodismo Narrativo, el cual se caracteriza por el uso de técnicas y herramientas de la literatura de ficción; además de hacer que los géneros periodísticos ya no sean excluyentes entre sí, sino juntos dar nacimiento a productos con mayor función que sólo y exclusivamente informar.

De ahí la importancia de crear archivos periodísticos personales y desde el inicio trabajar en dos talleres, uno para el cual trabajar por un sueldo para vivir y otro personal donde esté la oportunidad de ahondar en un tema por mera convicción.

Durante la construcción de este trabajo estuvieron presentes tres lecciones impartidas por Kapuściński:

- 1) En este oficio no existen fórmulas exactas para recabar y redactar.
- 2) Al escribir un texto jamás se queda el autor satisfecho.
- 3) Es vital seguir la intuición.

Por último, existe un terreno que le exige al cazador echar mano de todas sus herramientas: la globalización. Independientemente de cómo se vea, ya sea como un proceso o una ideología —rozando la utopía—, lo cierto es que tanto el cazador como todos los habitantes de la selva moderna son parte de ella. Y el deber de éste es informar hacía dónde está tomando rumbo el ecosistema.

Basta mencionar que la pérdida del monopolio de la violencia por parte de los estados ha dado pie a la configuración de organizaciones y mecanismos independientes de violencia que hoy toca documentar. Desde las estructuras de lavado de dinero hasta el génesis y desarrollo del narcotráfico en Latinoamérica. El cazador debe *estar* presente, pendiente y altivo para escuchar y ver ya no sólo a un nivel local. Además debe *compartir* textos siempre pensando en la universalidad de lectores, tiempo y espacio.

El periodismo es un oficio noble que exige de manera casi sustancial ser no sólo un cazador, sino ser un personaje multifacético. Muchas veces el periodista no sólo se limita a su labor en el terreno de batalla, perdón, quise decir en el terreno de la información; tiene que echar mano de muchas aptitudes y actitudes para conseguir la información. A veces es

un terapeuta, en ocasiones es confidente, a veces es amigo, cómplice o delator de las injusticias. Nunca es sólo periodista, pluma en mano, y ya.

En el mundo existen temas más delicados y difíciles de cubrir. ¿Cómo actuar en situaciones de tensión? O ¿Cómo tocar ciertos temas sin provocar la huida del entrevistado o terminar asesinado por preguntón? Éstas y otras preguntas pertenecen al club de las incontestables, al menos en el terreno teórico. Sólo la práctica y la experiencia son capaces de darnos con el tiempo respuestas cercanas.

Para muestra basta mencionar el trabajo de dos grandes figuras del periodismo en México y Colombia, Julio Scherer García (“En la guarida del Mayo Zambada”, publicado en la revista *Proceso*, 2010) y Juan José Hoyos Naranjo (“Un fin de semana con Pablo Escobar”, publicado en la revista *El malpensante*, 2003), quienes en contextos distintos, pero en situaciones similares lidiaron con entrevistados poco usuales... narcotraficantes. ¿Cómo recabas la información al tiempo que controlas la insoportable sensación de pánico al estar frente a figuras de alto calibre en sus respectivos países?

Por un lado, en México, Scherer habló con Ismael Zambada, conocido como “El Mayo Zambada”, líder del cartel de Sinaloa; mientras en Colombia Hoyos entrevistó a Pablo Escobar, líder del cartel de Medellín. ¿Qué tienen en común sus escritos?

Ambos son discretos, deciden describir ambientes y lugares, antes que dar datos duros o comprometedores. Existen dos razones de por medio. Por un lado, deben ser cuidadosos de no proporcionar información que pueda afectar la libertad de sus entrevistados. Por otra parte, ambos ofrecieron un enfoque humano de los personajes dicotómicos y mitificados por los mismos medios y el pueblo.

Asimismo, dan mayor peso a su experiencia personal, está demás decir que pocos son los privilegiados en obtener encuentros de tal relevancia; dignos de ser leídos y cuyo valor periodístico es invaluable no sólo por la proximidad, sino por la novedad y actualidad que les compete.

¿Qué los diferencia? En términos de narración, me atrevería a decir que nada. Ambos retratan a un personaje desde una perspectiva humana, hacen crónica de ambientes hostiles, pero no informan datos comprometedores. Lo que cambia son las circunstancias en las que se desarrollaron los encuentros. Mientras al mexicano lo busca el mismísimo personaje y se convierte en cómplice y confidente; al colombiano le toca ser cazador furtivo y buscar los contactos para llegar a su objetivo... Escobar.

El ambiente del primero es más tenso, sigiloso, más a fuerza que de gana. Scherer es casi secuestrado de forma sutil para los fines y capricho de un capo renombrado; mientras para Hoyos el encuentro tiene momentos más relajados entre los ambientes hostiles de su hogar, el trato se vuelve más íntimo, más personal, pero sin dejar de ser recio e intimidante.

En ambos casos es posible ver cómo el periodista se transforma por momentos en preso, y sin previo aviso pasa a ser un amigo temporal, a veces en el intruso mal visto, y a veces en el camarada compañero de borrachera.

Estos son tan sólo dos ejemplos de cazadores de historias que con su labor marcaron en oro un fragmento de la historia del narcotráfico, donde el ejercicio periodístico implicó un riesgo insuperable... jugarse la vida. Pero podemos mencionar más cazadores furtivos nombres como Günter Wallraff (*Cabeza de turco*, 1985) o Marcela Turati (Fuego cruzado, 2011) son ejemplos claros del quehacer periodístico, del compromiso social por denunciar y al mismo tiempo describir los ambientes de ese gran ecosistema contemporáneo, ese que incomoda, que muchos prefieren no mirar porque lastima, pero existe e importa mostrar.

Entre la pluma y la cámara: el arte de contar una historia

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías en el ámbito de la comunicación muchos podrían asegurar que el contar una historia actualmente no es una tarea compleja e incluso podrían afirmar que es una actividad de lo más común. Sin embargo, basta con consultar a algún especialista en la materia para refutar la idea.

Atrapar a quien se le cuenta una historia. Sin duda ese es el objetivo de cualquier interesado en narrar. ¿Parece fácil no? Pero, ¿cómo haces para mantener a la gente atenta a lo que estás contando y, más aún, continúe hasta el final? Esa es la cuestión que se han planteado tanto cineastas —en particular los documentalistas— como los periodistas.

Aunque algunos lo duden, existe una estrecha relación entre ambos terrenos del mundo de la comunicación. Mientras para el documentalista es esencial el montaje de los primeros cinco minutos para crear en su público las expectativas suficientes para terminar de ver el documental; en el caso del periodista las primeras líneas de su párrafo inicial son vitales para que el lector no dé la vuelta a la página y abandone la lectura.

Pero, ¿qué elementos en común utilizan para realizar su tarea?

De entrada el uso de la **descripción** en cualquiera de los dos casos es vital. A partir de dibujar ambientes, colores, texturas, aromas o sonidos podemos llevar al lector/espectador al lugar deseado; lo cual hará la historia más atractiva e interesante.

En el caso de los productos periodísticos escritos, gracias a las tendencias del Nuevo Periodismo, se utiliza el empleo de **recursos literarios**; mientras el documental se apoya en el montaje sonoro y gráfico para crear matices y niveles de suspenso o emotividad, según sea el caso, pero sin el uso de las palabras.

Es importante destacar el papel de la **empatía**, esa famosa tarea de ponerse en el lugar del espectador/lector. Como bien lo menciona Martín Caparrós [2003: p.10]. “Preguntarse por aquello que queremos responderle al lector una vez que lea el texto”. Lo cual aplica también en el caso del documental; se debe buscar el cómo contárselo al otro.

Un trabajo que inspiró a este reportaje, y resulta pertinente mencionar, es el documental de la directora mexicana Lucía Gajá, titulado *Mi vida dentro*, del año 2007. El cual muestra la historia de Rosa, una joven mexicana indocumentada, quien fue acusada de asesinato de un menor de edad. Su vida en prisión y los días de juicio son documentados por Gaja con la

intensión de denunciar los abusos a los derechos humanos de los inmigrantes y la xenofobia del sistema penal estadounidense.

Gaja resaltó la importancia del cómo contar una historia, del valor de tomarse el tiempo antes de elegir decisiones que puedan afectar la manera en que se entiende la situación. Así explicó su experiencia en “Crónica de una experiencia documental”, publicada en *El viaje...Rutas y caminos andados para llegar a otro planeta* de 2012.

Lo que más me importaba era tener tiempo para hacer todo el visionado y empezar la clasificación con calma, así como el posterior trabajo de montaje, encontrar la mejor manera de contar la historia, sentirla, digerirla y entenderla.

Otro elemento fundamental para contar una historia es **mostrar y no decir**. La magia tanto de un buen periodista como de un documentalista es, a partir del uso de cierta prosa, el uso de un lenguaje definido, llano; o de tomas, ángulos y planos determinados producir emociones de manera implícita. Es decir, en palabras de Caparrós [2003: p.11].

(El periodista) “[...] apunta a producir en el lector la sensación y no a decirle ‘la sensación es esta’. Que el lector vea con uno ciertas cosas y reacciones de cierta manera, no decirle por qué debería pensar ciertas cosas”.

Incluso, podría atreverme a afirmar que el tono escrito es para el periodista como el montaje para el documentalista. Cada elección significa un estilo, una intención y una manera de contar que sólo ellos son capaces de elegir.

Por ello una característica más que podría asegurar tienen en común ambos profesionales es la **subjetividad** de que habla Caparrós y que Gajá lleva a la práctica. Todo texto (audiovisual como escrito) tiene cierto grado de subjetividad, desde el momento en que se elige el tema a desarrollar. No por nada el periodista argentino dice: “[...] la subjetividad es ineludible. Simular que no hay alguien detrás de lo escrito es amoral”.

Es decir, al contar ya estamos siendo subjetivos dentro de la historia desde el momento en que elegimos qué contar. Sin embargo, también es importante señalar que hay grados de inmersión en menor o mayor grado en cada producto periodístico como documental.

Concluyo que los elementos esenciales para contar una historia son similares en ambas áreas. Considero que lo que cambia es el soporte que se utiliza, pero los tópicos son los mismos. Analizando ciertos puntos, me aventuro a lanzar la conjetura de que el género periodístico que más se asemeja al documental cinematográfico (de tipo interactivo, según la propuesta de Bill Nichols [1997: p.78]) es el reportaje. Lo anterior porque ambos comparten etapas como: la investigación documental, el trabajo de campo, el esquema o estructura (en el periodismo) y el guión (en el documental); así como la variedad de fuentes y testimonios. Empero, el tratamiento informativo es lo que los diferencia, pues no son los mismos fines y funciones en el periodismo que en el cine.

Como dije al inicio, la idea central es atrapar, intrigar y seducir al otro para que vaya de la mano, ya sea del cazador furtivo domador de la pluma o del objetivo de la cámara, hasta el desenlace de la historia.

Reportaje: el género de profundidad

Durante más de un año se reunió información suficiente y se entabló los contactos precisos para iniciar formalmente la investigación y la consecuente construcción del producto periodístico. En el camino se llegó a la conclusión de que el tema sería mejor expuesto en un reportaje, pues es éste el género más completo dentro del periodismo, al ofrecer una visión más completa del tema. La riqueza de fuentes puede ser plasmada en la variedad de géneros que es posible incluir en el reportaje. Desde las historias de vida de los clientes en pequeñas entrevistas, la investigación de campo en crónicas, hasta los datos duros en notas informativas, por mencionar tan sólo algunos géneros.

Existe una diversidad de definiciones y autores que buscan explicar qué son los géneros periodísticos. Nombres como Susana González Reyna (1991) o Lorenzo Gomis (2008) son algunos de quienes coinciden en que son variaciones discursivas que sirven para encontrar la mejor manera de dar profundidad a la noticia (objetivo principal del cazador furtivo).

Para Gomis [2008: p.87] en *Teoría de los géneros periodísticos*, el quehacer periodístico es un método de interpretación de la realidad misma que “[...] se comunica adecuadamente a través de una serie de gamas, de filtros, de convenciones comunicativas o de fórmulas de redacción que nombramos géneros periodísticos”.

Mientras González Reyna en *Géneros Periodísticos 1: periodismo de opinión y discurso*, de 1991, considera que su principal función es que “permite conocer mejor el propósito general de los mensajes y determinar la forma más conveniente de redactarlos”.

Cabe destacar que pese a ser confundidos, en ocasiones, con los géneros literarios, sobre todo desde la llegada del llamado Nuevo Periodismo, existen características que predominan en la naturaleza misma del quehacer periodístico. Para Alberto Dallal [2003: p.86], en *Lenguajes Periodísticos*, hay cuatro características fundamentales.

La inmediatez, el interés social, su manifestación por medio de un lenguaje accesible, la “necesidad” de obtener el dato fluido —para que todo el mundo lo entienda— son algunas de las características que más pesa en la actividad periodística. Alejarse de esta “forma de hacer las cosas periodísticas” equivaldría a alejarse de la naturaleza misma de esta actividad.

Para fines de este trabajo es importante destacar que existe una diversidad de clasificaciones de los géneros, pero podemos quedarnos con la siguiente:

Géneros Expositivos o de información: Nota y Entrevista
Géneros Explicativos o de exposición: Reportaje y Crónica
Género Argumentativo o de opinión: Artículo de fondo, crítica,
ensayo, columna y editorial

La presente investigación optó por el género explicativo porque intenta comprender y explicar la noticia sin ofrecer una opinión, apoyándose de otros géneros para dar profundidad al hecho y crear reflexión sobre el problema central.

El reportaje es el más idóneo porque permite una estructuración y redacción más libre; pero sobre todo más amena y enriquecedora para el lector. Como dice el *Manual de Periodismo* [1986: p.185], de Vicente Leñero y Carlos Marín.

[...] el reportaje profundiza en las causas de los hechos, explica los pormenores, analiza caracteres, reproduce ambientes sin distorsionar la información; ésta se presenta en forma amena, atractiva, de manera que capte la atención del público.

Además recordemos que va más allá de informar.

[...] comunica algo que despierta en el lector la necesidad de actuar, de manera que no se trata sólo de información, sino también de denuncia. Así, se hace la presentación detallada del hecho para que el lector lo sienta, lo viva y, de este modo, conozca los alcances y las limitaciones de la sociedad en donde se desenvuelve, se forme un criterio y actúe conforme a él.

Es decir, el propósito de exponer esta investigación por medio del reportaje es presentar los hechos desde las distintas aristas que conforman el tema *Herbalife* y así evitar satanizar el tema como lo han hecho otros trabajos al mostrar sólo una versión. Es tratar de equilibrar la balanza de información. Mostrar las muchas caras de la noticia con el fin de generar reflexión sobre la grave situación que se vive en el país en materia de salud y, a la vez, denunciar las posibles irregularidades de las instituciones públicas.

Tal y como Ryszard Kapuściński ha enseñado a muchos pioneros de esta, ahora, llamada carrera con su obra “Los cínicos no sirven para este oficio”, de 2000, al decir que el buen periodismo siempre tiene un objetivo por cual luchar, una intensión concreta que motiva a investigar.

El verdadero periodismo es intencional, a saber: aquel que se fija un objetivo y que intenta provocar algún tipo de cambio. No hay otro periodismo posible. Hablo, obviamente, del buen periodismo.

De ahí la importancia de darles voz a aquellos que, muchas veces, no tienen un derecho de réplica como es el caso de los distribuidores, pues los comunicados de prensa y las declaraciones de sus directivos son, al fin y al cabo, la versión oficial de la empresa. ¿Pero dónde queda el aspecto humano? El engrane más importante de esta gran maquinaria verde son aquellos que dedican más de ocho horas diarias, los siete días de la semana, a levantar este negocio que lleva más de 25 años en el país.

Si algo hay que reflexionar sobre esta obra de Kapuściński es la importancia de darle voz a todos; principalmente a aquellos que, tal vez, nunca más les darán oídos y pluma para exponer su realidad. El periodista polaco abordó este tema al explicar la situación de la gente pobre en los lugares de África olvidados por los medios más importantes.

Esta gente no se rebelará nunca. Así que necesita que alguien hable por ellos. Ésta es una de las obligaciones morales que tenemos cuando escribimos sobre esta parte infeliz de la familia humana. Porque todos ellos son nuestros hermanos y hermanas pobres. Que no tienen voz.

Para fines de este trabajo no podríamos hablar de diferencias o niveles de pobreza entre aquel remoto continente y el nuestro. El común denominador es la existencia de personas con una problemática y una corta o nula vía de réplica.

En este reportaje se buscó siempre tener presente este aspecto tan importante para el oficio del periodista... el ejercer con respeto y cuidado. Como también lo expresa Ryszard en su obra [2003: p.17], antes citada.

[...] conviene pensar que trabajamos con la materia más delicada de este mundo: la gente. Con nuestras palabras, con lo que escribimos sobre ellos, podemos destruirles la vida. Nuestra profesión nos lleva por un día, o acaso por cinco horas, a un lugar que después de trabajar dejamos. Seguramente nosotros nunca regresaremos allí, pero la gente que nos ayudó se quedará, y sus vecinos leerán lo que hemos escrito sobre ellos. Si lo que escribimos pone en peligro a esas personas, tal vez ya no puedan vivir más en su lugar, y quién sabe si habrá otro sitio adonde puedan ir.

Por eso escribir periodismo es una actividad sumamente delicada. Hay que medir las palabras que usamos [...] nuestro criterio ético debe basarse en el respeto a la integridad y la imagen del otro. Nuestras palabras pueden destruirlos. Y en general se trata de gente que carece de recursos para defenderse, que no puede hacer nada.

Con esto queda claro que muchas veces la pluma puede ser un arma tan mortífera como un cañón para aquellos que tienen que vivir con lo que se escribe de ellos. Cuestión que se buscó cuidar por medio del género que más lo permite, el reportaje.

Dentro del mismo convergen otros géneros que en conjunto dan forma a un producto periodístico más enriquecedor para el lector. En este caso uno de ellos es la crónica.

De acuerdo con Alberto Salcedo Ramos en “La Crónica: El Rostro Humano de la Noticia”, publicado en *Manual de Géneros Periodísticos* [2011: p.10], todo periodista que quiera realizar una crónica requiere de tiempo, no por nada pertenece a los géneros explicativos o de planeación, es decir, aquellos que se estructuran con tiempo y mayor dedicación.

Para conseguir información de calidad —reveladora y de interés humano— es necesario generar confianza. Eso se logra cuando muestras conocimiento del tema y una actitud de respeto. Pero también cuando tienes paciencia y, a fuerza de perseverar en la interacción con tus personajes, ya que no te ven como el periodista sino como parte del paisaje.

La crónica se convierte en variable dependiendo del medio, la situación y de la visión del cazador furtivo. Por tanto requiere mucha paciencia. ¿La razón? La crónica le da humanidad al periodismo y eso demanda estar presente no sólo por unas horas.

La crónica le da a los hechos un sentido humano. Es un género noble que incluso le da vigencia histórica a acontecimientos que en su momento no fueron noticia. Las crónicas [...] serán las que aporten la atmósfera, el piso social, los contextos y los detalles humanos.

¿A quién no le ha sucedido que tiene que entregar una crónica y durante la semana no ocurre nada aparentemente periodístico? Entregan una crónica sencilla con el poco material obtenido y a la semana siguiente ocurre el suceso anhelado. *Así pasa cuando sucede*, 2009, diría Woody Allen.

La mejor manera de ser periodista es estar en el lugar de los hechos el mayor tiempo posible. Quién mejor para ejemplificarlo que Kapuściński y su cacería literaria de 1957 a 1990 en África que dio las bases para crear *Ébano* en 1998. Su entrega e interés por el oficio lo resumo en una frase: “Para conocer de verdad, hay que vivirlo”. En palabras del periodista Martín Caparrós “[...] ningún relato de lo desconocido funciona si no parte de lo que ya conoce”, en *Taller de periodismo y literatura* [2003: p.8].

La crónica, este maravilloso género que es pero no es, que pasa como hijo del reportaje, como este híbrido que todo lo tiene, o mejor dicho... un ornitorrinco, diría Juan Villoro en su libro *Safari Accidental* de 2005. Ese uso ilimitado de posibilidades que da paso a la creatividad a manos llenas, que informa, investiga, divulga, sitúa, crea imágenes, conmueve, pero invita a reflexionar.

Caparrós coincide con Kapuściński en que para escribir crónicas hay que buscar y para eso hay que tener colmillo, olfato y hasta alma de cazador. Pero, existe otra característica que no me deja de enamorar de este género... la crónica es capaz de ver y poner en el centro de atención a la persona que está detrás de la noticia, convierte al sujeto común sin fama ni renombre en el representante, en la cara de ese fragmento de la historia que el periodista busca reflexionar; cosa que pocas veces sucede en géneros como la entrevista. Tal y como lo explica Caparrós: “La magia de una buena crónica consiste en conseguir que un lector se interese en una cuestión que, en principio, no le interesa en lo más mínimo”.

“Todo buen reportaje es un trabajo colectivo [...]”.

Siguiendo con las lecciones impartidas por Kapuściński en su obra del 2000. No podemos pasar por alto el valor de las personas, de su cooperación y aportación al ejercicio periodístico. La energía del trabajo en equipo es lo que realmente construye al reportaje.

Todo reportaje —aunque esté firmado sólo por quien lo ha escrito— en realidad es el fruto del trabajo de muchos. El periodista es el redactor final, pero el material ha sido proporcionado por muchísimos individuos.

En efecto, nuestra materia prima es la convivencia con las personas, sin ellas, sería imposible construir un trabajo tan complejo, pero enriquecedor, como lo es este género periodístico.

Y sin la ayuda de los otros no se puede escribir un reportaje. [...] sin un espíritu de colectividad, de cooperación, de buena voluntad, de comprensión recíproca, escribir es imposible.

Desde enero del 2013 que comenzó la investigación de campo hasta concluir en 2016 conté con el apoyo y participación de muchas personas. Entre ellas Mariana González, distribuidora independiente de *Herbalife*, quien con más diez años de experiencia en el negocio y propietaria de un club de nutrición en la delegación Gustavo A. Madero me permitió contactar con los más de 30 distribuidores a su cargo.

Durante más de tres años, gracias a ella y Alan Juárez pude conocer el funcionamiento de los clubes de nutrición, probar los productos, platicar con los clientes, asistir a las conferencias y capacitaciones que llevan a cabo en el estado de Morelos (Yecapixtla, Cuautla, Cuernavaca y Tlayacapan), Querétaro, Estado de México (Chalco, Coacalco, Coatepec, Naucalpan de Juárez y Tlalnepantla de Baz), así como algunos puntos de la Ciudad de México.

Gracias a su cooperación y comprensión tuve la oportunidad de escuchar las historias de vida de quienes viven dentro de la *Oleada Verde*. Pude entender por qué consumen los productos, por qué existen los clubes de nutrición y por qué han aumentado en varios puntos del país a pesar de la poca o nula educación en materia de nutrición que existe.

El presente trabajo no es, en estricto sentido, un producto del llamado Nuevo Periodismo sino un ejercicio periodístico con enfoque humano. Aunque toma prestados algunos recursos literarios para complementar, como reconstrucción de escenarios, descripción de personajes y uso de diálogos para dar voz a los testimonios, el tratamiento es de carácter documental y testimonial con el objetivo de crear reflexión por medio del componente más sensible e importante del periodismo... el humano.

Este reportaje abarca desde 1980 hasta el 2016 y consta de cuatro capítulos. El primero, titulado *El impacto de la oleada*, ofrece los antecedentes que llevaron a la empresa *Herbalife* a ser una de las marcas de suplementos alimenticios más reconocida a nivel mundial. Además explica en qué consisten sus productos, por qué tienen tanto éxito en nuestro país a través de los clubes de nutrición y cómo funcionan éstos. Y al mismo tiempo contrarrestar su versión con la de las notas publicadas en sitios web que documentan una serie de situaciones polémicas entorno a la marca. Desde denuncias por publicidad engañosa, prácticas económicas ilegales hasta posibles daños a la salud (hepatotoxicidad aguda). De esta manera informar sobre el problema central que dio pie a esta investigación. Por medio de datos duros y relatos, este trabajo presenta al lector qué hay detrás de la *oleada verde*.

El segundo capítulo, *Los Herbalitos*, muestra los antecedentes de la marca en México a través de la entrevista y los datos duros, propios de la nota informativa. Mediante la crónica también detalla las historias de vida de los distribuidores y clientes, así como los casos de éxito de sus patrocinadores. Mismos que contrastan con la batalla legal que sostuvo la empresa con el inversionista Bill Ackman, quien denunció a la empresa por fraude y esquema piramidal. El objetivo de este apartado es dar voz al lado humano de la *oleada* frente a la polémica.

Esta investigación también hizo un contraste entre los criterios institucionales y la opinión de los especialistas en salud. Por ello el tercer capítulo, titulado *Las voces de la nutrición*,

proporciona ejemplos de la escasa y deficiente educación nutricional de nuestro país. Cuál es la opinión de la sociedad ante el consumo de estos productos. Al tiempo que denuncia la situación de los suplementos alimenticios y similares (complementos vitamínicos o dietéticos, medicamentos herbolarios, remedios herbolarios y productos milagro) ante el gobierno mexicano. Muestra cuáles son las instancias gubernamentales encargadas del control de calidad y regulación, así como cuáles son los criterios de comercialización. Finalmente cuál es su respuesta ante posibles riesgos a la salud. Para contextualizar mejor el escenario se hizo una comparación con los criterios establecidos en Estados Unidos y la Unión Europea. Para cerrar dicho apartado se realizó una comparación entre el contenido vitamínico que indica el etiquetado de los tres productos más vendidos de la marca con las cantidades recomendadas por el Reglamento para Control de Productos y Servicios para valorar si rebasan los límites y si representan un peligro para la sociedad.

El capítulo final, titulado *Hacia dónde va la oleada*, denuncia la crisis sanitaria que enfrentan países de América Latina como Colombia, Brasil y México. Muestra el contexto que dio pie a trastornos alimenticios como la obesidad y enfermedades crónicas como la Diabetes; mismas que han propiciado el éxito de ventas de productos como *Herbalife* y han favorecido a otras industrias como la deportiva y farmacéutica. El objetivo de este apartado es ofrecer una proyección de hacia donde irá la *oleada verde* en los próximos años.

PARTE I

EL IMPACTO DE LA OLEADA

"Es un sueño hecho realidad para mí poder introducir la buena nutrición a millones de personas alrededor del mundo".

Mark Hughes, Fundador de Herbalife (1956-2000).

Para cada uno de los miembros de la empresa no existe mejor ejemplo de un hombre visionario y audaz que Mark Reynolds Hartman Hughes, fundador de *Herbalife* en Estados Unidos. Su nombre es recordado y aplaudido por todos sus distribuidores bajo la premisa de aquel líder que puso todas sus esperanzas y esfuerzos en crear productos capaces de cambiar la vida de la gente a través de la salud.

De acuerdo con algunos distribuidores de renombre como Juan Miguel Mendoza, asesor de nutrición e integrante del Club del *Charman*, aseguran que el interés de Hughes por los temas de nutrición y salud nació a raíz de una experiencia fatal que vivió con su madre.

Era 1975 en Los Ángeles, California, cuando Mark, de 19 años de edad, sufrió la muerte de su mamá Jo Ann Hughes —“quien obsesionada con su imagen y peso”— fue víctima del consumo excesivo de productos para bajar de peso y medicamentos controlados. Años más tarde, se propuso como meta evitar que más personas terminaran igual y decidió incursionar en las empresas de productos nutricionales.

Primero trabajó en un centro de rehabilitación de drogas durante tres años, en 1972, a la edad de 16. Después entró, en 1976, a la compañía multinivel *Seyforth* donde “distribuía una dieta para adelgazar con la marca *Slender Now*”, hasta 1979. También participó en *Golden Youth* vendiendo equipos de ejercicio para el control de peso. Según Miguel Ángel Beas, en su libro *Millonario por Multinivel*, Hughes llegó a ser uno de los 100 distribuidores más exitosos de esta compañía.

En una biografía oficial que difundió la marca explicaron que también asistió a un simposio herbal, en la República de China, donde entendió que la nutrición compuesta por hierbas era la solución para los problemas de peso.

Así trabajó durante algunos años hasta que en febrero de 1980, con 24 años, junto con Richard Marconi —quien ya tenía experiencia en el desarrollo de los productos *Slender Now*— comenzó su propio negocio de venta de productos elaborados con hierbas, a través de la misma comercialización de venta directa y multinivel.

Inició con una pequeña oficina, en la ciudad de Beverly Hills, que también utilizó como almacén y centro de distribución. En abril del 2014, Graciela Varela Mier, integrante del Círculo del Fundador de *Herbalife*, recordó cómo el fundador comenzó a realizar ventas desde su coche, de manera directa, cuando notó que las ventas no crecían mucho. Los productos que ofrecía eran tres: Fórmula 1, Fórmula 2 y N.R.G. originales (malteada, vitaminas y té). Y desde la pequeña oficina trabajaron varios métodos para colocar la marca. Avisos, volantes y reuniones de oportunidad fueron tan sólo algunos.

En su primer mes de negocio ganó más de 23 mil dólares que después se convirtieron en 386 mil. Al llegar a la suma de dos millones de dólares la oficina se cambió a Culver City, al oeste del condado de Los Ángeles. Al final del primer año (1981) las ventas eran mayores a 10 millones de dólares.

Al año siguiente, comenzó la expansión internacional a Canadá, encabezada por Leslie Stanford. En esa misma década iniciaron operaciones en Australia (1983), Reino Unido (1984), Nueva Zelanda (1988), México y España (1989). En 1985, la multinivel sobrepasó los \$426 millones de ventas al menudeo y *USA Today* calificó a la compañía como la número uno de mayor crecimiento. Para la mayoría de los empresarios, inversionistas y distribuidores fue el mayor ejemplo de superación y liderazgo, puesto que su fundador no tuvo más estudios que la secundaria.

En la década de los noventa inició actividades en más de 30 países como fueron Francia y Alemania (1990); Hong-Kong, Italia y Japón (1992); Venezuela, Argentina, Polonia y Suecia (1994); Rusia, Taiwán, Austria, Suiza, Brasil, Sudáfrica y Noruega (1995); Jamaica y la India (1999), por mencionar sólo algunos.

Cuando la empresa cumplió sus primeros 15 años realizó la primera Extravaganza en la Ciudad de Atlanta: encuentro al cual asisten, anualmente, todos los distribuidores para premiar a los más destacados líderes en ventas, conocer las noticias más recientes sobre el éxito en otros países y el lanzamiento de productos nuevos.

También en la década de los noventa Mark recibió el Premio al Empresario del Año del Área de Los Ángeles y creó “la organización de beneficencia mundial Fundación Familia *Herbalife* (HFF, por sus siglas en inglés) e inauguró un orfanato en Río de Janeiro, Brasil, el cual lleva por nombre Casa *Herbalife*”.

El 21 de mayo del 2000, Mark Hughes murió a los 44 años en su casa de Malibú, California. La versión oficial sobre el suceso fue problemas de salud. De acuerdo con fuentes como el periódico *Los Angeles Times* y la página biográfica que ofrece el portal de *Wikipedia* en su versión en inglés fue por la mezcla de alcohol y doxepina.

Las declaraciones de algunos distribuidores mexicanos, como Enrique y Graciela Varela Mier, fueron que el fundador de la empresa había estado enfermo de neumonía un mes

antes. Durante ese tiempo tuvo acumulación de estrés, lo cual le quitaba el sueño; razón por la que su médico particular le recetó *doxepina* (un antidepresivo tricíclico) para el insomnio. Ese día, horas antes, estaba festejando el cumpleaños de su abuela. Estaba en su mansión de Malibú cuando revolvió, accidentalmente, alcohol con el antidepresivo. La mezcla provocó su muerte, horas más tarde.

A pesar de la pérdida, la empresa continuó y tan sólo en España vendió alrededor de 45 millones de euros en 2005. Después en 2006, la revista *Forbes* se refirió a la compañía como aquella “con más dinero líquido en sus cuentas y un menor endeudamiento”. En 2013, *CNN Expansión* aseguró que “más del 60% de los distribuidores de productos de esta compañía en Estados Unidos son latinos”.

En marzo de 2015, la multinacional celebró sus 35 años en Estados Unidos y para julio de 2015 ya existían sucursales en 91 países. Según información de *El Financiero*, la empresa reportó, en mayo de este mismo año, 83 mil 137 distribuidores en nuestro país, tan sólo en el primer trimestre del año.

Treinta y cinco años después de vender botes con polvos para hacer desayunos, de casa en casa, hoy la empresa de Mark es una de las más grandes y antiguas en el mundo de los negocios de acuerdo con publicaciones como la revista *Forbes* y *CNN Expansión*.

Detrás de la cortina

La tela resguarda la entrada y saluda a quien pasa cerca. Sobria cual bata de médico contrasta con el color verde claro de la fachada. Son las siete de la mañana y su peculiar cuerpo parece interpretar, por momentos, a un consultorio pero después parece sólo engañarte y vestirse de restaurante. Aquel lugar parece jugar al incógnito. Sus paredes desbordadas de simpleza y su ausencia de carteles te impiden imaginar qué venden ahí.

Un rugido proviene de ahí, parece el de un ejército de licuadoras. ¿Será acaso una fuente de sodas? o ¿simplemente un dentista en plena labor? El sonido te distrae cada mañana, pero hoy te atrae cual partido futbolero. Cruzas la calle con más curiosidad que voluntad. Escuchas voces, cada vez más cerca, risas femeninas. ¿Mujeres reunidas? La simple idea te intimida. Pasas saliva y cual canto de sirena te dejas llevar por la curiosidad.

“Hola, buenos días, bienvenido...”, te reciben un par de chicas, detrás de aquellas cortinas verdiblanas, al asomarte al local. Cuando entras todos te miran como el “nuevo” y tratas de pasar inadvertido y no lo consigues. Frente a ti hay un escenario improvisado, pues hay dos filas de sillas pegadas a la pared cual butacas en espera de un nuevo actor. De tal manera que quedas a la vista de los presentes con sólo asomar la cara. Felicidades, eres el nuevo protagonista.

Sí, ya estás aquí, no queda de otra. Sólo entrar y averiguar, de una vez por todas, qué hacen ahí todas las mañanas. Escuchas el saludo y sientes las miradas. En tu cabeza retumba el eco de un solo pensamiento: “todo por chismoso, todo por chismoso”. La cara te arde, te sientes chiquito y no sabes si dar dos pasos hacia atrás y salir corriendo o quedarte. Respiras profundo y te quedas.

Miras a tu alrededor y te encuentras una miscelánea humana. A la derecha hay varias reinas del hogar en pants entallado y monedero en mano. A la izquierda están sentadas algunas niñas poseedoras de juventud precoz que cargan a sus muñecas de carne y hueso. En medio unas pocas señoritas saciando la sed fruto del gimnasio. Otras más, ya, en etapa otoñal cuya vista parece perderse en el infinito de las cortinas de la entrada. Las mujeres de sabiduría avanzada son menos y parecen darle un toque a la concurrida reunión.

Te sientes bendito entre las mujeres, bajas la mirada y piensas en mejor irte. De pronto ubicas a algunos caballeros, pocos pero los hay, cuyas camisas están planchadas de prisa laboral o tenis ansiosos por salir disparados al negocio.

Pese a la variedad de público en el “escenario” todos tienen en común un vaso en la mano. ¿Qué tiene?, no sabes; te da pena preguntar y prefieres guardar silencio. Una de las chicas te invita a sentarte. Caminas un poco y ¡jaz! casi tiras las macetas que están a un lado, te reincorporas todo nervioso y jalas tu silla. Te acomodas y no sabes a donde ver ni qué decir. Todos están sentados, frente a frente, como en la *combi* pero más incómodo. Piensas “en cualquier momento tendré que decir: hola mi nombre es Menganito” y me aplaudirán así como en los grupos de optimismo.

Pasan unos segundos, la gente olvida tu presencia y continúan la conversación entre ellos. Sus voces danzan paralelas al son de unos gritones uniformados, también de color vida claro, formados cual cascanueces en una mesa. Por momentos roban la atención de los presentes e imponen su actuar, lo que provoca un silencio intermitente o los obliga a subir la voz.

La habitación es un pequeño congelador; quizás por la presencia de pocos muebles o el clima matutino, quién sabe, aun así la gente parece estar acostumbrada. Tú empiezas a temblar y te arrepientes de haber salido sin la chamarra de siempre. Aquello parece un restaurante muy limpio para ser una lonchería y muy simpático para ser un consultorio médico. En las paredes hay varios carteles. Dos de ellos te llaman la atención porque tienen a Lionel Messi, jugador del Barcelona, y a Cristiano Ronaldo, del Real Madrid, ambos con un vaso en la mano.

Vasos. ¿Qué tienen en especial? ¿Será el club del vaso? Te pierdes en la playera del *Barsa* y piensas “¿Qué están tomando tanto ellos como las personas de aquí?”. Miras a todos jugar con sus popotes dentro del vaso, no sabes si es licuado o jugo. En eso una de las chicas de cabello oscuro te mira fijo y te dice “¿Qué le sirvo?”; todos te vuelven a ver, los colores se

apoderan de tu cara. No hay otra opción. Confiesas tu pecado y aceptas que sólo entraste por curiosidad y no sabes qué venden. Ella sonríe y te contesta: “no te preocupes, bienvenido. Mira vendemos desayunos y cenas nutritivas”. Por tu mente sólo pasa la idea de lechuga y agua — ¡qué horror!—. Ella parece adivinar tus pensamientos y te explica.

El desayuno consta de un té ya sea sabor a hierbas o limón, te lo sirvo tibio o calentito, como tú gustes. Luego te servimos aloe sabor natural o de mango diluido en agua o junto con tu té. Finalmente, te preparamos una malteada con yogurt o leche de soya, o con ambos. Tenemos varios sabores.

Tú no sabes ni qué contestar, la idea de comer sanamente no es tu mejor opción desde hace años. Lo piensas un poco y en seguida respondes “bueno, a ver deme las tres cosas para probar”. Te paras y descubres la identidad de los soldados sobre la mesa. Son varias esquimeras las cuales se sienten protagonistas del espectáculo, pues están frente al escenario improvisado. El aroma del té seduce. Huele a piña y también a café; es extraño, pero las combinaciones aromáticas parecen ricas.

La mayoría son mujeres y entre ellas parecen entenderse rápido. Dan la impresión de poseer un maravilloso don para romper el hielo fácilmente, es asombroso. Mientras te dispones a probar tu primera bebida, entra otra señora cuya timidez casi alcanza a la tuya. Se sienta y pide sólo el té, las otras la observan y casi enseguida le hacen la plática sin conocerla.

Con el aroma del té caliente la gente parece sumergir sus penas y digerirlas con sabiduría. O al menos eso te hacen pensar, pues todos salen con una actitud diferente como si el desayuno los pusiera de buen humor. Entre las conversaciones ajenas escuchas a una señora afirmando sentirse más controlada de la colitis, consecuencia del estrés en el trabajo. Al mismo tiempo dos señores presumen a la encargada sentirse más delgados. Ella los reta a corroborar frente a la báscula, dicha proposición les baja la valentía al nivel de un “ahorita no, mejor luego, ya casi nos vamos”.

Terminas tu aloe, el cual increíblemente no te recuerda los indeseables sabores de la infancia como el aceite de ricino o té amargoso. Incluso te agrada el olor. Preguntas “¿Qué sigue? Y te explica que “Puedes escoger tu malteada del sabor que quieras. Desde piña colada, fresa, plátano, dulce de leche, chocolate, vainilla, hasta frutas tropicales, café y galleta. Puedes combinarlo con el sabor de yogurt que gustes”.

Miras a las dos chicas preparar cada una por su lado las bebidas; una haciendo tés y otra preparando las malteadas. Y piensas “¡Qué interesante!”, pues nunca imaginaste qué era lo que vendían aquí. Tu interés nació hace tres semanas cuando pasaste camino al trabajo, en la mañana, y cerca del metro viste un local abierto con unas cortinas. Lo mismo viste en la esquina de tu casa, hace una semana, a unas cuantas cuadras. “¿Qué venderán?”. Parecen estar en toda tu colonia.

Al ver cómo vacían el espumoso batido frente a tus ojos te dan ganas de probarlo inmediatamente. Aunque en el fondo no sabes si, realmente, la gente estará bajando de peso ahí o será sólo sugestión. No te importa. Sólo quieres probarlo.

La chica hace más dramático el desenlace y te pregunta: “¿Con o sin avena?”, tu pones cara de asco y le respondes un rotundo “no”. Otra señora de sabiduría avanzada interrumpe tu respuesta invitándote a que la pruebes, pues asegura que así como la prepara la muchacha sí te gustará. Más a fuerza que de gana aceptas.

Lo pruebas mientras la chica añade “Es una malteada que te nutrirá y dará energía”. Te llenas de coraje, pues la señora tenía razón y realmente el sabor es delicioso. La avena es suave, como si fuera cereal con leche y no está aguada como papilla para bebé.

Antes de terminar tu desayuno entra otra dama con cabello de nieve y experiencia en la curva de su espalda. Al ver sus zapatos que alguna vez fueron negros y su suéter víctima del exceso de lavadas, ambos te oprimen el pecho y le sedes el asiento. Pide su desayuno con naturalidad, casi diciendo “lo de siempre”, no lo puedes creer. ¿Cuánto costará el paquete completo?

Mientras desayuna comienza a platicarte de su procedencia lejana. “Me vengo desde por allá caminando para hacer ejercicio porque me hace bien la caminata”. Cuenta que lleva algunos años desayunando ahí, aunque a veces le cuesta trabajo llegar al lugar.

No, la verdad es que ya no me hayo si no me desayuno aquí. A veces me tardo en llegar, pero me vengo al pasito. Si desayuno otra cosa luego ya no me lleno. Como me paro temprano, ando para acá y para allá. Mejor desayuno bien aquí y ya no tengo hambre hasta como a las dos de la tarde y ya me dedico a hacer mi *quehacer* sin distracciones.

Termina su bebida empinándose el vaso para alcanzar los pedazos de avena que se resisten a pasar a mejor vida. Pide su cuenta y con “morraya” paga 37 pesos.

Pensativo pides la cuenta. Al final de la aventura ya hiciste dos nuevas amistades con las personas a tu lado. La chica te da el cambio y te despide con la misma actitud optimista con que te recibió. “Esto es lo que hay detrás de la cortina”.

La otra cara de la oleada

Era 21 de abril del 2008 cuando **España** dio a conocer en el diario *El País* la investigación que el Ministerio de Sanidad y Consumo hacía a los productos para adelgazar, de la empresa *Herbalife*, debido a la detección de nueve casos de toxicidad hepática. Pronto la noticia puso en alerta a los más de 60 países donde la empresa tenía distribución, en aquel entonces.

De acuerdo con Sanidad todos los productos de la marca estadounidense estaban dentro del marco legal. Sin embargo, el modelo de venta directa de éstos impedía a las autoridades llevar un buen seguimiento y control.

"Este modelo dificulta la trazabilidad o seguimiento de los productos, que legalmente debe abarcar toda la cadena alimentaria, desde el inicio hasta el consumo, según lo estipulado en el artículo 18 del Reglamento 178/2002 de la Unión Europea", señaló el Ministerio.

El Centro de Farmacovigilancia Regional del Principado de Asturias fue quien inició la investigación sobre los primeros, posibles, casos de toxicidad vinculados, directamente, con el consumo de los productos de Mark Hughes. Después el Sistema Español de Farmacovigilancia y el Registro de Hepatotoxicidad de la Universidad de Málaga dieron a conocer "un total de nueve casos sospechosos registrados de forma espaciada, entre los años 2003 y 2007", a la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS).

El periódico español informó la existencia de otros "seis casos en la Unión Europea, producidos entre los años 1992 y 2006, seis más en Islandia, 22 más en Suiza e Israel entre 1992 y 2006". La *Acta Gastroenterológica Latinoamericana* mencionó en un artículo que eran en total 52 casos los que tenía reportados el Ministerio de Sanidad y Consumo de España, hasta 2007. Cabe destacar que por daño hepático se entiende "dolencias en el hígado con manifestaciones diversas", según el mismo diario.

Al día siguiente, el mismo el diario agregó que "la relación de causalidad entre estos productos y su implicación tóxica 'no es fácil de establecer'", explicó el Ministerio. También aclararon que no se sabía con precisión cuáles eran los productos en específico que estaban, supuestamente, asociados a los casos ni tampoco las causas exactas que generaron los problemas de salud.

El diario de Colombia *El Tiempo* publicó, ese mismo mes (23 de abril), la existencia de dos estudios realizados en octubre de 2007; empero, no especifica en qué país se realizaron. Únicamente mencionaron algunos datos sobre ellos; por ejemplo, el número de casos con mayor gravedad y el periodo promedio de los efectos en los pacientes. "Los autores describen 20 casos de hepatitis tóxica relacionados con estos productos, cuatro de ellos graves. El tiempo transcurrido entre la ingesta del producto y el diagnóstico osciló entre los 15 días y los 140 meses".

En mayo, *Expansión.com* incluyó más detalles a la investigación. Además de la agencia AEMPS también estaba participando la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), "que es la autoridad sanitaria que coordina la red de alerta al presentarse estos productos en el mercado como alimentos y no como medicamentos". Incluso, el Comité de Seguridad de Medicamentos de Uso Humano (CSMH) estaba

participando. La nota de este medio incluyó la liga *web* para consultar el comunicado de prensa del Ministerio de Sanidad, empero no hay ningún documento sobre la empresa.

Ese mismo mes (mayo 2008), la agencia de noticias *Reuters*, en su versión para América Latina, dio a conocer más sobre las indagaciones en contra de los productos, pero esta vez en **Estados Unidos**. El Fraud Discovery Institute (Instituto de Hallazgo de Fraude), afirmó que existían en el mercado seis productos de la empresa con un alto contenido de plomo, por lo cual el instituto publicó una carta en su portal *web* donde aseguraba “[los niveles de plomo] superan la legislación californiana al respecto”.

Reuters publicó la lista de los productos estudiados y fueron los siguientes: “ShapeWorks Protein Drink Mix, Healthy Meal Nutritional Shake Mix, las tabletas Tang Kuei Plus, el té instantáneo Thermojetics Nature's Raw Guarana, ShapeWorks Cell Activator y Multivitamin Complex”.

Por su parte, el programa *Noticias Univisión 34* mencionó que “los resultados de seguir, tal como se recomienda, el programa de reducción de peso conduce a la exposición acumulativa de plomo 45 veces más de lo que marca la ley [de Estados Unidos]”.

El periódico español *ABC.es*, aseguró que *Herbalife* ya había tenido problemas en algunos países, previamente. Por ejemplo en **España**, en 1994, la Comunidad de Madrid sancionó a la empresa californiana por una cantidad de “2,5 millones de pesetas por la distribución de productos dietéticos fuera de los cauces legales establecidos”, pues según las normas del país los productos de tipo dietéticos se deben hacer en “establecimientos de alimentación u oficinas de farmacia”, según un reporte de la asociación de consumidores FACUA.

Incluso, el periódico *El País* añadió que la multa fue, además, por publicidad engañosa y la existencia de quejas por estafa a clientes. Fue tal el conflicto que en la ciudad de Valencia prohibieron “la comercialización en el ámbito nacional”.

Caso similar, al de 1994 en España, ocurrió en **Colombia**, pero en 2006. En aquel país negaron “la inscripción de varios productos [...] como suplementos alimenticios debido a que varios de sus ingredientes 'tenían efectos farmacológicos'”, aseguró [...] la asociación de consumidores FACUA”, según el mismo diario español.

Tres años antes, en 2003, el doctor Laureano López Rivas, jefe de digestivo del Hospital San Agustín de Avilés, España, trató el primer caso de una mujer con “un cuadro de ictericia (enfermedad producida por la acumulación de pigmentos biliares en la sangre, cuya señal exterior más perceptible es la amarillez de la piel)”, y después de varios estudios sospechó que el consumo de los suplementos podría ser la causa, mencionó en entrevista al *Diario Independiente de Asturias*.

Para 2011, los casos aumentaron de nueve a veintiuno, informó la doctora Gloria Manso Rodríguez, del Centro de Farmacovigilancia de Asturias, Facultad de Medicina de la

Universidad de Oviedo, en España, en un artículo titulado: “Continuos reporting of new cases in Spain supports the relationship between *Herbalife* products and liver injury”.

Finalmente, la *Revista Española de Enfermedades Digestivas*, en 2015, publicó un caso clínico en una carta al editor titulada “Fallo hepático agudo en paciente consumidora de productos de *Herbalife* y zumo de Noni”. Ahí presentaron el caso de una mujer, de 56 años, que fue atendida en el área de urgencias del Servicio de Aparato Digestivo, en el Hospital Universitario en octubre de 2015, porque tenía “[...] dolor abdominal inespecífico, náuseas e ictericia mucocutánea”.

La paciente no tenía enfermedades preexistentes relacionadas con el hígado o los riñones. Además descubrieron que los únicos factores que tenían eran relacionados con el consumo de “Noni” (*Morinda Citrifolia*) y varios productos de *Herbalife*. Después de 17 días sufrió una encefalopatía grado II y casi al mes (28 días, exactamente) requirió trasplante hepático. El informe médico destacó que fue imposible averiguar si es un componente aislado lo que provocó el daño hepático o la reacción de varios.

En 2004, reportaron cuatro casos de hepatitis relacionados con la multinacional en **Israel**, lo cual causó alarma en el país durante ese año. Se abrió una investigación por parte del Ministerio de Salud en todos los hospitales y se trabajó con un acervo de doce pacientes, según un reporte de la Unidad de Hígado de la Universidad Hebrea de Hadassah Medical Center, en Jerusalén. Esto conforme a información obtenida de National Center for Biotechnology Information, U.S. National Library of Medicine y el *Journal of Hepatology*.

Después, en 2007, hubo nueve mil quinientos distribuidores, en **Suiza**, que todos los días estuvieron desayunando *Herbalife*, cada mañana. Pero de acuerdo con el diario de aquel país, *Neue Zürcher Zeitung*, 22 personas pagaron el precio de desayunar “nutritivo”. El periódico mencionó dos casos clínicos; uno en el Hospital Universitario de Berna y el, ya citado en 2004, de Israel. Ambos fueron publicados en el *Journal of Hepatology*, ese mismo año.

Ahí mencionaron el caso concreto de dos personas. Un hombre de 78 años y una mujer de 40, ambos con dolor en el hígado y problemas abdominales agudos. En los estudios de los dos pacientes no sólo encontraron daño hepático sino, también, cirrosis. Los doctores descartaron la presencia de enfermedades preexistentes.

Según el diario sueco, el internista y gastroenterólogo de la Clínica Universitaria, Felix Stickel, descubrió después de varios estudios que el consumo de los productos podría ser la causa directa del daño hepático, pues aseguró que al dejar de consumirlos, los malestares desaparecieron.

La *Agência de Notícias das Hepatites* informó, a detalle, sobre los casos clínicos existentes, en octubre de 2007. Se inició una investigación en 12 hospitales del país para averiguar si había más casos y ubicaron 12. Los resultados del seguimiento fueron estos:

10 cumplieron con los criterios suficientes para poder establecer la causalidad, ya que se ajusta a los criterios para evaluar la hepatotoxicidad por criterios CIOMS de la Organización Mundial de la Salud. Siguiendo los criterios de la OMS, los investigadores suizos han encontrado cómo algunos casos de hepatotoxicidad ocurrieron en 2 pacientes, probables en 7 y posibles en 1. El tiempo entre la exposición y la hepatitis fue de 5 meses. Al igual que en el estudio presentado en Israel, la biopsia mostró necrosis de los hepatocitos es alta y la inflamación con predominio de eosinófilos. Tres casos tenían lesiones hepáticas graves (una hepatitis fulminante, un síndrome de obstrucción sinusoidal y la cirrosis hepática)*.

Al igual que en otros estudios, desconocieron cuáles fueron los principales agentes que pudieron causar la toxicidad. Pero tienen algunos elementos como posibles sospechosos, por ejemplo la efedrina y la N-nitroso-fenfluramina.

Ese mismo año (2007), **Argentina** registró el primer caso que relacionaba a *Herbalife* con el tema de intoxicación hepática, informó el periódico *La Capital*, en su versión impresa. El paciente, originario del Rosario, estuvo internado en el Hospital Centenario. De acuerdo con el medio “[...] su caso fue el primero reportado en el país de hepatitis 'innegablemente vinculado al consumo de *Herbalife*', según señalaron los profesionales que lo atendieron”.

El doctor Hugo Tanno, jefe del Servicio de Gastroenterología del Centenario, dio seguimiento a la historia clínica del rosarino y “se analizó en un seminario de la carrera de posgrado en gastroenterología del hospital”.

Por otro lado, en 2008, frente a la polémica causada en España y Estados Unidos; **Colombia** decidió averiguar cuál era la situación de la empresa multinacional en su país. El diario *El Tiempo* informó que “de los 15 productos que se vendían, dos tienen registro sanitario vigente en la categoría de suplementos dietarios, tres como medicamentos y los diez restantes como alimentos”, por ello exigieron que se reclasificaran todos y le pusieron un límite de tiempo a la empresa (hasta el 18 de septiembre de 2008), a través del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA).

Ese año apareció un artículo, en la *Acta Gastroenterológica Latinoamericana*, sobre un caso clínico titulado: “Hepatitis aguda asociada al consumo de *Herbalife*® a propósito de un caso”. El Hospital Alemán de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires reportó el caso de

*10 reuniam os critérios suficientes para poder estabelecer a casualidade por se enquadrar nos critérios para avaliar hepatotoxicidade pelos critérios CIOMS da Organização Mundial da Saúde. Seguindo os critérios da OMS os pesquisadores Suíços consideraram como certa a hepatotoxicidade acontecida em 2 pacientes, provável em 7 e possível em 1. O tempo entre a exposição e a hepatite foi de 5 meses. Ao igual que no estudo apresentado em Israel, pela biópsia se demonstrou necrose dos hepatocitos e inflamação elevada com predomínio de eosinófilos. Três casos apresentaram uma lesão hepática grave (um de hepatite fulminante, um de síndrome de obstrução sinusoidal e uma cirrose hepática).

“una mujer de 63 años con diagnóstico probable de hepatitis tóxica secundaria al consumo de suplementos dietarios *Herbalife*”.

Un aspecto a destacar es que la paciente tenía cáncer de mama desde hace ocho años atrás. Pero, no se encontraron otros agentes secundarios al daño hepático, pues no ingería bebidas alcohólicas o medicamentos con frecuencia. Tampoco hallaron antecedentes familiares de hepatopatía.

La paciente tomó tres productos de la empresa (*Herbalife F1, Nutritional Shake Mix, Personal Protein Powder* y *Herbalife F2 Multivitamin Complex*), durante diez semanas y bajó nueve kilos. Cuando ingresó al hospital “presentó [...] una hepatitis aguda colestásica con una reserva funcional conservada”, la cual pudo revertir al detener el consumo. Según el seguimiento, desde el cuarto día de suspenderlos la paciente mostró mejorías y al término de 21 semanas “revirtió en forma completa con el cese de la exposición al tóxico”.

Al año siguiente, ocurrió un nuevo caso cuando una joven, de la misma localidad del primer paciente, demandó a la empresa por 650 mil pesos en marzo del 2009. La situación de Clara Ramírez, de 23 años, fue muy similar al de Lorena Peralta en nuestro país. Clara consumió, en 2007, los productos estadounidenses durante seis meses. Después, en octubre, ingresó el Hospital Centenario “[...] por un cuadro de erupciones en la piel, también denominado shock alérgico”. Los padecimientos de Clara fueron “reacciones alérgicas y una insuficiencia respiratoria que la dejaron en terapia intensiva”. A diferencia de Peralta, que falleció en Octubre de 2014, Clara superó los padecimientos después de 20 días y continuó en tratamiento.

En la información del diario argentino *La Capital* también describieron los detalles de la demanda.

Se realizó el 4 de marzo en el juzgado Civil y Comercial N° 2 de Rosario, fundada en una relación de consumo donde entra en juego el artículo N° 42 de la Constitución nacional y la ley del consumidor [de aquel país]. Se hizo una amplia exposición del caso con antecedentes de otros países (en Perú, Paraguay y Colombia el producto no es de venta libre), informes médicos periciales y la forma de comercialización.

Su caso fue tratado por un seminario de la cátedra de clínica médica de la Facultad de Medicina de la Universidad Nacional de Rosario (UNR) para evaluar si había relación con los productos nutricionales. Según el diario argentino, “El caso de Clara Ramírez fue diagnosticado como farmacolemia tras la evaluación de los catedráticos de la Facultad de Medicina, y además se tomó como ejemplo en un seminario”.

El 11 de julio de 2009, hubo un cuarto caso. Según la misma *Acta Gastroenterológica Latinoamericana* una mujer, de 35 años, fue atendida en la Unidad de Hepatología, del Servicio de Gastroenterología en el Hospital Español de Mendoza, Argentina. El

diagnóstico fue “Síndrome de Obstrucción Sinusoidal” y fue “intervenida de colecistectomía laparoscópica por litiasis vesicular”.

Al igual que el caso de la mujer de 63 años, esta paciente no tenía antecedentes familiares ni enfermedades preexistentes. Incluso, no tenía “antecedentes [...] medicamentosos o tóxicos”. El único factor en común era el consumo, aproximadamente 50 gramos al día, de los productos nutricionales durante cuatro meses.

A pesar de que éstos fueron aprobados, en 2004, por la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) en aquel país; cuatro casos bastaron para poner en alerta a medios e instituciones del 2007 a 2009.

También, en 2009, un Informe del Comité Científico de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) agregó a la lista de países con casos de daño hepático a **Francia**, con siete casos, **Portugal** con tres de padecimientos vinculados con cuadros alérgicos graves e **Italia** y **Finlandia** con uno, respectivamente.

En **Islandia**, en 2010, el periódico *Visir* afirmó en un artículo que desde el año 2002 había estudios médicos publicados en una revista médica (no especifican el título), donde descubrieron casos que evidenciaban daño hepático. Entre 2007 y 2009, aparecieron cuatro artículos más en revistas internacionales (tampoco especifican los títulos), con lo cual se reportaron un total de 28 pacientes en la misma situación. Además, agregaron que los tres componentes a los que aluden la, posible, toxicidad son té verde (extracto), aloe vera y clavos.

Por su parte, el periódico *CNN Expansión* informó que La Administración de Drogas y Alimentos de Estados Unidos (FDA) estaba investigando a los proveedores de manufactura de la multinivel en aquel país ese mismo año. La información que solicitaron fue “los ingredientes usados en los productos *Herbalife* Ready Herbal Aloe y *Herbalife* Herbal Aloe Concentrate”. Pero, no explican por qué motivos fue la solicitud.

De diciembre de 2012 a diciembre de 2013 un grupo de investigadores de varias entidades médicas (entre ellas el Laboratorio de Investigaciones Gastrointestinales del Instituto de Investigaciones Biológicas de la Facultad de Medicina de la Universidad del Zulia), en Maracaibo, **Venezuela**, estudiaron con 13 pacientes el caso de lesión hepática inducida por medicamentos (“DILI, por sus siglas en inglés”). Entre las sustancias que pusieron a prueba estuvieron los productos de Mark Hughes.

De acuerdo con un artículo de investigación, obtenido de la biblioteca digital de la Universidad de Zulia, de los 13 casos analizados, dos fueron sobre la empresa. Uno relacionado con “causalidad probable” y otro con “fatalidad”. Según la investigación los agentes con mayor implicación fueron: “[...] ibuprofeno, acetaminofén, isoniacida y productos *Herbalife*®”.

El primer caso fue de una mujer de 52 años con obesidad mórbida. La duración del estudio fue de un mes y el producto fue *Herbalife F1, Nutritional Shake Mix* (conocida coloquialmente como la malteada). Describieron la severidad del caso como “fatal”, pues la persona murió. El segundo fue un hombre de 32 años y el periodo de consumo fue de tres meses con el mismo producto. La severidad fue leve y al final tuvo recuperación.

En ambos describieron la causalidad como “probable”. En sus conclusiones los investigadores creyeron que el agente de obesidad en uno de los casos pudo influenciar en la relación de daño hepático. Pero, mencionaron que no existen investigaciones que sustenten la relación directa con los productos californianos como para exigir la restricción de su consumo.

Existe un incremento del consumo mundial como suplementos nutricionales por ser naturales y seguros, aunque también algunos estudios han reportado presuntos casos de hepatotoxicidad. Sin embargo, no existe hasta ahora relación fehaciente que permita restricciones en el uso de estos productos: por ser productos nutricionales no se conocen los ingredientes exactos, ni mucho menos las razones por las cuales algunos individuos desarrollan hepatotoxicidad y otros no. [...] No obstante, se presentan casos asociados a comorbilidad (Ej. obesidad) los cuales podrían haber influenciado un mayor daño hepático, aspecto que amerita futuras investigaciones.

Aunque existen estos casos a nivel internacional, resultan pocos comparados con la magnitud e impacto que tiene el consumo de estos productos en 91 países, actualmente. “La hepatitis tóxica por consumo de productos *Herbalife* es una afección poco documentada y con un gran impacto en la población debido a su consumo masivo”*, explicó el Programa de Trasplante Hepático de la Unidad de Trasplante del Hospital Alemán en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Postura que comparten otras instituciones como Division of Gastroenterology and Hepatology, Department of Medicine, Rajavithi Hospital, College of Medicine, Rangsit University, Bangkok, Thailand [División de Gastroenterología y Hepatología, Departamento de Medicina, Hospital Rajavithi de la Facultad de Medicina de la Universidad Rangsit en Bangkok, Tailandia].

Las tasas de incidencia de hepatotoxicidad a base de hierbas son en gran parte desconocidas. La presentación clínica y gravedad pueden ser muy variables, que van desde leves a hepatitis aguda, insuficiencia hepática que requiere trasplante**.

La *Acta Gastroenterológica Latinoamericana* aseguró que debido a que las evidencias científicas son pocas ha sido imposible hacer que las instancias correspondientes en control de productos dietéticos y control de peso tomen acciones. “Existen casos reportados de

*“Toxic hepatitis by consumption Herbalife products is an affection poorly documented and with a great impact in the population due to their massive consumption”.

**“The incidence rates of herbal hepatotoxicity are largely unknown. The clinical presentation and severity can be highly variable, ranging from mild hepatitis to acute hepatic failure requiring transplantation”.

hepatotoxicidad y otros efectos adversos inducidos por estos productos, pero la evidencia no es suficiente como para generar una respuesta de los organismos de control”.

En México la situación es distinta, pues son menos los casos documentados de estos padecimientos, comparados con los que existen a nivel internacional, vinculados con la empresa multinivel. Por ejemplo, en 2012, la *Revista de Sanidad Militar* publicó un artículo que documentó dos casos clínicos del estado de Guanajuato; pero, sólo uno de ellos correspondió a la ingesta de *Herbalife*.

El seguimiento lo llevaron a cabo médicos internos del Hospital Militar Regional de Irapuato. Gto. El paciente, de Irapuato, tenía 14 años y presentaba “carga genética para diabetes mellitus e hipertensión arterial, cáncer de próstata”.

La descripción del caso fue la siguiente: “Habitación tipo urbana, alimentación adecuada en cantidad, deficiente en calidad, hábitos higiénicos deficientes, inmunizaciones completas para su edad. Hace tres meses presentó síndrome icterico diagnosticándole por clínica hepatitis A, sin confirmación por serología. Alergias, traumatismos, cirugías y hemotransfusiones negativas”.

El joven entró al hospital, presuntamente entre 2008 y 2009, por los malestares siguientes: dolor abdominal, vómito biliar y fiebre. Cabe mencionar que el seguimiento indicó obesidad en el paciente. De acuerdo con el reporte éste llevaba 15 días, aproximadamente, tomando la malteada Fórmula 1 de *Herbalife* con el objetivo de bajar de peso. Después de suspender el consumo el paciente presentó mejorías, y a diferencia de varios casos internacionales donde los médicos vuelven a exponerlos a los componentes sospechosos para observar si recaen; los doctores decidieron ya no hacerlo por considerar la práctica un “un riesgo innecesario”.

En el reporte descartaron la posibilidad de hepatotoxicidad por medicación y medio de contraste, pero hay sospechas de exposición a toxinas. “La combinación de productos en los preparados consumidos por los pacientes podría estar condicionando la exposición a toxina no identificada. Es necesaria una investigación química más exhaustiva para descartar esta posibilidad”. La misma situación ocurrió con agentes químicos orgánicos e inorgánicos.

Se expresan nombres científicos de la herbolaria utilizada para la integración de los productos en cuestión, es necesario completar una investigación bioquímica de cada uno y de la combinación de ésta para determinar qué agentes químicos se producen que pudieran condicionar hepatotoxicidad en pacientes susceptibles.

Tanto para el paciente que consumió *Herbalife*, como para el otro caso, el diagnóstico final por parte del hospital fue.

Ambos pacientes refieren como antecedente la ingesta de suplementos alimenticios naturistas, presentando daño hepático citolítico y colestásico, mostrando en ambos casos

serología viral negativa, ni evidencia de imagenología de obstrucción biliar, como principales sospechas diagnósticas, y sin otro antecedente de importancia, orientando hacia la toxicidad hepática producida probablemente por los “productos naturistas” ingeridos, esta consideración se basa en la revisión de la literatura internacional en la actualidad.

Para los médicos fue imposible establecer una relación directa entre los productos y los padecimientos hepáticos, pero “existen datos clínicos que sugieren podría haberla”. Por ejemplo, mencionaron el trabajo de Schoepfer y Elinav, (en Suiza en 2004, con 12 casos y el otro en Israel en 2004, también con 12 pacientes, respectivamente), quienes trabajaron 22 casos de hepatotoxicidad y los resultados fueron: “5 con lesión hepática en relación definitiva con hepatotoxicidad por *Herbalife* (con base en reacciones positivas de un segundo reto), 13 tuvieron una probable relación y cuatro posiblemente estuvieron relacionados”.

El doctor Jorge Dante Medina Vázquez, responsable del artículo, destacó la inexistencia de registros de más casos de este ámbito en México. “Sin embargo, en nuestro país no se han documentado este tipo de casos. [...] En la investigación de la literatura al respecto no se encontraron muchas revisiones de este tipo de casos en nuestro país”.

Agregó que únicamente en su experiencia profesional ha tenido oportunidad de trabajar con cinco pacientes de este tipo “(dos en el Hospital Central Militar y tres en el Instituto de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán)”, y aunque tampoco pudo determinar las causas directas de la hepatotoxicidad, descubrió que el común denominador entre ellos era el consumo de productos naturistas (no especifica que hayan sido concretamente de la empresa californiana).

En septiembre del 2014, en XXIII Annual Meeting of the Latin American Association for the Study of the Liver and the National Congress of the Mexican Association of Hepatology [la XXIII Reunión Anual de la Asociación Latinoamericana para el Estudio del Hígado y el Congreso Nacional de la Asociación Mexicana de Hepatología], en Cancún Quintana Roo, un grupo de cuatro doctores del Hospital General de México presentaron el tema “Acute Liver Failure After the Intake of *Herbalife* Products” [La insuficiencia hepática aguda tras la ingesta de productos de *Herbalife*], en la categoría de Drug induced liver injury (DILI) [Lesión hepática inducida por fármacos (DILI)].

De acuerdo con el artículo existen alrededor de 70 casos de daño hepático en distintos hospitales e incluso muertes; destacaron que la mayoría de los pacientes son mujeres. Existen dos agentes sospechosos entre los casos: el primero es *Camellia sinensis*, un elemento que contiene el té de la multinivel, el cual se asocia con extractos etanólicos que provocan las insuficiencias hepáticas. Y el segundo es la probable contaminación de éstos con *Bacillus subtilis*.

Sin embargo, no especificaron si los casos son a nivel internacional o nacional ni el rango temporal que abarcaron.

El consumo de productos *Herbalife* como tratamiento médico, pérdida de peso y suplemento alimenticio ha sido motivo de controversia [en] todo el mundo en los últimos 10 años. Alrededor de 70 casos, especialmente mujeres, se han reportado en diferentes hospitales con insuficiencia hepática aguda y algunos de ellos murieron en semanas. Una de las sustancias implicadas es la *Camellia sinensis* utilizado en la bebida de té de *Herbalife* en asociación con extractos etanólicos y dar como resultado o lesión hepática. Otra causa de hepatotoxicidad vinculados a los productos de *Herbalife* es la contaminación probablemente con *Bacillus subtilis* en algunos lotes y la posible, aunque todavía no probada, la contaminación de los sustratos de la cual prima hierbas se extraen. La mayoría de las biopsias hepáticas informó esteatosis, necrosis irregular y con inflamación extensa Hipertrofia de células de Kupffer y la hiperplasia*.

El caso clínico que presentaron fue el de una mujer de 25 años que consumió, durante un mes, el té de la multinivel y presentó malestares como “náuseas, vómitos, debilidad, ictericia, erupción cutánea [y dolor abdominal]”. Cabe destacar que no tenía “antecedentes patológicos”. Pero no especificaron cuál fue la bebida que consumió, pues la multinivel comercializa Té Concentrado de Hierbas (Thermojetics) y Té de Guaraná (NGR).

Finalmente, los doctores concluyeron que aún es difícil definir qué agentes causan el problema, pero el común denominador de los pacientes es que la mayoría no tenía padecimientos preexistentes con relación a daño hepático. Agregaron que existen cinco posibles parámetros que pueden servir para profundizar en los estudios y son: “el tiempo de la ingesta, el género y el proceso de lesión hepática antes de presentar insuficiencia hepática aguda, la dosis y tipo de producto”.

La relación entre el consumo de productos *Herbalife* y la lesión hepática aún ha sido un tema complejo para entender por completo. Los casos reportados en todo el mundo hay gente que no tiene otra enfermedad hepática. La razón de la insuficiencia hepática sigue siendo poco clara, sin embargo, existe muchos puntos importantes a estudiar en el futuro como el tiempo de la ingesta, género, y el proceso de lesión hepática antes de la falla presente aguda del hígado, la dosis y el tipo de producto[†].

Por otra parte, el 14 de diciembre de 2014, en **Estados Unidos**, Pershing Square Capital Management denunció a la multinacional por violar un acuerdo establecido, en 1986, en

*The intake of Herbalife products such as medical treatment, weight loss and food supplement has been controversial around the world in the last 10 years. About 70 cases, specially women, has been reported in differents hospitals with acute hepatic failure and some of them died in weeks. One of the implicate substances is the *Camellia sinensis* used in Herbalife's tea drink in association with ethanolic extracts and result o liver injury. Other cause of hepatotoxicity linked to Herbalife products is the probably contamination with *Bacillus subtilis* in some batches and the possible, though still unproven, contamination of the substrates from which raw herbs are extracted. The majority of liver biopsies reported steatosis, spotty necrosis and extensive inflammation with Kupffer cell hypertrophy and hyperplasia.

[†]The relationship between the intake of Herbalife products and the liver injury still been a complex issue for understanding completely. The cases reported around the world are people who has no other liver disease. The reason of hepatic failure remains unclear, however, exists many importat points to study in the future like time of intake, genre, and the process of liver injury before present acute liver failure, the dose and type of the product.

California; a la par de las leyes de la Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos (FDA).

Mediante un video Pershing Square detalló cómo los distribuidores de la empresa hicieron afirmaciones médicas y atribuciones terapéuticas de los productos sin investigaciones que las sustenten. De acuerdo con *Notimex*, vendedores y, hasta, los mismos líderes de la empresa hicieron afirmaciones que violan no sólo las normas estipuladas por la FDA., sino un acuerdo, de 1986, que “[...] ordenaba que *Herbalife* y sus distribuidores dejaran inmediatamente esta práctica peligrosa e ilegal”.

Ese año “la Procuraduría General del Estado de California y el condado de Santa Cruz llevaron a *Herbalife* a la Corte por el uso de las reclamaciones médicas falsas y engañosas que utilizaba la empresa para promover sus productos y atraer a nuevos distribuidores”.

“El tribunal emitió una orden judicial permanente y vinculante”, para exigirle a la marca que dejara de hacer ese tipo de prácticas ilegales. Pero, hasta 2014, “el Fiscal General de California no logró imponer su propia orden judicial contra *Herbalife*”.

Según *Notimex* desde hace muchos años algunos miembros de la empresa declaran “una serie de beneficios médicos falsos que van desde curar el asma, la bronquitis, la diabetes y la hipertensión, la migraña y el alivio de la artritis hasta la pérdida de peso, la celulitis y la reducción de colesterol”. Además, la nota agregó que lo hacen a menudo en capacitaciones, reuniones y lanzamientos de productos nuevos, sin importar las advertencias gubernamentales. En el video se observa el testimonio de varios miembros de alto rango en la empresa, entre ellos Michael Johnson, director ejecutivo en aquel momento.

Un vaso de salud: el club como alternativa a la farmacia

¿Cala refeó la calor aquí, verdad? —dice doña Manuelita mientras se quita el suéter y espera, impaciente, su desayuno. Don Beni prepara las malteadas rete sabroso, nada más vengo con él, aunque se encierre bien feo la calor aquí. —su atención descansa en un burro esquelético que está estacionado en la banqueta de enfrente.

No se crea señorita; ya me canso de andar para acá y para allá. Tengo mis botes de malteada para hacérmelo en mi casa; me los compré y todo, pero luego me da flojera hacérmela yo sola. Prefiero venirme para acá y aquí desayuno a gusto, ya luego me voy al pasito a mi casa y me pongo a hacer mi *quehacer*.

El sol de mediodía que traspasa las cortinas del local arde en las piernas y fastidia a algunos de los habitantes de Yecapixtla, Morelos. A pesar de ello, no dejan de pasar por su desayuno todos los días al negocio de Don Benito Juárez, si, así se llama, tal vez por eso la gente lo recuerda más. Si usted va de visita a la localidad y pregunta por las malteadas de Don Beni seguro le dirán cómo llegar; ahí casi todos se conocen entre ellos.

Manuelita es fiel cliente de Don Beni y su hijo Alan Juárez, quienes llevan diez años con el club de nutrición en la Colonia Centro. De acuerdo con Alan, en promedio de 15 a 20 personas pagan 39 pesos, diariamente, por su desayuno y/o cena. La mayoría de sus clientes son mujeres.

Después de unos minutos la espera de Manuelita termina, pues recibe su anhelado vaso y se toma la malteada casi enseguida. Pronto acaba de desayunar, pero sus ganas de irse son pocas. En lugar de pagar decide ponerse a hojear los libros de salud que hay en un estante. La mujer carga 70 años de sabiduría y con ellos los inevitables malestares que prefiere esquivar. Por eso se escuda tras su malteada y té, por las mañanas.

Antes se me hinchaban mucho los pies. Me sentía con flojera y luego me regañaba mi viejo por no apurarme con las cosas de la comida, el mandado y la casa. Ahora me siento más movida, menos ahuevonada. Le digo que venga pero no quiere, dice que eso na' más es para señoras y niños.

"La edad varía. Tenemos socios que asistían desde que estaban en el vientre de su mamá, pasando por niños, jóvenes y adultos mayores. La nutrición celular es para todas las personas en general", dice Alan mientras vacía el espumoso batido de fresa en un vaso transparente.

En Yecapixtla hay dos hospitales: uno del sector salud público y otro privado, además de un centro de salud. Y aunque la distancia entre sus hogares y éstos es corta y accesible, la mayoría de la gente acude con mayor regularidad a hospitales privados, consultorios particulares, sobre todo de medicina genérica, pues en los de gobierno sólo tienen acceso los derechohabientes.

Pero para la gente que vive más arriba de Yecapixtla la suerte es otra. Los habitantes de los llamados Altos de Morelos tienen el acceso a estos centros de salud aún más complicado. Por ejemplo, clientes y distribuidores de Jumil y Ocuituco aseguran hacer de una a dos horas para poder llegar, tan sólo, a Yecapixtla. En muchos lugares sólo cuentan con un medio de transporte que pasa cada 40 minutos aproximadamente.

De forma paralela existen alrededor de 35 clubes de nutrición en ese municipio del Estado de Morelos; 15 pertenecen a la organización de Alan y Don Beni y el resto a otro sistema, describió Alan, en septiembre de 2015. Es decir, la empresa multinivel ofrece 79 productos que van desde el desayuno básico (Té de hierbas, aloe y malteada) hasta tratamientos de belleza (cremas y lociones corporales), con mayor facilidad.

Según el diario *Reforma* y la *Fundación Mexicana para la Salud A.C.*, México es el cuarto lugar en ventas de suplementos alimenticios a nivel mundial, sólo por debajo de Estados Unidos, Canadá y Japón. Tanto ha sido el crecimiento del consumo de estos productos que, en 2014, la población mexicana gastó más en ellos que en zapatos o maquillaje a la quincena, de acuerdo con un estudio de Nielsen.

En los últimos seis años, a pesar de que los índices de obesidad van en aumento, la venta de estos productos ha crecido 61.9 %. Es decir, de 2009 a 2014, los hogares mexicanos pasaron de gastar 8.7 dólares a 12.8, informó un estudio titulado "Consumer Health 2015", de Euromonitor International.

Otro dato importante es que el plan de vender de casa en casa (conocido como modalidad de "venta directa") es causante del éxito de los suplementos en un 82%, mientras 18% pertenece a establecimientos comerciales. Es decir, ha sido tal el auge que en "[...] 2013, el mercado de suplementos alimenticios estaba valuado en 10 mil 665 millones de pesos, según la Consultora Nielsen; de los cuales 8 mil 771 millones corresponden a venta directa".

"Es un canal de distribución muy dinámico, lo que hace es que acerca a la gente con la gente", mencionó Octavio Moreno, vicepresidente del consejo directivo de la Asociación Nacional de la Industria de Suplementos Alimenticios (Anaisa).

Respecto a la parte económica, el negocio ha aumentado en popularidad, pues en aquel entonces sumaban "un millón 109 mil los distribuidores independientes de empresas afiliadas a Anaisa -como *Herbalife* y *Omnilife*-[...]". *Herbalife* por su parte cuenta con 83 mil 137 "herbalitos" que están vendiendo el producto que ellos mismos consumen.

"La gente cada vez se está alimentando mejor, la gente se está activando físicamente, la gente se está preocupando por su salud", aseguró Moreno. Pero, de manera irónica, más personas padecen enfermedades a causa del sobrepeso y la obesidad. Las cifras mundiales tienen sólo dos comportamientos: o se mantienen o aumentan.

Basta mencionar que en 2015 la cifra se mantuvo, pues siete de cada diez mexicanos aún tiene alguno de estos padecimientos crónicos y, peor aún, la situación ya alcanzó a los niños: uno de cada tres también ya lo tienen, mencionó Mikel Arriola, responsable de la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) al diario *El Universal*. Por otro lado, *El País* mencionó, en agosto del 2015, que cada año las cifras aumentan más rápido con respecto a los datos de años anteriores.

En México estos padecimientos no sólo significan una alerta sanitaria, sino que implican un impacto en la economía, ya que "generan ventas anuales en este segmento por alrededor de 2 mil 240 millones de pesos, de acuerdo con datos de la consultora IMS Health al cierre de febrero de 2014". Por lo cual no sólo las empresas de suplementos alimenticios sino 18 laboratorios, entre ellos Medix, Sanfer y Liomont, se disputan las ganancias, aseguró *El Financiero* en abril del 2014.

De acuerdo con *El Universal*, en este país se comercializan 41 productos elaborados por los 18 laboratorios para controlar este tipo de padecimientos. Medix, Sanfer y Liomont se

destacan por ser los que tienen mayor demanda debido a la variedad que ofrecen para el problema de obesidad.

“Las empresas que venden medicinas para tratar la hipertensión, colesterol y diabetes registran una alta demanda de estos medicamentos, tanto en la venta privada como por las compras de gobierno”, dijo Gabriela Luna, Doctora en Economía de la Salud y profesora de tiempo completo en la Universidad Iberoamericana.

Sobre este tema cabe destacar que 41% del mercado farmacéutico pertenece “a la mexicana Laboratorios Medix, con 58 años de operaciones” y tres de sus productos están en la lista de los diez medicamentos más vendidos, destinados a erradicar la obesidad en el país. COFEPRIS agregó que los medicamentos han bajado de precio de un 60% hasta un 90% debido a varios factores, entre ellos la adopción de la medicina genérica.

A pesar de los bajos costos, en lo últimos años se ha presentado un cambio en los hábitos de consumo en el país. En la actualidad muchos mexicanos han optado por cambiar los medicamentos y productos farmacéuticos por los de origen natural.

Doña Manuelita, al igual que varios clientes, aseguró haber mejorado su salud y calidad de vida gracias a los productos de *Herbalife*, por eso los prefiere por encima de los medicamentos. Algunos clientes llevan más de diez años consumiéndolos; como Olivia Contreras, profesora de primaria, quien asegura sentirse más segura con ellos, tanto que lleva 11 años tomando la mayoría de los productos que ofrece la multinivel.

Olivia es una mujer que se ejercita y se preocupa por su salud. Su edad es un misterio, aunque a simple vista parece no rebasar los 35 años. Asegura amar a la empresa, pero durante mucho tiempo nunca quiso ser distribuidora independiente y poner su propio club de nutrición, a pesar de que Alan y Don Beni la habían invitado en muchas ocasiones.

Ella está muy segura de los productos e incluso piensa que son mejor opción que los medicamentos, pues teme a los efectos secundarios que podrían tener después de algún tiempo. “Los medicamentos siempre te curan de algo, pero también te dañan otras cosas. En cambio los productos [de *Herbalife*], puedes tomarlos toda la vida, cuantas veces quieras y no te pasa nada, porque son 100% naturales”.

La *Revista de Investigación Médica Sur*, en 2010, afirmó que en los últimos años ha aumentado la preferencia de la población por el consumo de productos de origen natural o herbolarios frente a los medicamentos farmacéuticos. En el artículo “Hierbas, medicina herbolaria y su impacto en la práctica clínica”, Raúl Carrillo explicó dos factores que propician la popularidad de éstos.

Los productos herbolarios gozan de gran aceptación porque se considera que son productos naturales y, por tanto, carentes de los efectos adversos de los fármacos alopáticos. El concepto de “remedios naturales”, da una sensación de seguridad a los enfermos y sus

familiares y a muchos médicos, como sustancias inocuas. Otra razón del aumento de su consumo es la facilidad de acceso a estos productos, ya que permiten la automedicación, se venden sin necesidad de receta y se pueden adquirir por Internet.

La doctora Noemi Waksman de Torres, Jefa del Departamento de Química Analítica de la Facultad de Medicina en la Universidad Autónoma de Nuevo León, explicó en un artículo titulado “El control de calidad de productos herbolarios en la Salud Pública” que:

[...] el 80 % de la población mundial hace uso de las medicinas herbales para cubrir sus necesidades de salud. México, siendo uno de los países con mayor biodiversidad y mayor tradición en medicina herbolaria, cuenta con aproximadamente 30,000 especies de plantas, de las cuales 3,000 son consideradas medicinales.

Por su parte, la empresa de Mark Hughes facturó, tan sólo en 2013, “562 millones de dólares en México, lo cual representó un incremento de 13 por ciento con respecto al 2012”. Dicha marca “reportó 864 mil puntos de venta en el país”, por lo que es la firma más grande del sector de suplementos en México.

Pero, más allá de la amplia gama de opciones para curar o controlar los padecimientos ya existentes, tal parece que la situación de crisis sanitaria no tiene control pese a las políticas públicas que han sido incentivadas desde el 2013. Pues, aparentemente, son más las opciones para remediar las consecuencias de una sociedad “destinada” a la obesidad y demás enfermedades, que para evitarlas. Incluso, Ignacio García-Téllez, director de Deals del Sector Salud de PwC México, afirmó que la situación no cambiará mucho en la próxima década.

“El problema del sobrepeso y obesidad es una ventana de oportunidad que vivirá en su punto más álgido por lo menos durante 10 años más, pues será el tiempo en el que esta tendencia alcista podría comenzar a revertirse por la combinación de factores como políticas públicas y cambios de hábitos entre la población”.

Mientras tanto la realidad es que esta crisis beneficia a muchos sectores. Así lo expresó Pablo Ramírez, director de Desarrollo Social en el Tecnológico de Monterrey, para *El Financiero* en agosto del 2015. “[...] la obesidad abre oportunidades no sólo para el sector farmacéutico, sino para otro tipo de negocios como gimnasios, restaurantes y en general a cualquier empresa que promueva estilos de vida saludables”.

En medio del tornado

Detrás de una de las marcas más influyentes del mundo de los suplementos se ha presentado una serie de situaciones polémicas. Por ejemplo, los gobiernos y medios no sólo han puesto en duda la efectividad de sus productos sino que han cuestionado el modelo de mercado de la empresa estadounidense.

Basta mencionar que, el 20 diciembre del 2012, Bill Ackman, un inversionista del Fondo de Cobertura Pershing Square’s Capital Management, comenzó una disputa legal en contra de

la multinivel. En una presentación en Manhattan, de tres horas, explicó a la prensa una tesis en la cual acusó a la empresa de tener un esquema piramidal en vez de uno multinivel; por lo cual exigía que lo cerrarán, pues estaba violando las leyes de la Comisión Federal de Comercio. Por si fuera poco, el inversionista apostó "mil millones de dólares" en la Bolsa de Valores a favor de la caída de la empresa, informó *CNBC*.

Después, en enero de 2013, la Comisión de Bolsa de Valores abrió una investigación gracias a las acusaciones de Ackman, informó *The Wall Street Journal*. Además, el *New York Post* publicó, en febrero de ese año, la existencia de 192 quejas recabadas, por Federal Trade Commiccion [Comisión Federal de Comercio] (FTC), en contra de la empresa, del 2007 al 2013. Los motivos fueron tres 1) promesas falsas, 2) dificultad en la obtención de la renta adeudada y 3) reembolsos.

Ese mismo mes, el noticiero *CNN* y Xavier Serbia explicaron a detalle en qué consiste el modelo piramidal del cual se acusó a la empresa desde 2012.

Los críticos dicen que es un esquema de fraude, básicamente, dicen los críticos, las ventas provienen de vendedores que reclutan a otros vendedores; sólo aquellos que están arriba en la pirámide, los que empezaron el plan son los que ganan; los demás pierden el dinero que pusieron. El sistema, entonces, colapsaría cuando no existan nuevos distribuidores para reclutar.

El mismo *CNN* afirmó que más del 60% de los distribuidores en Estados Unidos eran latinos. En marzo, ya no sólo eran Ackman y la FTC, también se unió la Liga del Consumidor (NCL) para exigir se abriera una exhaustiva investigación sobre el caso.

Desde septiembre del 2013, la Federal Bureau of Investigation (FBI) comenzó la indagación a la empresa por tener el supuesto modelo piramidal desde el cual sospechaban que estaban defraudando a la gente. Según *La Opinión*, el director de la Liga de Ciudadanos Latinoamericanos Unidos (LULAC), Brent Wilkes mencionó que "cada año cuatrocientos mil latinos son defraudados en el país por *Herbalife* al venderles la promesa de dinero fácil, contándoles historias de éxito y haciéndoles creer que sin mucho esfuerzo tendrán acceso a una vida de lujos".

De igual manera informó que "De acuerdo a Wilkes, el 99% de los que entran a *Herbalife* pierden dinero. Sólo la mitad del 1% gana 25 mil dólares al año". Ese mismo año, en el mes de julio, LULAC presentó ante el FBI una petición para realizar una investigación exhaustiva sobre el caso.

El 22 de noviembre de 2013, la organización "Se Hace Camino Nueva York" formó parte de las acusaciones. *Notimex* informó que la organización defensora de los derechos civiles, acusó a la empresa de engañar a inmigrantes con la promesa de un futuro próspero y económicamente exitoso sin necesidad de ser ciudadanos legales en el país. La organización, incluso, creó una campaña de apoyo y asesoría para los indocumentados.

El grupo defensor mencionó "la empresa multinivel ha sido acusada en reiteradas ocasiones de operar un ilegal esquema de pirámide y, ahora, de usar "engañosas prácticas" enfocadas a grupos minoritarios, en especial a inmigrantes latinos". Y aseguró que la mayoría de los miembros de la empresa pierden sus ahorros, no consiguen ganancias ni generan ingresos. Por ejemplo, *Notimex* mencionó el caso específico de Lorena Ospina, una ex-distribuidora, quien aseguró haber invertido tres mil dólares y los perdió, por ello presentó una queja.

Al inicio del 2014 (enero), Edward Markey, senador de Massachusetts, también se unió a la lista de los que exigían una investigación del modelo de mercado. Incluso, Markey se dirigió a la Comisión de Valores y a la FTC por medio de una carta. En febrero, LULAC se unió con otros, denominados, grupos defensores de las minorías para exigir lo mismo y afirmaron que los grupos minoritarios (entre ellos los indocumentados latinos) son los más afectados, informó el diario colombiano *El Tiempo*.

Seis días después (11 marzo), Bill Ackman llevó el caso hasta China y aseguró que presentaría más pruebas sobre las prácticas ilegales que tenía la empresa californiana, mencionó *CNN Expansión*. Al día siguiente, la FTC de Estados Unidos comunicó a la empresa la apertura de una Demanda Civil de Investigación, luego de acumular varias peticiones desde el 2012, mencionó *El Diario. El Espectador* de Colombia mencionó que esta situación puso en alerta a los más de 3.2 millones de distribuidores independientes que había en aquel entonces.

En abril del 2014, *CNN Expansión* y el *Financial Times* anunciaron que oficialmente el FBI estaba investigando la posible existencia oculta de un sistema piramidal en su financiamiento. En la misma nota describieron que desde el año pasado (2013) con la publicación de la denuncia de Brent Wilkes por parte del periódico *Financial Time* "provocó una caída cercana al 14% en las acciones de la empresa este viernes. Las acciones de *Herbalife* han caído 34.6% en lo que va del año [2014]".

El Diario informó, el 3 de mayo, sobre un vídeo que circulaba en internet, en el cual reunieron varios testimonios de personas que aseguraron haber sido estafadas por la empresa californiana y tuvieron pérdidas que fueron de los cinco mil a los 45 mil dólares. También describieron que las prácticas para ganar dinero fueron engañosas. Un dato a destacar por parte del periódico fue que ninguno de los manifestantes era latino, a pesar de que la mayor parte de los distribuidores de la multinivel lo son.

El 26 de junio 2014, el diario *El Venezolano* aseguró que ya eran 10 los grupos latinos quienes estaban pidiendo la investigación y aclaración de las denuncias. Entre ellos estaba Mana, Lulac, el Center for Latino Progress y la Cámara de Comercio Hispana de Illinois.

Luego Ackman describió al entonces CEO de *Herbalife*, Michael Jonson, como "depredador" y a la empresa como una "criminal", también habló sobre los inmigrantes,

quienes asegura son los principales afectados, y afirmó: “Estas personas trabajan muy duro, y por desgracia, no se dan cuenta de que han sido estafadas”, el 23 de julio de ese año.

Un grupo de manifestantes de la llamada “Coalición para Parar a *Herbalife*” se presentó, el 5 de marzo del 2015, en la oficina de la fiscal general de California, Kamala Harris, en los Ángeles. Otras organizaciones como Vamos Unidos USA también formaron parte de la manifestación.

Según Juan José Gutiérrez, representante de Vamos Unidos USA, había 300 denuncias en contra de la empresa. El periódico *La Opinión* también mencionó la existencia de más casos, los cuales han sido recibidos por las fiscalías de Illinois y Nueva York.

Al mes siguiente (14 de abril 2015), un grupo de organizaciones se manifestó afuera de las oficinas de la fiscalía general de Illinois para hablar con la procuradora Lisa Madigan y averiguar en qué etapa iba el proceso de investigación en contra de la marca, ya que desde el año pasado la habían solicitado. Los manifestantes aseguraron que desde aquella fecha habían presentado 80 casos.

“La gente está perdiendo miles de dólares, sus casas, incluso, sus inversiones de jubilación, y sus ahorros, creen que se van a hacer ricos de la noche a la mañana. Esto tiene que parar porque no es cierto. Esto es un esquema piramidal”, declaró María Elena Jonas, miembro de la organización HACES de Waukegan.

En esa manifestación, también, una mujer de nombre Angélica Morales aseguró que los productos afectaron su salud; aunque no mostró ningún informe médico o análisis.

Quando yo lo empecé a tomar [...] fue para bajar de peso, esa era la promesa. Durante el tiempo que lo tomé no baje ninguna libra, no bajé nada. Pero en el último mes fue cuando me empecé a sentir mal y sufrí dos desmayos, en dos diferentes días, y en el tercer día, ya, amanecí con mi cuerpo lleno de moretes.

En junio del 2015, *El Financiero* informó que a pesar de tener 83 mil 137 distribuidores en México, las acusaciones e investigaciones, así como los casos de hepatotoxicidad de los productos, de los últimos siete años pudieron más, pues las ventas en el primer trimestre del 2015 bajaron "13.4%" (123 millones 600 mil dólares), comparado con las del año anterior.

PARTE II

LOS HERBALITOS

"Con los años buscamos no sólo aumentar las ventas y convencer a las personas, sino por un lado darles seguimiento a sus estados de salud y por el otro fomentarles la disciplina [...]

Es decir, buscábamos mantener clientes para toda la vida"
Graciela Varela Mier, integrante del Círculo Fundador de Herbalife.

En nuestro país existen más de 83 mil distribuidores de productos de nutrición de la empresa estadounidense *Herbalife*; que colocan a México como el segundo lugar con mayor número de ventas a nivel mundial, sólo por debajo de Estados Unidos. La empresa especialista en nutrición y belleza está presente en 91 países desde hace más de 35 años.

Sin embargo, el costo del paquete básico nutricional asciende a los mil pesos mensuales. Lo cual no parece ser costeable para una sociedad cuyo salario mínimo es de 88.36 pesos, según la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Entonces, ¿cómo ha logrado esta empresa multinacional aumentar ventas, en los últimos diez años, si su principal mercado es la clase baja?

Los clubes de nutrición: un invento mexicano

“¿Quién tiene malteada en su casa, de los que están aquí? Todos. ¿Entonces, por qué siguen viniendo?”, pregunta una mujer de negro, cuyo atuendo modesto pero elegante impone entre los presentes. A lo lejos alguien responde “Por la convivencia”. La misma mujer agrega que estar ahí contagia a la gente de alegría. Todos sonríen y brindan con una malteada espumosa frente a la cámara. Así inicia el reportaje de *Forbes* con motivo de los 35 años de la multinivel.

La dueña de aquella actitud optimista y voz cálida recorre el largo comedor donde desayunan sus clientes, entre vasos de cristal, manteles naranjas y fotos de aquella vida de sueño que jamás creyó conseguir. Su nombre es Graciela Mier Hernández, famosa porque conquistó un terreno, casi imposible, en un país donde la cultura de la nutrición era mínima, por no decir nula, hace 14 años.

Herbalife en sus inicios (1989) era una empresa extranjera multinivel que vendía sus productos por catálogo como muchas otras. Sus distribuidores tenían la tarea de ofrecerlos de casa en casa. A este método se le conoce como de “venta directa”.

Pero la tarea, dicen sus primeros distribuidores, era “sumamente difícil”, pues los costos de cada producto no eran accesibles para el público en general. Sin embargo, había quienes lograban cumplir su meta como es el caso del matrimonio Varela-Mier; una pareja del estado de Zacatecas que trabajó durante años con los métodos, ya, establecidos por la empresa.

Los primeros años para Graciela Mier y su esposo Enrique Varela Barrios significaron trabajar, prácticamente, todo el día para conseguir dos clientes a la semana. Además de la venta directa ellos repartían volantes, ponían anuncios en el periódico y daban pláticas caseras; todo lo que estaba a su alcance lo ponían en práctica para hacer crecer su pequeña empresa.

Cuando viajaron a Durango, en 2001, las cosas se complicaron más, pues en ese estado nadie los conocía. A pesar de ello, se las ingeniaron para comenzar a vender los productos. Sin darse cuenta estaban trabajando lo que, más tarde, se conocería como un Club de Nutrición. Con el tiempo las cosas mejoraron, las ventas aumentaron y comenzaron a tener fama entre los distribuidores.

Evidentemente, habían conquistado el método de ventas directas; sin embargo, al cumplir doce años, el plan de mercado parecía haberse estancado: las ventas no aumentaban y no parecían mejorar en el futuro.

Después de mucho pensar, el señor Varela descubrió que el negocio estaba enfocado a un nivel socioeconómico más alto, pero ¿quién le vendía a la clase baja? Había un mercado de 50 millones de mexicanos en pobreza y, sobre todo, desnutrición. Así que decidió apostar a un mercado con menos posibilidades económicas, pero mayores necesidades, explicó Enrique en una entrevista para *CNNExpansión*.

“Todo comenzó como charlas caseras que costaban 10 pesos, ahí Enrique y yo hablábamos del producto. No teníamos una casa donde dar las charlas; era en el 6° piso de un edificio, pero me las ingeniaba para llevar a la gente hasta allá”, comentó Graciela en una presentación en el Estado de México, en abril de 2014.

Muchas veces en las reuniones no lográbamos convencer más que a uno a la semana de probar los productos. No sabíamos qué hacer. Hasta que a mi marido se le ocurrió abrir uno de los suplementos y preparar la malteada para dar muestras gratis, durante tres días seguidos, y así convencer a la gente de que sentiría los cambios en su digestión en poco tiempo. Y después de los tres días, la gente continuó consumiendo los productos de por vida.

La dama narró el génesis de su negocio con tal fluidez que dejó boquiabiertos a más de uno mientras daba su presentación; sonreía en tono irónico mientras cambiaba las diapositivas —y con gran razón, pues hoy sus ingresos han pasado de 30 millones de dólares al año a casi 600.

Fue así como iniciamos de manera, hasta cierto punto, clandestina nuestro nuevo modelo de ventas. A la gente le gustó y el modelo cambió varias veces. Después de ser charlas caseras pasamos a desayunos nutricionales y un presidente de la empresa lo bautizó al final como Club de Nutrición.

Durante mucho tiempo el método de ventas no fue aprobado por la empresa de manera oficial; sin embargo, los resultados se reflejaron en las ventas. Hasta que, en 2003, Michael Johnson fue nombrado director general (CEO) de la firma y realizó entre sus primeras tareas la investigación del caso en México, pues los números crecían a mayor ritmo que en Estados Unidos. Para ese entonces los Varela llevaban más de un año con el método de los clubes.

La principal razón por la que Johnson aprobó el método fue porque personalmente viajó al estado de Durango y Zacatecas donde pudo comprender que la fórmula del éxito de estos distribuidores es que habían ideado la manera de conquistar un mercado nuevo y abandonado... el de las personas de escasos recursos. “Personas que por la misma situación precaria tenían mayores necesidades desde: desnutrición, anemia, colitis y gastritis, por mencionar tan sólo algunas”, explicó Graciela.

Con los años buscamos no sólo aumentar las ventas y convencer a las personas, sino, por un lado darles seguimiento a sus estados de salud y por el otro fomentarles la disciplina; desde hacerlos que tomen agua hasta que coman en un horario específico diariamente. Es decir, buscábamos mantener clientes para toda la vida.

Después de la visita de Michael a México, el modelo y plan de negocios de los zacatecanos fue aprobado y, no sólo eso, fue adoptado por la empresa como método oficial de ventas en todo el mundo en 2004. Incluso la empresa lo modificó para generar reglas que han sido plasmadas en manuales de venta; definiendo el modelo como un negocio que consiste en preparar y vender el desayuno-cena básico (malteada, té y aloe) desde un local establecido o las puertas de la casa del distribuidor donde debe cumplir con los estándares de higiene correspondientes.

Años después, en 2009, Michael Johnson, explicó a *CNNExpansión* que la razón del éxito en ventas en nuestro país se debía a la incorporación de un nuevo plan de mercado que nació a partir de la introducción de clubes de nutrición, por ello las crisis financieras de ese año no afectaron a la empresa.

Esperamos que los distribuidores en inglés aprendan un poco sobre el modelo. Por eso he venido a Atlanta y esperamos se extienda. [El éxito se basa] en el modelo aplicado en México. Los distribuidores han calado [el modelo] en sus comunidades; hemos visto estas oportunidades; han sido aceptados por las comunidad latina, la comunidad de habla hispana, muy bien. Es un modelo con el que se sienten cómodos, culturalmente es algo que les funciona, es muy cálido, es algo muy social y después está el factor nutricional, las circunstancias económicas. Todo esto parece funcionar muy bien. Así que esto se ha incorporado en el modelo en Estados Unidos en la población hispana y ha despegado.

Durante los primeros ocho años los Varela consiguieron, con estos métodos “tradicionales” sumados a la incorporación indirecta del negocio del club, convertirse en los vendedores número uno en México. Crearon una red de 10 mil distribuidores. Actualmente, sus tres hijos se dedican al negocio y son presidentes de sus propias organizaciones.

De acuerdo con Miguel Fernández, director general de *Herbalife* en México, tan sólo en 2014, había 100 mil establecimientos a nivel mundial, de los cuales 35 mil estaban en este país. Lo cual significa que 800 mil personas desayunaron los productos y 80% de ellas lo hicieron desde un Club de Nutrición cerca de su casa, explicó en entrevista para el periódico *Milenio*.

Uno de esos casos es el de Lucía Díaz, quien ha servido desayunos en San Antonio, Morelos desde hace nueve años. Actualmente, Lucy tiene dos locales; uno que atiende ella y otro del cual está a cargo su marido Rubén.

Pero la situación no siempre fue positiva para ella; cuando inició el proyecto su esposo no la apoyó; incluso llegó a pensar en separarse de él. Ambos tenían problemas de salud y no tenían dinero. Cuando viajaron de la Ciudad de México a Morelos no tenían en donde vivir ni qué comer. Ella tenía problema de tiroides —padecimiento que afecta el funcionamiento del metabolismo, provoca que el organismo no asimile de manera correcta los nutrientes que se consumen y por consecuencia genera el aumento o disminución excesiva de peso. En su caso el padecimiento la hace subir de peso.

Al no tener recursos para solventar gastos de alimentación y salud las discusiones aumentaron. “Dicen que cuando los problemas de dinero entran por la puerta, el amor sale por la ventana”, mencionó Lucí en entrevista en Ocuilco, Morelos en septiembre 2015.

Por seis años fue tratada por dicha enfermedad en el Hospital General de México sin resultados positivos. Pero empezó a consumir los productos estadounidenses y, en ocho meses, mejoró su calidad de vida y consiguió controlar su problema de tiroides a tal punto que pasó de consumir 12 pastillas diarias, recomendadas por los médicos, a sólo una, gracias al consumo de los productos nutricionales, aseguró.

Los beneficios que consiguió no sólo fueron en términos de salud sino también económicos, pues al aportar dinero a su casa logró lo que jamás imaginó... convencer a su esposo. Fue tal el cambio en él que renunció a su trabajo de pintor de casas, hace dos años, para ayudarle en el local de tiempo completo.

Para Lucia es un logro enorme tener un negocio propio e independencia económica, a pesar de sólo haber estudiado la primaria. “Me siento realizada. Yo era muy insegura, mi autoestima era muy baja. A pesar de que yo soy muy miedosa, soy bien luchona y muy trabajadora”.

Y en efecto, ella abre su club, diariamente, de seis a ocho de la mañana; después se va al segundo de ocho a dos y media. Durante las tardes, acostumbra ir a comprar los productos que necesita o asiste a capacitaciones. Lucía piensa que es importante leer y estudiar para mejorar el negocio. En las noches, regresa para abrir y recibir a sus clientes que van a cenar.

Miguel Fernández, vicepresidente ejecutivo de las Américas, *Herbalife*, explicó cómo funcionan los clubes en el país, en febrero del 2015.

Si yo te vendo esto [el bote completo de la malteada], vale arriba de 300 pesos. Entonces, la gente en México no tiene 300 pesos, necesariamente, para almacenar y tardarse 22 días en acabarse el producto. [Los distribuidores] lo que hacen es que abren las puertas de su hogar, crean ese ambiente donde todo el mundo se apoya de: “hoy va a ser un gran día”, “nútrete bien”, [ten] un estilo de vida activo saludable. Tenías esa experiencia 20 minutos, te tomabas tu licuado y en lugar de gastar los 300 pesos, gastabas sólo en la membresía de ese día.

Otra ama de casa que decidió abrir las puertas de su hogar, hace 23 años, fue Raquel Cortés, quien antes de *Herbalife* sólo se dedicaba a actividades complementarias para contribuir con un poco más de dinero a la familia, pero su situación era precaria. Ella narró lo siguiente en una convención de distribuidores en abril del 2015.

Yo tenía 37 años cuando conocí la compañía. Tuve la oportunidad de conocerla en un gimnasio cuando estaba practicando yoga, porque estaba en una etapa de crisis. Yo no tenía un grado de escolaridad; estudié sólo tres años de enfermería y era todo lo que yo sabía y además yo nunca había trabajado, mencionó en un evento, en abril de 2015.

Ella nunca imaginó llegar al lugar donde está hoy; mucho menos esperó conseguir dinero, lujos o una vida de millonario, pues sus expectativas eran muy bajas, mencionó en un video especial realizado por la empresa en diciembre de 2012.

Mis hijos iban en una escuela de gobierno, vivíamos en un barrio pobre. Yo nunca pensé que tendría la posibilidad de tener a mis hijos en una academia, poderles dar una mejor educación, poder mandarlos al extranjero en la universidad, porque nuestra vida era común y monótona [...].

Hoy tiene un nivel llamado *Chairman 80K*; dos de sus hijos, *Equipo Presidente*. Esto significa que tienen un sistema de más de mil clubes de nutrición y otro de ochenta, respectivamente.

Pero para formar parte de ese grupo de afortunados empresarios que aseguran haber cambiado su vida, parece que no se necesita cumplir con muchos requisitos como en otros trabajos donde la edad, la experiencia o el nivel escolar son determinantes. Mariana González, distribuidora independiente desde hace catorce años, aseguró que no existen

requisitos engorrosos para poder iniciar un negocio propio dentro de *Herbalife*, en entrevista en septiembre de 2015.

Basta con hacerte miembro activo de la empresa. Es importante porque lo primero que verán los inspectores al revisar tu club es que estés inscrito. Pero lo más importante es tener ganas de ayudar a otros y mejorar tu mismo económicamente y en salud.

Sin embargo, esta flexibilidad para ingresar ha dado pie a un sinnúmero de críticas referentes a la inexistencia de una preparación profesional en materia de administración, salud y nutrición. Pero Mariana aseguró que existe todo un conjunto de reglas que seguir para abrir uno —desde el concepto mismo del negocio—, pues la empresa sí tiene lineamientos y controles para evitar problemas de calidad, limpieza, salud, etc.

Mariana describió cuál es el trabajo de un distribuidor independiente.

Los clubes son locales establecidos por vendedores capacitados y autorizados por la empresa a los cuales llaman distribuidores o asociados independientes; ellos venden suplementos alimenticios, ya preparados, en menús de desayuno y/o cena. Éstos se pueden abrir en locales formales o en casas; desde los cuales no sólo se remiten a vender los menús sino también a monitorear a la gente para ver su progreso físico.

Cuando la gente inicia, la empresa les proporciona un manual de instrucciones de cómo llevar paso a paso la apertura de éste. En un documento de cuarenta y cuatro páginas se desarrollan los lineamientos que debe cumplir un distribuidor, pues de lo contrario puede ser sancionado o, incluso, dado de baja de la empresa.

Las reglas abarcan desde evitar comprar producto a terceros hasta la higiene personal del encargado y sus empleados. Destacan cuatro normas: los distribuidores tienen la obligación de cooperar cuando algún inspector visite su negocio para verificar que esté cumpliendo con el reglamento; en segundo lugar, deben tomar capacitaciones para conocer, además del manual de ventas, las normas de conducta y planes de mercado y administración. Lo ideal es que reciban dicha preparación de su patrocinador, es decir de la persona que los inscribió al sistema.

Por otra parte, a pesar de que no son considerados como restaurantes o locales de comida de ninguna modalidad, sí deben mantener en condiciones higiénicas y limpias las instalaciones, equipo y utensilios. Finalmente, tienen que manejar sus testimonios y publicidad con discreción, pues no pueden afirmar propiedades curativas, medicinales o relacionadas al control de peso, ya que los productos no cuentan con validez científica.

“[El club] es fruto de la preocupación por ayudar a nuestros distribuidores a tener ventas, a quedarse más tiempo, a saber que puede tener ingresos más pronto, aunque sea poquito. Una estrategia más fácil que lo que teníamos antes”, explicó Graciela Varela, quien hoy cuenta con alrededor de 18 mil en su organización.

Por ello en 2015 la empresa festejó, en el mes de septiembre, 25 años en México con una gran fiesta en el Palacio de los Deportes. Además, Miguel Fernández informó que están muy cerca de los mil millones de dólares en ventas sólo en este país. Esto debido a la existencia de, aproximadamente, 40 mil clubes en todo el país, fruto de un modelo económico ideado totalmente por mexicanos.

Una vida dedicada a la nutrición

Los vidrios de la ventana escurren un gélido sudor mientras el silencio de la oscuridad es interrumpido por el tic tac de un pequeño reloj; son las cinco de la mañana y Mariana González ya está despierta. Ya sacó la ropa que se pondrá y guardó las tabletas que debe entregar hoy. Se arregla con mucha prisa, pues a más tardar a las siete su local debe estar abierto. Ella vive en el Estado de México y hasta su establecimiento, en la Delegación Gustavo A. Madero, hace de hora a hora y media de camino, por lo que cinco minutos pueden hacer la diferencia entre llegar con calma y ordenar todo o tener esperando a los clientes por varios minutos hasta que levante la cortina.

Con mucha prisa y poca hambre sale de casa en busca de un camión. El aire frío de la madrugada le golpea la cara entumecida, cual mármol griego, y los cabellos se disparan en todas direcciones. Las calles aún están vacías y el sol sigue ausente, los únicos intrépidos son aquellos perros que ladran a lo lejos.

Huraña, insegura e, incluso, tímida, así era Mariana; una joven inexperta en el mundo de las ventas hace catorce años. Mientras termina de maquillarse, sentada, en el camión cuenta que le tenía pavor al tema de las ventas y la comunicación con las personas en general. Su actitud era hostil cuando se trataba de hablar del negocio de sus papás y hermana mayor. Irónicamente, gracias a su familia conoció la empresa que le ha dado trabajo por más de diez años.

Su mamá y hermana fueron las primeras en probar el producto durante seis meses, y se convencieron de los resultados. Tiempo después, pasó lo mismo con el jefe de la familia, quien finalmente se afilió a la multinivel. Pero fue su hermana quien comenzó a enseñarle el funcionamiento del negocio: desde los beneficios que representaba para la salud hasta las ventajas económicas del mismo.

Tuvo que pasar casi un año para que Mariana confiara por completo en la veracidad de los productos y la oportunidad laboral que había ahí, pero una vez que lo hizo decidió entrar de lleno al mundo de la nutrición.

La primera vez que fui a una capacitación recuerdo que fui obligada por mi mamá, pero fue la mejor experiencia de mi vida. En esa ocasión estuvo un invitado especial, Greco García, y dijo algo que me enganchó por completo, dijo “haz que el dinero trabaje para ti y no tú

por el dinero”. Yo quería estudiar comunicación social y ese hombre mencionó que en nuestro país no había trabajo para los miles de egresados de carreras como medicina o comunicación. Eso me movió muchísimo.

Su primer año como distribuidora independiente lo inició con el método tradicional y no con el ya conocido Club de Nutrición. En aquel entonces salía a vender el producto cerrado por catálogo mientras, de forma paralela, iniciaban los primeros clubes.

Al año siguiente (2004), *Herbalife* aprobó su eficacia en el país y Mariana puso su primer negocio con ese modelo. Con el tiempo, no sólo estudió los componentes de cada producto y sus correspondientes beneficios, también empezó a capacitarse para conocer más sobre el funcionamiento del cuerpo, asistió a clases de liderazgo, ventas y gestión empresarial.

En marzo de 2014, cumplió sus primeros 10 años como distribuidora independiente y ahora su actitud es totalmente opuesta al pasado. Tiene dominio de la palabra, su lenguaje corporal es seguro y fluido, cual líder experimentado. Al preguntarle qué significa para ella la palabra club de nutrición ella describió su trabajo como una especie de refugio, “un lugar donde te sientes mejor que en casa. [...], mis clientes, mis becarios y yo aquí encontramos un lugar ameno donde olvidarnos de todo; comes en paz y luego regresas a la locura”.

Mientras lavaba los primeros vasos de la mañana, explicó que cree que la empresa tiene éxito porque la gente no cobra conciencia de la importancia de alimentarse correctamente; para las personas es más relevante que la comida sea deliciosa a que sea saludable, no importa si implica consecuencias. “Tiene lógica, la gente no tiene buenos hábitos alimenticios, siempre se guían por el sabor y no por la salud pero a la larga terminan padeciendo cientos de enfermedades. Y ahí entramos nosotros”, mencionó en mayo de 2014.

Ella considera que los malos hábitos se deben al ritmo de vida actual, lo cual ha provocado que los tiempos que se destinan a las comidas sean más breves y por ende los productos también deben ser fáciles y rápidos de prepararse.

González piensa que las acciones por parte del gobierno, como las campañas para fomentar el ejercicio y la buena alimentación, no son suficientes y cree que podrían hacer más propuestas; por ejemplo, ella considera que debería “generar más opciones de alimentación” y apoyar el uso de los suplementos alimenticios en lugar de “satanizarlos”.

Después de la entrevista, Mariana termina de hacer inventario y se arregla antes de cerrar, pues tiene sólo una hora para llegar a la distribuidora más cercana, que está ubicada a 20 minutos de la estación del suburbano Tlalnepantla, y abastecerse de producto para toda la semana.

Su día apenas comienza, pues después de hacer las compras va a ir a Naucalpan, Estado de México, para ir a una capacitación. Asiste cuatro días a la semana con el objetivo de

obtener una certificación que la acredite como apta para manejar un club a la perfección y por ende mejorar sus ventas. Para eso tendrá que pasar varias evaluaciones que van desde cómo y en cuánto tiempo prepara las malteadas, cómo invita a la gente a su negocio y cómo informa a los clientes de los beneficios del consumo de éstos.

Sobre el tema de la regulación y capacitación mencionó que la situación para poner uno es muy diferente, e incluso, más complicada en Estados Unidos que en nuestro país. Explicó que en aquel país para poder abrir un establecimiento no sólo se necesita comprar la membresía, comprar los productos y poner el local, también la empresa les pide como requisito oficial certificarse antes de abrirlo.

En Estados Unidos ya les están pidiendo la capacitación previa al poner el club. Allá el negocio entra en categoría de cafetería y por tanto hay que pagar otro tipo de permisos al gobierno; es más caro. Aquí el requisito es que estés inscrito en la empresa y que en el club no se vea la publicidad exterior de la marca.

Mariana también reveló que aunque no es un requisito sí existen sistemas que pertenecen a un plan llamado “Club 100”, que se encarga de preparar y certificar a los distribuidores mexicanos y describió en qué consisten sus capacitaciones.

Nació en Querétaro y está en algunos estados como: Guadalajara, Guerrero y Estado de México. Usualmente, consisten en ocho clases los martes y jueves, y cuatro en sábados; las cuales se dan en un “club escuela”. Debes tener diez nuevos clientes hechos por ti; hacer siete visitas a siete locales que tengan el mismo sistema que tú. También tienes que obtener mínimo 25 consumos diarios. Finalmente, hay que conseguir cuatro etiquetas: Etiqueta 1. Preparación rápida de malteadas, Etiqueta 2. Buen servicio y administración, Etiqueta 3. Conocer a tus clientes y Etiqueta 4. Aprender a hacer clientes desde la calle.

A pesar de lo útil que resulta dicho sistema, desgraciadamente no todos lo llevan, ya que la certificación no es un requisito forzoso. Añadió González que la falta de preparación es la principal causa de que un negocio fracase, pues la gente no tiene el conocimiento necesario cuando intenta poner uno por primera vez.

Incluso, ella asegura que los casos que hay de personas que intentan trabajar en la empresa y después la acusan de fraude o estafa suceden por dos cuestiones. “Yo creo que es porque no hay capacitaciones ni asesoría por parte de sus patrocinadores (quien los inscribe) antes y durante la apertura del negocio, y la existencia de una mala administración, seguramente”.

En la Ciudad de México pocos distribuidores llevan un sistema con regulación, disciplina y evaluaciones constantes para la apertura de los establecimientos. Mariana ha notado los cambios y el crecimiento de su negocio gracias a la incorporación de las herramientas que ha aprendido ahí. Por ello, aseguró que no duda que pronto las normas de Estados Unidos

lleguen a México para regularlos mejor y evitar las situaciones que han puesto en tela de juicio la legalidad de la empresa.

Doña Guille es cliente fiel de los productos desde hace tres años y cada mañana, después de las ocho, va a visitar a Mariana para pedir su habitual malteada de piña colada con yogurt de cereales para ella y su marido.

El cómo llegó a las esquimeras de Mariana resulta una casualidad para ambas. Durante los primeros meses el lugar estaba en el “anonimato”, por decirlo así, pues no contaba con las ahora distintivas cortinas verdi-blancas. El día que Mariana decidió colocarlas en la entrada, de inmediato, apareció doña Guille preguntando si era un club y desde entonces se ha vuelto una de las clientas más constantes de la señorita González.

“Cuando llegué pesaba más de 80 kilos, padecía gastritis, colitis, colesterol alto, triglicéridos y diabetes; ya tengo 65 años y ya bajé 10 kilos, se me controló la diabetes y la acidez por la gastritis se fue”, aseguró Doña Guillermina frente a la orgullosa distribuidora del Estado de México, mientras su esposo asentaba con la cabeza y no despegaba los labios del popote en mayo de 2014.

Del otro lado de la habitación está Lupita, la consumidora más pequeña de Marianita, como le llaman la mayoría de sus clientes; con apenas cuatro años encima ya asiste todos los días al club para pedir su medio vaso de malteada de chocolate.

“La niña es fan de hueso colorado de *Herbalife* de nacimiento”, comentó su abuela Doña Catalina. La frase no es en vano, pues Lupita tiene una gran historia a pesar de su corta vida.

A los siete meses, de manera prematura, Guadalupe nació y además tuvo una hermana gemela; ambas tuvieron complicaciones digestivas por un problema de mal funcionamiento de los intestinos. Permanecieron internadas por unos días. Durante ese tiempo la salud de la hermana de Lupita empeoró y entró en sala de observación. Mientras tanto, sólo podían ver a Lupita con algunas restricciones. La abuela en un lapso de desesperación metió a escondidas un poco de aloe y le comenzó a dar unas gotas a la bebé y en pocos días la recién nacida reflejó cambios positivos, pero su hermana al ser aislada murió, desgraciadamente.

Para la familia de Lupita aquel hecho será imborrable y aunque no saben si el producto fue lo que le salvó la vida a la pequeña; desde que fue dada de alta no hay día que no le compren su desayuno.

“Para la nutrición no hay edad”, mencionó Mariana mientras les servía a ambas clientas sus vasos con té y algunas servilletas. Ella aseguró que no le afecta, directamente, los rumores que circulan en Internet sobre los supuestos daños a la salud que provocan los productos.

Son más los rumores de la gente que otra cosa. Los clientes vienen y se toman los productos, pero a veces sus amigos o hasta los familiares les aconsejan dejarlos y les dicen lo que vieron en Internet, pero ellos siguen aquí. Si estoy invitando a la gente y alguien me dice que no quiere porque no sirven o hacen daño me despido con mucho respeto y me voy a invitar a otros y listo.

Actualmente, esta empresaria tiene a su cargo más de 30 distribuidores de los cuales 20 tienen su negocio en el estado de Morelos o en la Ciudad de México. Ha puesto diversos clubes en diferentes lugares por motivos familiares y fines de trabajo. Tiene más de siete años trabajando en la delegación Gustavo A. Madero, donde su establecimiento ya está posicionado en el gusto de la gente.

Diariamente recibe alrededor de 20 a 40 consumos, tomando en cuenta a las personas que desayunan y cenan. Ella, al igual que más de dos mil distribuidores, vive directa y únicamente de la empresa *Herbalife*.

¿Coincidencia, fe o realidad? Cualquiera que sea la razón, cada consumidor tiene un motivo para asistir cada mañana al club de nutrición de su vecindario, como lo hacen Doña Guille y Lupita.

El calor que emerge del asfalto parece de medio día, aunque son las nueve de la mañana. El sonido de las esquimeras del local de Don Beni y Alan Juárez se puede escuchar desde la mitad de la cuadra, pero sus singulares cortinas verdes se distinguen desde la esquina.

Toda la familia de Alan está atendiendo a los comensales; distribuidos por toda la habitación, unos sirven malteadas, otros lavan vasos y el jefe de la familia conversa con una pareja mientras les muestra un cuadernillo con imágenes del aparato digestivo.

Después de hora y media, los hombres de la familia comienzan a desplazar sillas y colocar bocinas, están preparando todo para dar un curso de capacitación para sus distribuidoras. La mamá y hermana de Alan están a cargo del servicio mientras organizan el lugar. Cerca de las doce y media la gente comienza a llegar y son recibidos con té y malteadas frías para menguar el calor que ya los agotó en el camino.

“¡Tú eres la marca!”, aseguró Alan, casi, al inicio de la clase a sus distribuidoras en Yecapixtla, Morelos. Las amas de casa que hoy van preparadas con libreta y pluma en mano parecen motivadas ante el discurso de su líder. Él joven emprendedor, de 30 años, les explica que es importante consumir los productos diariamente, arreglarse antes de invitar a

la gente a desayunar, pues ellas son la cara de la marca y no existe mejor testimonio que el propio.

Para él y su familia el concepto de ser la marca está presente todo el tiempo y lo toman muy en serio, pues lo cumplen a la perfección. Los cuatro miembros, desde las siete de la mañana, están impecables antes de recibir a sus clientes. Desde el cabello húmedo y reluciente hasta el perfume que los custodia a cada paso, los detalles son importantes para ellos. Otra característica de su familia es que siempre platican su testimonio y muestran sus fotografías como la prueba ferviente de que los productos funcionan.

Doña Amelia y su esposo Benito enseñan fotos de su juventud y excesos como muestra de disciplina a todo aquel que los escucha. Su testimonio cabe en una imagen desgastada y amarilla que retrata la figura de una dama joven pero rechoncha y la de un humilde caballero cuya seriedad era poca comparada con su desbordado estómago, quien cual verdugo parecía torturar a cada botón de su camisa casi al punto de reventarla. El dueño de aquella camisa sonríe nervioso pero contento y sólo agrega que no era el tipo más guapo en aquel entonces, pero se defendía. Hoy ambos lucen activos y saludables. La motivación se refleja en el carmín de los labios de Doña Amelia y el desaparecido abdomen de su marido.

Alan entró a la organización gracias a Mariana González, hace trece años, cuando apenas tenía 18 años y estaba estudiando la preparatoria. Como la mayoría de la gente, primero probó los productos durante un tiempo y, poco a poco, se acercó a la empresa.

Decidí ingresar a *Herbalife* por salud. Cuando inicié tenía un problema muy fuerte de desnutrición, poca energía y muchos problemas de acné en la cara; debido a mis hábitos alimenticios. Comencé a tomar los productos y empecé a ver resultados en los primeros días. Más energía, dormía mejor; con el paso de los meses recuperé mi peso y el acné comenzó a desaparecer.

Alan desayuna la tercera malteada del día mientras observa a la gente pasar por su club; en frete está su mamá dando la segunda parte de la clase. La mamá de Alan es quien más optimismo muestra en cada entrenamiento que ofrecen. Doña Amelia mueve las manos de un lado al otro, enérgicamente, cuando alienta a sus chicas a atender y vender mejor. Sus argumentos son directos: “Nunca faltará quien les grite de cosas o les respondan feo; no importa ustedes sigan. Intenten en cada casa, en cada calle. Los logros son de quien persevera. ¡No se rindan, muchachas!”.

Durante un receso Alan se pone de pie y comienza a lavar algunos vasos esquineros. En seguida una señora entra y pide su malteada de frutas; Alan deja inmediatamente su labor y comienza a preparar el batido mientras narra cómo decidió dejar la escuela para hacer el negocio de *Herbalife*.

En una reunión me explicaron más sobre los productos y me di cuenta que mi familia los necesitaba. Me dijeron que podía convertirme en socio de *Herbalife* con sólo comprar una

membresía y tendría un descuento. Gracias a Mariana y a los entrenamientos entendí que podía iniciar una empresa propia.

Alan está orgulloso de lo que ha conseguido en estos años. Actualmente, sus padres tienen su propio Club de Nutrición y su hermana menor, Ailema, también está dentro y planea poner uno propio en un futuro.

Mi mayor satisfacción es ver el pasado y darme cuenta que algo que comencé con miedos sin experiencia, pero con mucha fe y esperanza hoy rinde frutos. Quienes forman parte de mi organización son personas que dejaron de ser gente común y hoy sueñan y se plantean metas, y lo mejor es que saben cómo cumplirlas.

Por esa razón él no presta atención a las noticias que circulan sobre supuestos fraudes por parte de la multinivel.

El negocio es seguro. Inicié de medio tiempo y mientras estudiaba le dedicaba mis ratos libres. Conforme fui entendiendo la actividad mis ingresos subieron; llegué a ganar mil pesos a la semana en cuestión de meses. Entendí que me iría bien y decidí tomarme un respiro de la escuela y probar.

Han pasado trece años y lo que más le enorgullece es que ayuda a que otros ganen dinero. ¿Cuánto? “Lo que ellos decidan y estén dispuestos a ganar. El único límite para tener un ingreso sólido es tu imaginación y trabajo arduo a diario”, aclaró mientras terminaba de preparar la malteada de la señora.

Uno de esos casos es el de Doña Trinidad Hernández, quien fue la primera distribuidora que Alan registró a su organización hace 13 años. Después de tomar el desayuno completo durante un año decidió poner su club en Zahuatlán, también en Morelos. Durante el tiempo que ha estado trabajando ahí ha llegado a tener hasta 50 consumos diarios y asegura que confía plenamente en los productos.

Doña “Trini” —como es conocida por todos sus compañeros— piensa que la mejor manera de demostrarle a los clientes que los productos sirven es invitándolos a que los prueben y comentó, al final de una capacitación en Ocuituco, Morelos, que sin disciplina y buenos hábitos alimenticios es difícil ver resultados.

Cuando me dicen que el producto no sirve o que hace daño opto por invitarlos a probarlos. A veces los productos parecen no servir pero es por la falta de disciplina y constancia de la gente. Los hábitos alimenticios son primordiales para ver resultados y son los más difíciles de cambiar.

Del negocio han vivido ella y su esposo además de dos hijos y dos nietos durante años. Ella asegura que no hay mejor opción para trabajar que *Herbalife* y su experiencia la avala. En el pasado fue comerciante de varios giros; lo mismo vendió elotes que camotes. Actualmente, tiene 46 años pero su apariencia es de una mujer más joven, incluso, resulta

increíble que tenga dos nietos, pero los tiene. Ella cree que en otro trabajo tal vez su suerte sería otra, tomando en cuenta su edad y nivel escolar.

Aquí gana dinero el que, realmente, está dispuesto a hacer cambios para obtener un beneficio. No recibimos un ingreso por sólo abrir el local y esperar. Generamos dinero si propagamos el mensaje de buena nutrición; consumimos los productos, nos cuidamos, invitamos a la gente, nos ponemos nuestro botón y salimos a explicarle a la gente. Eso genera dinero diario en un club.

Alan construyó su organización paso a paso; primero abrió su negocio y después inscribió a cinco personas. Se encargó de instruirlos para que desarrollaran habilidades y usaran las herramientas necesarias para la administración del mismo y conocer más sobre nutrición. Su sistema ha crecido a tal grado que cuenta con 58 sucursales de Clubes de Nutrición; todas en distintos niveles y que generan dinero semanalmente.

Él mismo piensa que la empresa ha cambiado su vida y la de las personas que integran su grupo de trabajo.

Otra de las satisfacciones es saber que gracias a cada uno de los integrantes de mi organización muchas personas se benefician con nuestros productos en algún Club de Nutrición. Esto quiere decir que ayudamos a muchas familias a mejorar sus hábitos alimenticios.

Una de esas personas es Doña Liboria, de 83 años, quien es cliente de Alan desde hace nueve años. La mujer de cabello enmarañado, rostro cansado y mirada triste dejó atrás la vanidad debido a los malestares que la diabetes le ha impuesto en los últimos meses. A pesar de su apariencia frágil y agotada, su memoria parece no traicionarle y narra sus malestares en turno, antes de ir a visitar al doctor.

Se me están hinchando los pies. Tengo diabetes, me la diagnosticaron apenas. Nada más pasé por mi desayuno porque me quedaba de paso; no vengo tan seguido porque vivo lejos y me canso de salir. Mi familia dice que para qué vengo si ya no tiene caso, que ya estoy vieja de todos modos me voy a morir. Yo me siento bien cuando me tomo las cosas [los productos], si no vengo me tomo mi jarro de café en la mañana y ya.

La señora se pone de pie con mucha dificultad y tarda varios minutos en poder salir del local. A pesar del apoyo de su bastón, las piernas parecen no responderle, dan la impresión de estar entumidas y no logra dar pasos largos. Alan la ayuda a salir y menciona su caso.

Siempre viene solita. Nadie en su casa la alienta a tomarse los productos aunque ven que le hacen bien. Su familia es una familia enferma: sus hijos, nietos y yernos tienen obesidad. Incluso, uno de sus yernos hace poco murió por eso. Uno de sus nietos pesa casi 80 kilos y apenas tiene ocho años. Sólo ella se trata de cuidar desde que viene para acá.

Durante trece años este distribuidor no sólo ha tenido que ver testimonios como el de Liboria, también ha tenido que escuchar un sin número de críticas referentes a su negocio y

supuestas acusaciones de daño a la salud, pero él parece estar tranquilo y confiado de su labor. Mientras recoge las sillas y lava los vasos esquimeros; sonrío un poco y menciona que él prefiere tomar la situación con inteligencia. “Cuando alguien me dice que vio un artículo o algo relacionado con ese tipo publicaciones no me afecta. Mejor le explico a que me dedico y a mostrarle porque *Herbalife* es la mejor empresa de nutrición”.

Al terminar la limpieza Alan y su familia hacen el inventario del día con mucha prisa. Alan corre de un lado al otro porque más tarde irá a Chalco, en el Estado de México; en unas horas habrá una fiesta importante de su organización ahí. A pesar de verse un poco cansado, su actitud es la misma de la mañana, optimista.

Confió en los productos plenamente. *Herbalife* tiene médicos y científicos de renombre mundial. No creo que esos médicos presten su nombre para representar una empresa que juegue con el bienestar de las personas. Diario consumo los productos y los tomo delante de los clientes y eso crea confianza y seguridad. Nosotros los distribuidores somos la marca, somos producto de los productos.

Termina de acomodar todos sus instrumentos de trabajo y cierra. Ahora viajará dos horas en camión para llegar a la reunión donde se verá con Mariana y su grupo. Allá premiarán a la gente que aumentó sus ventas, otorgarán reconocimientos a quienes subieron de nivel en la empresa y motivarán a quienes, apenas, abrieron su propio club. La jornada de Alan terminará cerca de las diez de la noche y al día siguiente regresará a Morelos para atender el negocio junto con su familia.

25 años cambiando vidas

La situación en México en materia económica parece no mejorar a pesar de los años y la calidad de vida de su gente da la impresión de no tener oportunidad de progresar; dicha situación estuvo presente en la vida y mente de tres hombres en momentos distintos y con objetivos diversos, pero con un común denominador... *Herbalife*. Sus nombres son Paco Pérez, Juan José Nájera y Eduardo Salazar; tres mexicanos que consiguieron convertirse en los líderes de mayor rango dentro de la empresa californiana.

Francisco Pérez, mejor conocido como Paco Pérez, vivía en la Ciudad de México, en la Villa. Durante su adolescencia, como cualquier joven, buscó integrarse a un grupo donde se identificara. Viajó por toda la República Mexicana con la ideología de un *hippie* que se manifestaba con una larga cabellera oscura y la música como su compañera, hasta que llegó a Estados Unidos. En aquellos años, aseguró haber visto la pobreza como nunca imaginó. Trabajó en fábricas, limpió pisos, tiro basura, cortó pasto, lavó platos en un restaurante y hasta fue maletero en un hotel.

Gracias a ese último empleo Paco estuvo en el lugar correcto y en el momento indicado, pues un día cualquiera mientras realizaba sus tareas en el hotel miró cómo un hombre de

delgada complexión se acercaba hacia él y, tajantemente, le dijo “Necesito que tú me ayudes”.

Ese joven emprendedor que apenas comenzaba la construcción de un proyecto, cuyo objetivo era cambiar los hábitos alimenticios de la gente a través de la venta de productos nutricionales era Mark Hughes, hoy, fundador de una de las empresas multinivel más importantes y antiguas del mundo, según la revista *Forbes*.

La sociedad que crearon juntos Paco Pérez, Mark Hughes y John Peterson consiguió, al final del primer año, que las ventas de su pequeña empresa fueran mayores a 10 millones de dólares. Una vez que comenzaron a abrir sucursales en otros países y expandirse a nivel mundial, Paco decidió que era momento de hacer algo nuevo y distinto para la empresa, así que pensó abrirse camino en México; la decisión convirtió al país en el primero de América Latina en distribuir los productos de *Herbalife*.

Sin embargo, para trabajar en el país Pérez renunció al puesto como socio fundador que tenía y comenzó de cero como un distribuidor nuevo, para implementar una estrategia diferente. “Quiero renunciar como ejecutivo. Siempre tomo el producto, siempre me pongo el botón y hablo con la gente. Y quiero hacer una diferencia con mi gente. Voy a seguir tus pasos y lo voy a hacer todo en español”, fue así cómo Pérez le planteó la idea a Hughes a finales de 1980.

“Renuncié a mi salario ejecutivo y me fui a trabajar en las calles; aprender a construir mi organización de la cual estoy extremadamente orgulloso porque ahora está en varios países del mundo”, así narró Paco cómo inició el proyecto para distribuidores latinos, en la extravagancia de 2011. Actualmente pertenece a una categoría llamada *Equipo del Presidente 20k* y debajo de él existe una enorme red de distribuidores no sólo en México sino en todo el mundo.

Otro mexicano que tenía algo en común con la visión de Mark Hughes y sus distribuidores fue Juan José Nájera. Él también quería ayudar a la gente a través de la nutrición. Juan tenía la visión de un gran empresario desde antes de que *Herbalife* llegara a su vida. Comenzó su carrera en las ventas con la apertura de una panadería de productos saludables y algunas tiendas de alimentos, igualmente, naturales para servir a su comunidad.

Sin embargo, no sabía que existían otras maneras de ayudar a más personas a mejorar su salud y cambiar su vida. “Pero con todo lo comprometido que estaba a ofrecer salud a la gente, yo no tenía ni la menor idea de que encontraría una manera todavía mejor de lograr ese sueño y de cumplir todos mis otros sueños al mismo tiempo”.

Él pensaba que no había otra cosa más allá de sus locales hasta que, gracias a uno de ellos, llegó la persona indicada. Un día un cliente entró a una de sus tiendas y le habló de la empresa que, hoy, le ha dado enormes gratificaciones, aseguró en 2014.

Cuando un cliente vino y me habló acerca de los productos, me interesé de inmediato porque yo siempre estaba buscando nuevas maneras de mejorar mi salud. No podía creer lo bien que me sentí. De hecho, los resultados en mi propia salud me dieron toda la motivación que necesitaba para entrar de lleno.

Una vez dentro, Juan y su esposa Hilda Sánchez empezaron no sólo a tomar los productos de la empresa norteamericana sino a ofrecerlos desde su casa a través de reuniones; pronto el negocio creció. “Creció con tal rapidez que muy pronto las exigencias de nuestras juntas rebasaron nuestra casa en la Ciudad de México, así que mi cuñada y su esposo comenzaron a realizar juntas en Monterrey”, contó a la revista *Today-Herbalife* en 2006.

El éxito fue evidente, pues para 1990 ya eran *Equipo del Presidente* en todo el país. La fórmula, probablemente es que han mantenido los pies sobre la tierra y jamás se han alejado de sus distribuidores. “Dedicamos mucho tiempo a ayudar a nuestra línea descendente a lograr sus propios sueños. Pero lo mejor de todo es que nos mantenemos fieles a nuestra meta en la vida: ¡llevar una mejor salud a la gente de todos lados!”.

Actualmente su organización ha roto fronteras, pues hoy está presente en varias comunidades latinas (Los Ángeles, Chicago y Phoenix) en Estados Unidos, así como Japón y Francia.

Para Eduardo Salazar la situación fue distinta a la de Paco y Juan José durante su juventud. Él estudió medicina siete años en la Universidad Nacional Autónoma de Puebla y era médico anesthesiólogo en la Ciudad de México, en el Hospital Central Norte de PEMEX. Antes de conocer los productos nutricionales él llevaba trabajando tres años en dos hospitales al mismo tiempo. Sus jornadas laborales eran de 16 horas al día, pero a pesar de ello, no tenía los ingresos suficientes para llevar una vida cómoda a tal grado que seguía manejando el mismo coche que tenía desde que era estudiante, llevaba ocho años con él y no estaba en las mejores condiciones.

Eduardo aseguró que se sentía decepcionado porque él imaginaba que al terminar la carrera universitaria tendría mejor sueldo y una mejor vida, situación que parecía que nunca se haría realidad a pesar de sus esfuerzos.

Recuerda que en aquel entonces su carro no servía muy bien, aún no tenía casa propia y el dinero sólo le alcanzaba para cubrir sus necesidades más básicas; las deudas lo atormentaban y a pesar de trabajar mucho no lograba salir de ellas. “Tenía las tarjetas de

crédito saturadas. Era increíble, nunca faltaba a mis trabajos, nunca me iba antes de la hora de salida. Y yo todavía no encontraba la manera de cómo tener éxito económico”.

Con miedo, dudas y mucha pena comenzó a tomarse los productos y observó cambios. “En tres semanas perdí nueve kilos. En cuatro o cinco semanas desapareció una alergia al polvo que tenía”. Después comenzó a venderlos con la gente que conocía en los hospitales y los amigos más cercanos, aunque le hacían burla los compañeros del trabajo por crédulo. En realidad no sabía con exactitud si dedicarse al negocio de ventas directas sería la solución a sus problemas financieros.

A la primera persona que le vendió los productos fue a una enfermera del hospital donde él trabajaba, su nombre era Elia Martha medía metro y medio y pesaba 80 kilos, aproximadamente. Él recuerda con gracia cómo fue su experiencia con ella.

Ella empezó a tomarse el producto, y no lo van a creer pero en semana y media Elia Martha había bajado casi ocho kilos. Ella estaba súper emocionada y yo estaba súper espantando, porque era mi primer cliente. Yo dije “a ver si no ésta se me muere aquí”. Pero ahí empezó todo mi negocio.

Salazar se convirtió en un gran líder de ventas en nuestro país y consiguió un nivel llamado *Chairman 50k*. En una de sus últimas declaraciones donde habló de sus ingresos, especificó que estaba ganando más de 140 mil pesos mensuales.

Dentro de su extensa organización destaca el matrimonio Varela —fundador del concepto y modelo de ventas de club de nutrición— quienes pertenecen a la primera línea de distribuidores del líder mexicano. De igual forma, Mariana González y toda su red de distribuidores de Morelos pertenecen a la misma organización de Salazar, por lo cual tanto Mariana como Alan están muy orgullosos de continuar los pasos de su maestro.

Pero no todo ha sido alegría para este sistema de distribuidores. El 23 de noviembre del 2004, Eduardo Salazar fue asesinado en la colonia Hipódromo Condesa en la Ciudad de México. Sin embargo, a pesar de haber muerto hace más de diez años sus ingresos siguen creciendo y acumulándose. Actualmente, de manera significativa, tiene un nivel llamado *Chairman 100k* y es parte del círculo fundador.

Los vientos del tornado: en defensa del multinivel

En diciembre de 2012, Bill Ackman inició una polémica y mediática campaña en contra de la empresa californiana por la supuesta existencia de un esquema piramidal que estaba defraudando a una gran cantidad de personas en Estados Unidos; principalmente a sectores de clase baja, latinos e inmigrantes. De acuerdo con *CNNExpansión* “más del 60% de los distribuidores de esta compañía en Estados Unidos son latinos”, en marzo de 2013.

Xavier Serbia expuso a detalle la situación del supuesto esquema piramidal en el programa *CNN Dinero* en febrero de ese mismo año.

Los críticos dicen que es un esquema de fraude, básicamente [que] las ventas provienen de vendedores que reclutan a otros vendedores. Sólo aquellos que están arriba en la pirámide, los que empezaron el plan son los que ganan, los demás pierden el dinero que pusieron; el sistema entonces colapsaría cuando no existan nuevos distribuidores para reclutar.

Pero la empresa estadounidense describe su modelo como multinivel, en el manual titulado “Normas y reglas de Club de Nutrición”, de la siguiente manera:

Es un sistema comercial o de negocios que se basa en la venta y en la formación de un equipo de trabajo conformado por Asociados/Distribuidores. Mientras más enseñes a tu organización a llevar su negocio, estarás formando más líderes preparados para construir su éxito y a su vez, una organización más sólida para ayudarte a tener la independencia financiera que deseas. ¡Duplica tu éxito!

Al respecto, *CNNExpansión* dio su versión sobre dicho concepto, en enero de 2013.

Las empresas de marketing multinivel utilizan una red de vendedores independientes que venden sus productos directamente a las personas en su comunidad. Estos vendedores obtienen ingresos en función de sus ventas personales, así como de las ventas hechas por las personas que reclutan para trabajar para la compañía.

El diario aclaró por qué el gobierno en Estados Unidos no ha sancionado nunca a la empresa. Según lo establecido por la ley, las prácticas empresariales que realizan no se consideran un sistema piramidal.

[...] la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos considera que una compañía califica como un esquema piramidal únicamente si la paga de sus vendedores proviene principalmente de ese reclutamiento, y no de la venta de un producto o servicio.

“Nuestras compensaciones están hechas en base a ventas, no en base a reclutar gente. Tú puedes reclutarme a todo México y no te vas a llevar ni un centavo, pero si empiezas a vender muchísimo, empiezas a ganar muchísimo”, afirmó Miguel Fernández, vicepresidente ejecutivo de las Américas, *Herbalife*, en febrero de 2015 a *Forbes*.

Postura que compartió Joseph Mariano, presidente de Direct Selling Association, asociación gremial que representa a las empresas de venta directa, como es *Herbalife*. "Aunque ciertamente dependemos del reclutamiento para vender nuestros productos, la compensación no se basa en el reclutamiento de otras personas sino en las ventas del producto a personas reales que están usando los productos”, mencionó en 2013 a *CNNExpansión*.

El impacto de este sistema es tal que, tan sólo en 2011, “alrededor de 15.6 millones de estadounidenses trabajaban como vendedores de empresas de marketing multinivel, de acuerdo con la Direct Selling Association”, mencionó *CNNExpansión*.

Otro aspecto importante a destacar es que no sólo en *Herbalife* sino en otras empresas multinivel prevalece la presencia de mujeres.

Mientras que una gran mayoría de los vendedores (78%) siguen siendo mujeres (muchas empresas como Avon y Mary Kay están dirigidas a ese sector casi exclusivamente), el porcentaje de hombres que están entrando en el negocio está creciendo. En 2011 alrededor del 22% del personal de ventas eran hombres, frente al 14% en 2008.

Incluso el mismo programa *CNNDinero* también explicó el contexto de las quejas existentes contra la empresa y aclaró que no porque existan significa que la empresa sea ilegal.

En el 2011 la agencia del gobierno, la Comisión Federal de Comunicaciones, según reconvino un reporte de ellos, recibió 1,8 millones de quejas; de esas sólo 2% fueron relacionadas a oportunidad de negocio, algo que entraría dentro del concepto de *Herbalife*, o sea un poco más de 36 mil quejas, las de *Herbalife* fueron 122 en siete años. Es claramente bajo, sin restarle importancia a las quejas. No se puede asumir que porque hay quejas es sinónimo de ilegalidad. Muchas compañías tienen quejas y no por eso son ilegales.

Cuando Bill Ackman decidió atacar a la empresa en China, en marzo de 2014, la postura de la empresa fue contundente a través de un portavoz de la compañía:

Otro día, otro ataque infundado de Bill Ackman [...]. Al no haber podido defender su alegato en Wall Street, llevó su lucha a Washington, DC y a los estados. Ahora que esos esfuerzos por granjearse una investigación han quedado expuestos, se va a China. Confiamos en la fuerza de nuestro modelo de negocio basado en el consumo en China.

Ese mismo mes la Comisión Federal de Comercio (FTC, por su siglas en inglés) abrió la investigación sobre el caso y la empresa respondió en comunicado lo siguiente:

Herbalife es una compañía financieramente fuerte y de éxito, lo que ha creado un importante valor para los accionistas, presenta oportunidades significativas para los distribuidores y ha impactado las vidas y la salud de sus consumidores durante más de 34 años.

Las gestiones de Ackman para influir en las acciones de la bolsa han sido varias. Por ejemplo, en marzo de 2014 el *New York Times* y *CNNExpansión* mencionaron el financiamiento ilícito a grupos.

[...] ha financiado campañas de cartas y grupos de base para apoyar su causa. También ha cabildeado a miembros del Congreso estadounidense, entre ellos el senador Ed Markey, un

demócrata de Massachusetts, quien en enero pidió que las entidades reguladoras investigaran a *Herbalife* tras recibir quejas de los electores.

Más tarde, en abril, la *ABC News* dio a conocer los gastos que estaba realizando el inversionista para manipular las acciones de *Herbalife*. Según este medio la campaña tenía, hasta ese entonces, un costo de mil millones. Además *ABC* descubrió el pago a varias personas para declarar en contra de la empresa, situación que expuso la misma en un comunicado de prensa el 24 de abril de 2014.

[...] el Sr. Ackman ha gastado más de \$20 [millones] hasta este momento en su campaña. Esto incluye un contrato en el que le pagará unos \$3,6 millones a través de 10 años a un individuo para que éste hiciera acusaciones en contra de *Herbalife*. Esta cifra no incluía los gastos legales del individuo y manejarle su estrategia de relaciones públicas. Interesantemente, cuando este individuo fue entrevistado por *ABC News* —una entrevista coordinada por el equipo de relaciones públicas de Ackman—el individuo mantuvo en silencio su acuerdo con Ackman. Es más, el contrato que firmaron contiene una cláusula de confidencialidad. Los pagos son sólo una parte de un esfuerzo calculado, y que no escatima dinero, por el Sr. Ackman y sus agentes para ofrecerle pagos secretos y camuflados tanto a individuos como a organizaciones, para que éstos hagan acusaciones sin fundamento en contra de *Herbalife*.

CNN Dinero, en marzo de 2014, dejó en claro que todas las acciones del inversionista tenían una razón de ser, ya que existen intereses económicos de por medio. No se trataba de una denuncia ciudadana en pro de los derechos humanos de los latinos y la población más pobre de Estados Unidos. Según *CNBC*, Ackman apostó "mil millones de dólares" en la Bolsa de Valores a favor de la caída de la empresa desde 2012.

Incluso, en Perú el periódico *El Comercio* explicó, a detalle, la estrategia del también CEO del Fondo de Cobertura Pershing Square's Capital Management.

[...] la medida consiste en tomar prestado un conjunto de acciones con el compromiso de devolverlo en un tiempo determinado. La idea es vender las acciones, esperar a que su precio baje y comprarlas de nuevo para retornarlas, embolsillándose la diferencia entre los dos precios. Así, Pershing ganará cantidades sustanciales de dinero si cae el precio de las acciones de *Herbalife*, pero perderá si este se incrementa. Otros fondos apuestan por lo contrario.

En mayo de ese año, Carlos López Ortega, director general de *Herbalife* Colombia, dio su postura sobre el inversionista y el caso al diario *Dinero.com*. “Esto ya lo ha hecho en otras ocasiones y ahora lo está aplicando con nuestra empresa, pues el mercado bursátil se basa en la confianza y ésta es la que define el precio de la acción”.

El diario detalló que, solamente, en Estados Unidos han tenido un problema de ese tipo, pero en los otros 90 países donde la empresa tiene ventas las cosas siguen su curso con normalidad. Incluso, Carlos López ve la investigación de manera positiva, pues de ese modo podrán eliminar las especulaciones que existen desde 2011.

Somos una compañía que cotiza en Bolsa de Nueva York y estamos abiertos a cualquier evaluación. La FTC no está investigando una denuncia, sino está evaluando nuestros procesos y nos satisface que lo haga, porque al final va a salir una confirmación de que lo estamos haciendo bien y que los mensajes erróneos que han salido al mercado tratando de especular con la acción no son ciertos.

Sobre el tema multinivel Colombia ha tomado un papel medular gracias a su gobierno desde 2013. Cabe destacar que a nivel mundial no existe una ley destinada, exclusivamente al modelo de mercado multinivel, excepto en ese país. Gracias al presidente Juan Manuel Santos, desde el 27 de diciembre de 2013, se promulgó una ley llamada Ley 1700 o Ley multinivel la cual se encarga, desde entonces, de las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en el país. Para su realización participó la Asociación Colombiana de Venta Directa (Acovedi).

Acovedi explicó en su página de Internet lo siguiente:

Se ha logrado tener una Ley como no existe en ninguna otra parte del mundo. Esto con el fin de posesionar la imagen real del sector de venta directa dentro del marco legal y dejando claro en qué consiste la actividad de venta directa sin necesidad de buscar otros adjetivos que traten de describir la actividad multinivel. Así, las personas que pertenecen al sector y las que no, tienen claridad sobre lo que realmente debe ser y representa una compañía de mercadeo multinivel.

Pero a pesar de las primeras regulaciones en ese país, así como las declaraciones de los distribuidores y patrocinadores de la empresa a nivel mundial, algunos medios como *CNNExpansión* mencionan que el modelo resulta “insostenible”.

Los críticos dicen que el modelo de marketing multinivel es insostenible. Si tú reclutas a todos tus amigos y vecinos para vender el mismo producto, se preguntan, ¿no te quedarías sin clientes? [...] Las tasas de rotación son altas. Pero conforme los vendedores fallan, más son reclutados para ocupar su lugar.

Y destacaron la situación de la empresa californiana en aquel año. “*Herbalife*, por ejemplo, tuvo una tasa de retención de 52% para sus mejores vendedores en 2011, según el informe anual de la compañía”.

Pero a pesar de las investigaciones y las bajas en la bolsa de valores durante los últimos meses de 2013, la empresa de Mark Hughes se recuperó el 25 julio de 2014, según *CNN Dinero*.

[...] *Herbalife* vivió su mejor día en la bolsa de valores en Nueva York, dejando en el piso las fuertes críticas del polémico accionista Bill Ackman. Las acciones de la compañía [...] treparon un 25% luego de que Ackman [...] realizara una larga conferencia de prensa en Nueva York. Durante cuatro horas el director de Pershing Square insistió que *Herbalife* opera bajo un esquema de fraude piramidal que explota a pobres e inmigrantes.

Al mes siguiente, a pesar de una segunda ronda de acusaciones por parte del CEO de Pershing Square en una conferencia, que duró casi cuatro horas, en Nueva York, la empresa californiana volvió a salir bien librada, las acciones se elevaron “superando a media sesión los 62 dólares por acción, cerca de 16% más que el lunes”, según *Cinco Días.com*.

Desde abril de ese año (2014), la empresa continuó defendiéndose y se declaró inocente de las acusaciones; mencionó cómo han tratado de cumplir con las reglas estipuladas por la ley a través del mismo comunicado en el que exhibió las prácticas ilícitas de Ackman.

Afirmó que “ha sido miembro por un largo tiempo” de la Asociación de Ventas Directas (DSA por sus siglas en inglés), y que provee “declaraciones claras, exactas y puntuales” a los miembros sobre sus posibles ingresos en sus Declaraciones de Promedio de Compensación Total. También explicó que “tiene un equipo de más de 300 individuos de cumplimiento de normas, quienes monitorean las actividades de los miembros y hacen cumplir con las reglas de *Herbalife*”.

Sobre el diagnóstico o prevención de enfermedades aclaró que la compañía “le advierte explícitamente a sus miembros que” los productos no tienen ninguna de esas facultades y que “bajo ninguna circunstancia deben de haber declaraciones, materiales comerciales, o cualquier cosa que implique lo contrario”.

Al año siguiente la batalla continuó y en diferentes ocasiones la empresa defendió su postura a través de varios comunicados de prensa. Hasta que el *Wall Street Journal* anunció, en marzo de 2015, que los fiscales federales de Estados Unidos y el FBI abrieron una investigación en contra de Ackman por una potencial manipulación de las acciones de *Herbalife*. Básicamente, se estaba investigando si Ackman declaró intencionalmente en contra de la empresa sólo para hacer que bajarán las acciones, y también averiguar si pagó a individuos y organizaciones para declarar en contra de la empresa.

Ese mismo mes la agencia de noticias *Reuters* dio a conocer el veredicto del juez del distrito de Los Ángeles, Dale Fisher, quien rechazó la demanda interpuesta por Ackman. El juez mencionó que las declaraciones de éste no eran motivo suficiente para asegurar la existencia de fraude. Con dicha resolución la empresa se liberó de acusaciones no sólo fraudulentas sino de las especulaciones de un posible esquema piramidal.

La misma agencia agregó que las acciones se beneficiaron al registrar un incremento “del 9,4%, esto es 37,68 dólares el pasado miércoles por la tarde, después de haber incrementado en un 14% en la sesión anterior”. Finalmente, el medio aseguró que otro juez de esa entidad evaluaría, el 11 de mayo de 2015, el caso de aquellas personas que aseguraron haber sido estafadas por la empresa; de ser aprobada, la empresa debería pagar un monto de 15 millones de dólares.

El 4 de agosto se dio a conocer el segundo triunfo de la empresa. El mismo juez de Los Ángeles, Dale Fisher, mencionó que “los inversores no mostraron que la empresa o su director ejecutivo, Michael O. Johnson, tenían conocimiento de alguna irregularidad, un requisito necesario para respaldar las reclamaciones”, informó *Economía Personal.com*.

El juez agregó “[...] los demandantes no demostraron que los acusados defraudaron a los accionistas al ocultar la incapacidad de la empresa para realizar un seguimiento de las ventas al por menor”.

Según su vicepresidente y director general en México, Jesús Álvarez, la empresa se respalda principalmente en sus distribuidores en los cuales se está enfocando, sobre todo en México, pues es el segundo con mayor crecimiento en ventas. *El Financiero* señaló, en junio de 2015, que a pesar del conflicto legal, el número de distribuidores creció. “En el primer trimestre de 2015 la fuerza de ventas de *Herbalife* en México creció 5.5 por ciento, a 83 mil 137 vendedores, desde los 78 mil 818 que la empresa registró entre enero y marzo de 2014”.

Esto a pesar de que Brent Wilkes, de LULAC, aseguró en 2013 que el 99% de los miembros de la empresa pierden su dinero. El mismo medio puntualizó ese mismo mes que la situación en ventas no tuvo el mismo panorama que el de distribuidores, pues presentó una baja de 13.4.

Finalmente, el 9 de septiembre de 2015, Alan Hoffman, vicepresidente ejecutivo de asuntos corporativos globales de *Herbalife*, respondió en un artículo titulado “The siege of *Herbalife*” lo siguiente:

"A pesar de este ataque sin precedentes y de tres años, millones de personas en todo el mundo siguen disfrutando de nuestros productos todos los días y el último trimestre hemos disfrutado de un crecimiento en 5 de nuestros 10 principales mercados", de acuerdo con la agencia *Reuters*.

PARTE III

LAS VOCES DE LA NUTRICIÓN

“No le dije al médico que estaba tomando *Herbalife* durante mi embarazo”, dice Angélica Arias mientras ve cómo Alan prepara el desayuno a otra señora. Angélica es una chica de 31 años que no le tiembla la voz para defender los productos que consume desde hace 11 años. Su presencia en el club de Don Beni es natural y despreocupada; desde que llegó se sentó en una de las sillas blancas de plástico como si fuera el sillón de su casa y sin mucho esfuerzo comenzó a hablar de su experiencia.

Pienso que los doctores están en contra de *Herbalife*, por eso no le dije nada. Pero estaba segura que no pasaría nada. Doña Amelia, la mamá de Alan, me dijo “no, tú tómatelos; tu niño cuando nazca va a nacer con buen peso, nutrido y gordito”. Y la verdad es que sí; yo cuando vi a mi hijo en los cuneros dije “wow, es un niño maravilloso”, o sea gordito, bonito, sano. A la fecha lo traigo y me pide su aloe o su malteada.

A pesar de la poca educación en materia de nutrición de la que hablan especialistas en salud como Sonia Olivares (profesora asociada del Instituto de Nutrición y Tecnología de los alimentos de la Universidad de Chile), Mónica McGrann (consultora de la Food and Agriculture Organization of the United Nations FAO) o Peter Glasauer (oficial de nutrición del Grupo de educación y capacitación en nutrición de la FAO), la sociedad mexicana ha incrementado el consumo de productos naturales de acuerdo con los reportes de ventas de los últimos cinco años. En junio de 2015, la venta de suplementos creció 61.9%, según datos de la Asociación Nacional de la Industria de Suplementos Alimenticios (Anaisa).

También otras cifras han aumentado. Por un lado *CBSNews* y el Hospital Infantil México Federico Gómez informaron que el país ocupa el primer lugar en obesidad infantil con casi cinco millones de niños; mientras en la población adulta siete de cada diez la padece, según el *Informador* de Guadalajara. Por otra parte, 18% de la población infantil en todo el país tiene problemas de nutrición (bajo peso, baja talla o emaciación), publicó *Animal Político* en octubre de 2015.

Un ejemplo de la escasa y deficiente educación nutricional de nuestro país es la incapacidad para precisar la diferencia entre el amplio abanico de productos existentes en el mercado referentes a este ámbito como son suplementos alimenticios, complementos vitamínicos o dietéticos, productos milagro y medicamentos herbolarios. A pesar de caracterizarse por su disponibilidad y fácil acceso, la población tiende a confundirlos en muchas ocasiones o, incluso, llega a pensar que tienen los mismos beneficios.

Doña Guillermina y Doña Catalina, dos clientes de Mariana González, aseguraron conocer la diferencia, pero al tratar de definirlos y explicar para qué sirven demostraron confusión.

“La medicina herbolaria la utilizan nuestros ancestros y son remedios caseros; el producto milagro no lo conozco, no existe, creo. El complemento es todo lo que encierra el plato del buen comer y el suplemento es lo que complementa al plato del buen comer, o eso creo”, mencionó Doña Guille el 15 de octubre del 2015.

“Suplemento es algo que ya no hay que adherirle nada porque tiene todo lo que necesitas, un complemento es lo mismo; pero el producto milagro es algo que no sirve y la medicina herbolaria ayuda pero no al cien por ciento y la verdad a esos no les tengo mucha fe”, explicó Doña Catalina en la delegación Gustavo A. Madero.

El gobierno mexicano, a través de la Ley General de Salud en su artículo 215, fracción V, define los **suplementos alimenticios** como aquellos

Productos a base de hierbas, extractos vegetales, alimentos tradicionales, deshidratados o concentrados de frutas, adicionados o no, de vitaminas o minerales, que se puedan presentar en forma farmacéutica y cuya finalidad de uso sea incrementar la ingesta dietética total, complementarla o suplir alguno de sus componentes...

De acuerdo con Eréndira Mejía Arangure, de la Facultad de Química de la UNAM, en su tesis de 2007 “Elementos para regular suplementos alimenticios destinados al tratamiento de la obesidad”, un **complemento vitamínico o dietético** es definido en Estados Unidos, desde 1994, por una norma de la Food and Drug Administration (FDA) llamada la Dietary Supplements Health and Education Act (DSHEA) como aquel que sirve para “complementar la dieta” y necesariamente contiene alguna vitamina, mineral, aminoácido, preparado herbolario o vegetal.

Con respecto a los **medicamentos herbolarios** la misma Ley General de Salud en su artículo 224, fracción III, los clasifica como aquellos productos:

[...] elaborados con material vegetal o algún derivado de éste, cuyo ingrediente principal es la parte aérea o subterránea de una planta o extractos y tinturas, así como jugos, resinas, aceites grasos y esenciales, presentados en forma farmacéutica, cuya eficacia terapéutica y seguridad ha sido confirmada científicamente en la literatura nacional o internacional.

Dicha ley define los **medicamentos**, tanto de naturaleza alopática u homeopática, como aquellas sustancias que pueden ser o no de origen natural que proporcionen control, cura o minimicen los síntomas de alguna enfermedad o consigan prevenirlas, cuya presentación sea farmacéutica (es decir la manera en que se prepara un medicamento para su administración; como son cápsulas, tabletas, polvos o jarabes) “y se identifique como tal por su actividad farmacológica”.

Los **productos milagro** resultan indefinibles, pues a pesar del impacto que genera su popularidad, no han sido muy documentados. Por ejemplo, en términos legales la mayoría parte de una definición casi única que proporciona la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS).

Emanuel Rodríguez Romo, estudiante de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, en su tesis de 2014 “Análisis del marco jurídico de la publicidad en torno a los productos milagro mostrados en la televisión abierta”, explicó que definirlos era complicado porque el tema no ha sido tratado a fondo y “la mayoría de los estudios que analizan el impacto y aumento de su consumo se centran en las aportaciones dadas a conocer por la COFEPRIS”.

Sin embargo, Rodríguez Romo proporciona dos definiciones. La primera corresponde al gobierno a través de la ya citada COFEPRIS, la cual explica que éstos pueden venderse en presentaciones variadas, que van desde pastillas hasta parches e inyecciones, y están caracterizados por estar hechos a base de plantas o sustancias de origen natural. También son conocidos como milagro o frontera y son populares “por exaltar en su publicidad una o varias cualidades terapéuticas, preventivas, rehabilitatorias o curativas, que van desde cuestiones estéticas hasta solución de problemas graves de salud”.

Mientras la Doctora Roxana Minerva Rodríguez Romo, investigadora en Ciencias Biomédicas en el Instituto Nacional de Nutrición Salvador Zubirán, afirma que éstos “no tienen las bases científicas para las soluciones que dicen fueron creados”, incluso, los fabricantes “se aprovechan” de la desinformación para distribuirlos. Cree que su éxito estriba en que ofrecen soluciones fáciles a problemas difíciles.

Sobre esto Romo hizo hincapié en la importancia que tiene que el gobierno los reconozca y además los califique como fraudulentos, pues no cumplen con los beneficios que aseguran e incluso apoya su postura en la opinión del Doctor René Drucker Colín, coordinador del Instituto de Fisiología Celular de la Universidad Nacional Autónoma de México. “[...] representan un fraude porque no hacen lo que en su propaganda aseguran. Son empresas que se dedican a promover los productos milagro porque les deja mucho dinero”.

A pesar de la similitud que presentan estas definiciones parece entenderse que la diferencia estriba en lo siguiente: un **suplemento alimenticio** no necesariamente tiene que estar adicionado con vitaminas y/o minerales y su objetivo es incrementar la ingesta dietética o complementarla; mientras que el **complemento vitamínico** o dietético necesariamente debe incluir alguna adición como una vitamina, un aminoácido o un preparado de algún vegetal.

Los **medicamentos**, sin importar que sean alopáticos, homeopáticos o herbolarios, todos se caracterizan por presentar facultades curativas o propiedades terapéuticas basadas en investigaciones científicas y por ende son registrados ante la ley como tales. Mientras que los **productos milagro** se apoyan en la publicidad y mensajes exagerados con el fin de parecer medicamentos, al mencionar facultades curativas pero sin evidencia científica.

La situación de los productos de la empresa *Herbalife* también resulta confusa. Los clientes y público en general los ubica indiscriminadamente en cualquiera de estas categorías. Para algunos, como los distribuidores independientes de la marca, es un suplemento alimenticio; para otros, como algunos clientes de Mariana González y Alan Juárez, es un complemento vitamínico y/o producto herbolario, mientras para otros, como Zaira Galán Basurto, estudiante de la Facultad de Estudios Superiores Aragón, es un producto milagro.

La razón por la que muchos de los clientes los ubican como productos o medicamentos herbolarios es porque asocian en muchas ocasiones el dato de que son de origen herbal y son promocionados como 100% naturales. Esto genera confusión pues, como se observa en las anteriores definiciones, son pocas las diferencias entre éste y los otros tres conceptos.

Una clave importante para descartar la posibilidad de que sean medicamentos, es la existencia de propiedades terapéuticas. Es decir, si mencionan y comprueban científicamente la capacidad de curar algún malestar entonces entran en calidad de medicamento herbolario, situación que no ocurre con éstos, de acuerdo con la empresa.

Gracias a algunas características para Zaira Galán *Herbalife* es un ejemplo de producto milagro, en 2008, en su tesis “Problemática de la Regulación Jurídica de los Productos Milagro en Nuestro País”.

[...] combatían una increíble variedad tanto de anomalías en la salud como de cuestiones estéticas y psicológicas a partir de un argumento por demás ilógico; de una ingesta indiferente al peso, la edad o el sexo del consumidor, ya que la cantidad recomendada es idéntica para cualquier persona.

También enunció la serie de padecimientos que algunos vendedores dicen que erradican: “[...] no solamente resultan aptos para tratar médicamente la diabetes, hipertensión arterial, gastritis, úlceras estomacales, cirrosis hepática, sino que funcionaba como tratamiento coadyuvante para cualquier tipo de cáncer”.

De acuerdo con Galán, para las autoridades es más complicado vigilar los productos de *Herbalife* debido a que no son transmitidos por medios masivos con la misma frecuencia que otros (como la crema depilatoria *Touch Me*), sino que son ofrecidos mediante “comerciantes que fungen como intermediarios entre la empresa y el consumidor al modo de las denominadas ‘franquicias’”.

Sin embargo, la multinivel asegura ser una empresa de venta de suplementos alimenticios y productos que ofrecen nutrición celular y están enfocados a apoyar la nutrición y el bienestar. Incluso, en el etiquetado de los 77 productos que comercializa en este país hay una leyenda que dice “Este producto no es un medicamento. El consumo de este producto es responsabilidad de quien lo recomienda y de quien lo usa”, exceptuando los dos téis llamados *Thermojetics Concentrado de Hierbas* y *N-R-G*.

***Herbalife* y el eco de los suplementos alimenticios**

“Debieron traer a esas personas en lugar de a esos supuestos expertos en nutrición. Pienso que si son tan expertos en la pérdida de peso ¿por qué están tan gordos? Me parece, y no estoy tratando de hacer un chiste, que deben usar nuestros productos”. Así declaró Mark Hughes, fundador de la empresa multinivel, el 15 de mayo de **1985** ante el senado en Washington, Estados Unidos, luego de que la Administración de Alimentos y Drogas (FDA) iniciara una investigación a sus productos y prácticas comerciales.

Durante seis días Hughes testificó sobre la eficacia y seguridad de sus productos mientras afuera del senado, en las calles de Washington, muchos de los distribuidores marcharon para apoyar a la empresa, hecho que fue televisado en aquel país.

El 16 de mayo, un día después de su polémica declaración en contra de sus detractores, el fundador dio una conferencia de prensa en la que mostró confianza sobre el resultado que daría el senado. “La pregunta principal en esta sala ha sido: ¿son los productos de *Herbalife* seguros? Y ha sido claro en estas reuniones que invariablemente lo son”.

La tensión entre los consumidores y distribuidores era constante, por lo que las entrevistas para aclarar la situación fueron varias; entre ellas destacó una del programa *The Merv Griffin Show* donde Mark le explicó a Merv Griffin —un famoso presentador de televisión de aquellos años— que repartía las ganancias con sus distribuidores y que los cuestionamientos a su marca le resultaban lógicos.

Merv Griffin —Uno pone este polvo de proteína que te hace sentir con vida y lo critican a uno por hacerlo.

Mark Hughes —Yo pienso que la crítica llega cuando uno tiene a tanta gente yéndole tan bien, es sujeto a preguntas. ¿Cómo le puede ir tan bien a tanta gente? Y me parece que lo mismo aplica al dinero.

Merv Griffin —La empresa, como lo anuncié en el programa, cuenta con ingresos de 500 millones, pero tú cuentas con muchos socios con los que tienes que compartir esa cantidad.

Mark Hughes —Hay aproximadamente un millón de distribuidores, afuera.

Merv Griffin —¿Cuánto de eso le llegará a ellos por vender el producto?

Mark Hughes —66% a los distribuidores.

Las aclaraciones ante medios de comunicación siguieron. Tuvo que pasar año y medio para que el gobierno del estado de California, la Administración de Alimentos y Drogas y el Departamento de Salud del estado dieran un dictamen final. El 18 de octubre de 1986 el líder de productos californianos declaró los resultados.

[...] las tres agencias han determinado de manera independiente que los productos de *Herbalife* han sido y seguirán siendo seguros para el público americano. [...] todas las afirmaciones, etiquetas y materiales de marketing están de acuerdo con el espíritu y la letra de las leyes federales y estatales.

Pero, según la organización no gubernamental de España (FACUA), el dictamen no quedó sólo en esos términos; también tuvo que pagar una multa de 850 mil dólares por mencionar propiedades médicas no comprobables científicamente y tener un “estructura piramidal”, así como retirar del mercado dos productos para cambiar las especificaciones en el etiquetado.

Éste fue el primer problema que tuvo que enfrentar la empresa, pero no ha sido el único; a lo largo de 35 años ha tenido que resolver muchos más en los distintos países que forman parte de su amplio abanico de expansión.

“El cuerpo es muy eficiente al absorber grasas [...] El problema es que el suministro de alimentos ya no es natural; hay muchos alimentos procesados artificialmente. La forma en que nuestros suplementos son producidos es más cercana a la naturaleza porque tienen niveles más altos de nutrientes”, mencionó el Doctor Luigi Gratton, vicepresidente mundial de marketing de *Herbalife*, en el video que realizó *Forbes* titulado “*Herbalife*. La malteada millonaria” en febrero del 2015.

El video conmemorativo de los 35 años de la empresa también mostró las instalaciones de los laboratorios de la planta *Herbalife* Innovation and Manufacturing en Lake Forest, en Los Ángeles, California. Ahí el gerente Dennis Pollard explicó cómo fabrican los productos más vendidos (Batido Fórmula 1, Concentrado Herbal Aloe y Polvo de proteínas).

También presentaron el Microbiology Laboratory, donde hacen pruebas de los productos terminados para “asegurar la consistencia de la mezcla” y Pollard afirmó que realizan pruebas internas completas para confirmar que cada afirmación que hacen en las etiquetas sea validada y concuerde con la descripción de ingredientes que rotulan.

Gary Swanson, vicepresidente sénior de control y calidad de producto de *Herbalife*, presentó un sitio llamado “laboratorio corporativo” o “centro de excelencia”, donde tienen como propósito “probar nuevos productos que saldrán al mercado para determinar la factibilidad de los materiales para que sean lanzados al mercado”.

También monitorean cuando hay posibles anomalías con productos específicos. Swanson aclaró que “si hay una queja de un consumidor allá afuera, el producto entrará en ese laboratorio, realizaremos una investigación y determinaremos si hay algo mal con el producto o algo más ha pasado con el producto”.

La realización del video pareció no sólo ser parte de la conmemoración de su aniversario sino una respuesta general en calidad de defensa ante una serie de problemas que tuvo la empresa en los últimos años; pues resume la esencia del discurso expuesto en su larga lista de comunicados de prensa que ha tenido que emitir para desmentir acusaciones y demandas

en contra suya. Al igual que en ese producto audiovisual la empresa ha respondido a la serie de problemáticas surgidas y que a continuación son mencionadas.

Después de la controversial investigación por parte del senado de Washington en 1985, la calma para la empresa duró poco. En 1994 en España, la consejería de Economía de Madrid la sancionó con una multa de 2.5 millones de pesetas (15 mil euros) por distribuir publicidad engañosa y violar una ley que “prohíbe la venta por domicilio de alimentos”.

Pero no fue hasta **2007** cuando vivió los inicios de una segunda controversial investigación sobre la calidad y seguridad de sus productos, así como la posible existencia de fraude en sus prácticas empresariales. Ese año surgió la mayor cantidad de reportes de presuntos efectos secundarios por su consumo y varias quejas por supuesta estafa; países como España, Suiza, Argentina y Estados Unidos fueron los principales demandantes.

Al parecer todo inició en Suiza cuando el periódico *Neue Zürcher Zeitung* informó a los ciudadanos sobre el peligro potencial que había en la ingesta de los productos de nutrición californianos en ese año.

La multinivel respondió a través de David Heber, director del Comité Asesor de *Herbalife*, quién explicó que sus productos cumplían con las normas de seguridad y calidad y que estaba dispuesto a cooperar con la Oficina Federal de Salud Pública de Suiza.

Después en **2008** —año en el que las investigaciones tomaron mayor presencia mediática— el gobierno de España decidió averiguar la situación de la empresa y el periódico *El País* anunció las investigaciones del Ministerio de Sanidad sobre el reporte de nueve casos de daño hepático el 21 de abril.

Al día siguiente, la empresa emitió su postura a través de un comunicado en el que aclaró que le pareció “injustificable” la acusación que difundió el Ministerio, ya que fue hecha “sin el adecuado tratamiento científico”. También manifestó su descontento por alarmar a la población sin especificar qué producto o ingrediente era el sospechoso del, “presunto” daño a la salud. Ese mismo día *El Espectador* publicó un fragmento del comunicado:

Millones de consumidores de *Herbalife* a nivel mundial han visto los beneficios de salud que ofrecen los productos que ellos mismos han consumido con toda seguridad por más de 28 años. La ciencia no corrobora la conclusión de que los productos *Herbalife* causaron estos problemas esporádicos hepáticos, y el Ministerio de Sanidad no ha identificado un ingrediente específico en ningún producto que pueda ser la causa.

Con respecto a la situación de riesgo sanitario, la empresa aseguró que el número de casos era pequeño. Además describió la posible existencia de factores alternos al consumo de sus productos, por lo que no resultaba viable culpar a los productos por los daños hepáticos.

Sólo un pequeño número de individuos presumiblemente han experimentado problemas hepáticos mientras consumían productos de *Herbalife*. Muchos tenían problemas

preexistentes que hacen imposible concluir que esas incidencias poco frecuentes de dolencia idiopática en el hígado fueran causadas por los suplementos de *Herbalife*. [...] los problemas ocurrieron bajo condiciones donde otras sustancias ingeridas, tales como alimentos o fármacos, pudieron contribuir o causar los problemas hepáticos.

Sobre la explicación que ofreció el Ministerio de Sanidad de España sobre la imposibilidad de monitorear la calidad, ventas y distribución de los productos, debido al esquema de venta por medio de personal intermediario, la empresa respondió que tiene facilidad para contactar a sus distribuidores en caso de alguna anomalía, pues tienen control de la red de más de “1,7 millones de distribuidores independientes en todo el mundo” a diferencia otras marcas “que no tienen registro de las compras de los consumidores individuales”.

Al día siguiente, el periódico *El Tiempo* publicó en Colombia las declaraciones del vicepresidente de asuntos médicos y capacitación de *Herbalife*, Luigi Gratton, quien apoyó la postura de la empresa y coincidió en que “[...] la mayoría de las personas relacionadas en los estudios tenían problemas en el hígado, que hacen imposible saber si la acción sobre este órgano fue causada por los suplementos alimenticios”.

Gratton también enfatizó que cada persona es distinta anatómicamente, por tanto cada cuerpo reacciona distinto a los diferentes componentes que ingiere y aquellos que reaccionan mal con sus productos “no se pueden generalizar, frente al 1,7 millones de consumidores diarios de nuestros productos. Contamos con registro sanitario en 56 países”.

Pero las aclaraciones no terminaron ahí. Ese mismo día desde las oficinas de la empresa en Chile enviaron al *Noticiero 24 Horas* un comunicado donde agregó que “[...] no constituyen más que una nueva versión de información vieja, la cual no debe de alarmar a los distribuidores y clientes. Nunca ha habido algún factor científico concluyente que vincule a los productos *Herbalife* con alguna reacción médica adversa”.

El 19 mayo **2008**, Estados Unidos formó parte de la lista de países que investigaba a la marca. Esta vez gracias a la denuncia interpuesta por The Fraud Discovery Institute (Instituto de Hallazgo de Fraude), quien afirmó la existencia de seis productos de la empresa con un alto contenido de plomo.

Al respecto, la agencia de noticias *Reuters* denunció que el laboratorio de nombre Analytical Laboratories de la empresa Anaheim, que supuestamente llevó a cabo el análisis de seis de los productos, jamás dio respuesta a los intentos de la agencia de entablar comunicación para comentar la situación o dar opinión sobre los resultados obtenidos. Por ello los 1.8 millones de distribuidores que eran en aquel entonces continuaron sus operaciones con normalidad.

Después la empresa mandó un comunicado, similar al difundido en 2007, al programa *Noticias Univisión 34* de Estados Unidos en donde explicó que los productos “acatan las

directrices sugeridas por la FDA en cuanto al nivel de plomo que los consumidores pueden ingerir con su seguridad a través de su dieta”.

Cabe señalar que quien inició la averiguación e interpuso la denuncia ante las autoridades estadounidenses fue el Instituto de Hallazgo de Fraude, fundado por un pastor llamado Barry Minkow, quien estuvo siete años en la cárcel por fraudes, pero ahora colabora descubriéndolos, según la agencia *Reuters*.

El pastor aseguró que su única intención era denunciar a la empresa californiana para proteger la salud de la población. Pero, el programa de *Univisión* explicó que Minkow “tiene acciones de *Herbalife* con un valor de 50 mil dólares, pero esas acciones son de las llamadas 'put option' o 'put stores' como les llaman en inglés que significa que si el valor de las acciones de *Herbalife* bajan, la inversión de éste aumenta [...]”.

En ese mismo programa hablaron del abogado a quien le atribuyen la publicación de la carta de denuncia en el sitio *web* de *Fraud Discovery Institute*. Su nombre es Christopher Graul y es conocido por tener un historial largo de denuncias en contra de la empresa de Mark Hughes. Lo más destacable de este noticiero es que los conductores hicieron hincapié en los intereses económicos que había de por medio e, incluso, explicaron la situación y recalcaron la importancia de conocer las versiones de cada parte en ese tipo de hechos.

Quien publicó este documento no fue la Administración de Fármacos y Alimentos sino un instituto, el cual fue fundado por un hombre quien tiene un interés mayor que la protección al público. [tiene] 150 mil dólares de acciones que su valor aumenta una vez que las acciones de *Herbalife* disminuyan, y de hecho el día de ayer cerró en el mercado de Valores [...] a la baja; disminuyeron después de que se publicará este reporte. Por eso siempre es tan importante ver los dos lados de la moneda.

Y en efecto, diez días después del anuncio de los medios sobre las investigaciones la empresa restó más de 5% de su cotización. De acuerdo con *Expansión.com* el 22 de abril de 2008, —un día después de que *El País* anunciara la investigación del Ministerio de Salud— las acciones bajaron 9,34%, “hasta los 42,78 dólares”. Además informaron que “en sólo dos jornadas [acumularon] pérdidas superiores al 12%”.

El 11 de marzo de **2009**, el diario argentino *La Capital* dio a conocer la demanda interpuesta por una chica de 23 años por reacciones alérgicas e insuficiencia respiratoria debido al consumo de los productos durante 2007. Según la demandante, Clara Ramírez, consumió los productos durante seis meses y en octubre ingresó al Hospital Centenario a terapia intensiva. Pero levantó la denuncia hasta el 4 de marzo del 2009 en el juzgado Civil y Comercial N° 2 de Rosario.

La multinivel respondió a través de su médico en Argentina, Patricio Kenni, quien dijo al mismo periódico que los productos son "para complementar dietas insuficientes en

personas sanas, desarrollados y fabricados hace 28 años en 72 países del mundo. Están debidamente autorizados y certificados por las autoridades de cada país”.

Agregó que "es un alimento natural a base de proteínas que se encuentran en concentraciones dentro de un rango de seguridad para evitar problemas en la gente. Esto aleja que la reacción alérgica de esta joven se haya dado por el producto".

Después en junio **2010**, el periódico *Visir* en Islandia informó que los productos que incluyen entre sus componentes té verde, aloe vera y clavos podían estar relacionados con el daño hepático. La multinivel aseguró que el té verde no es usado para la pérdida de peso rápida y agregó que no existían fundamentos científicos que vincularan sus productos con esos casos y que los estudios que hacen referencia al tema habían sido refutados muchas veces según el portavoz de *Herbalife*, de acuerdo con el periódico *Morgunbladid*, que además adjuntó el comunicado en inglés enviado por Vasilios H. Frankos, M.S., Ph.D., Vicepresidente de Global Product Science, Safety and Compliance.

Dos años después, inició una de las batallas legales más extensas para la multinivel. Esta vez con la FBI y con acciones en la Bolsa de Valores de Wall Street de por medio. Las acusaciones vinieron del CEO del Fondo de Cobertura Pershing Square's Capital Management, Bill Ackman, quien ese día presentó una tesis en la que denunciaba a la empresa californiana de “esquema piramidal” y fraude, ante cientos de personas y prensa, en el centro de Manhattan el 20 de diciembre de **2012**.

Desde abril de **2014**, la empresa continuó defendiéndose y declaró ser inocente de las acusaciones. Mencionó cómo ha tratado de cumplir con las reglas estipuladas por la ley a través de un comunicado en el que también exhibió las prácticas ilícitas de Ackman.

Al mes siguiente, Carlos López Ortega, director general de *Herbalife* Colombia, dio su postura sobre la investigación que abrió el FBI en su contra al diario *Dinero.com*.

Esto lo han hecho antes y ahora lo está aplicando con nuestra empresa, pues el mercado bursátil se basa en la confianza y esta es la que define el precio de la acción. [...] Cotizamos en Bolsa de Nueva York y estamos abiertos a cualquier evaluación. La FTC no está investigando una denuncia, está evaluando nuestros procesos y nos satisface que lo haga porque al final va a salir una confirmación de que lo estamos haciendo bien y que los mensajes que han salido al mercado tratando de especular con la acción no son ciertos.

Alan Hoffman, vicepresidente ejecutivo de asuntos corporativos globales de *Herbalife*, anunció en un comunicado titulado “The siege of *Herbalife*”, el 9 de septiembre de 2015, que "A pesar de este ataque sin precedentes y de tres años, millones de personas en todo el mundo siguen disfrutando de nuestros productos todos los días y el último trimestre hemos disfrutado de un crecimiento en 5 de nuestros 10 principales mercados", según *Reuters*.

Pero, durante los tres años de batalla entre *Herbalife* y Bill Ackman hubo otros sucesos. Por ejemplo, *Herbalife* aseguró que siempre coopera con las distintitas entidades

gubernamentales de cada país en materia sanitaria, pese a las críticas en los últimos 10 años. Tal fue el caso en São Paulo, Brasil donde la empresa decidió retirar voluntariamente el producto "Instant Healthy Meal Nutritional" en **2013**.

De acuerdo con el periódico brasileño *Extra*, la multinivel quitó el producto porque en el etiquetado mencionaba que no contenía leche, pero sí incluía entre sus ingredientes proteína de leche; lo que podía afectar a personas alérgicas. Para evitar sanciones gubernamentales y problemas mayores decidió hacer una reformulación.

“Las personas con alergias a la leche corren el riesgo de reacciones alérgicas graves, potencialmente mortales. [...] Intolerancia a la lactosa no es lo mismo que alergia a la leche y no se debe confundir”*, advirtió la firma estadounidense.

Según la multinivel, hasta 2013 no había registros de efectos adversos asociados con batidos. Sobre la decisión fue notificada la Food and Drug Administration [agencia del gobierno de Estados Unidos para el control de alimentos, medicinas, cosméticos y otros productos relacionados con la salud].

Después a finales de **2014** sucedió el caso de Lorena Peralta en México, el cual vinculaba a los productos como posibles causantes de la muerte de la joven chapaneca. La marca aseguró que era noticia “falsa”.

Sobre el deslinde público de la empresa, *La Nación* publicó en Colombia otro extracto del comunicado de *Herbalife* México firmado por Octavio Moreno Escárcega, director senior de Asuntos Gubernamentales y Relaciones Públicas; en el cual aseguró que cuentan con un “sólido respaldo científico” que “ha sido corroborado por estudios realizados por instituciones de prestigio como el Instituto Nacional de Salud Pública y la Cámara de la Industria Alimentaria de Jalisco; así como cumplir con las normas de la Comisión Federal para la Protección de Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) y la Administración de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos. También destacó que malteada Fórmula número 1 es “100 % segura”.

Incluso en su página *web* oficial mencionan la investigación específica por parte de grupos de investigación la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) sobre la “seguridad y eficacia de *Herbalife* Número 1”, es decir, la malteada clásica.

Más tarde la empresa recibió un comunicado, firmado por el doctor Jairo Trejo Pérez, del Hospital General de Huixtla, Chiapas, en el cual negaba que algún médico del lugar hubiera

*"Indivíduos com severas alergias ao leite correm o risco de sérias reações alérgicas, com ameaça à vida. [...] A intolerância à lactose não é o mesmo que alergia ao leite e não deve ser confundida, alertou a companhia americana de suplementos nutricionais”.

vinculado a la misma con la muerte de Peralta y que no contaban con elementos para relacionarlos. Informó que el deceso fue consecuencia de “una enfermedad grave preexistente y no porque presentara afectaciones por presencia de plomo en la sangre”. El documento fue presentado en varios medios digitales como *El Heroico* de Tabasco y el sitio *web* oficial de la marca.

El 2 de noviembre de 2014, *El Mañana Nacional* publicó la respuesta de la empresa ante las declaraciones del padre de Lorena, quien además mostró los estudios clínicos que señalaban la supuesta presencia de altas concentraciones de plomo en la sangre.

La toxicidad aguda por plomo es poco común que se presente en comunidades desarrolladas y cuando ocurre, los casos se asocian a menudo con las exposiciones ambientales, que incluyen pinturas, contaminantes, pesticidas y solventes. También [...] muchos alimentos naturales y procesados, incluyendo productos lácteos, chocolate y verduras, así como productos elaborados con ingredientes naturales, contienen cantidades extremadamente pequeñas de plomo; [...] sin embargo, no representan ningún riesgo para los consumidores.

Ante éste y anteriores casos recopilados desde 2007 *Herbalife* siempre ha mantenido la postura de ser una empresa de productos confiables que están validados por expertos, tal y como lo mencionó en nuestro país Miguel Fernández Calero, vicepresidente ejecutivo de las Américas de *Herbalife* para el programa *El Financiero* en mayo de 2014.

Incluso, la empresa afirma contar con respaldo científico en su página *web* oficial en México. También menciona el apoyo de laboratorios importantes e instituciones académicas como el Centro para la Nutrición Humana de la Universidad de California, sin embargo, aclara que estas instituciones no dan respaldo a productos ni servicios específicos.

En concreto Gary Swanson, vicepresidente de Seguridad y Control de *Herbalife*, en un vídeo realizado por la misma empresa, en septiembre de 2015, describió parte del proceso de control y análisis de los productos antes de su comercialización.

Con análisis en todos los procesos garantizamos la pureza y potencia de un ingrediente desde que llega de los campos al proceso de manufactura, empaquetamiento y distribución. Revisamos que los niveles de vitaminas y minerales sean los que digan las etiquetas y analizamos con rigor hongos, mohos, impurezas bacteriales y contaminantes ambientales.

De acuerdo con el video, los productos nuevos son analizados y probados por meses antes de salir a la venta para monitorear su estabilidad. Además menciona la existencia de pruebas de condiciones climatológicas para poder exportar a diferentes países sin importar las temperaturas variables de cada región.

Bill Frankos, vicepresidente Global Product Science, Safety and Compliance, agregó que existe “un sistema de vigilancia avanzada para monitorear cualquier informe acerca de la calidad de los productos o efectos en la salud que puedan resultar por su consumo”.

En materia de regulación gubernamental la empresa afirma que sus productos siguen las leyes (incluyendo las de etiquetado y fabricación) que resguardan la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), respectivamente.

Sobre las revisiones de cumplimiento explican que “Los proveedores de materias primas periódicamente son inspeccionados y auditados por *Herbalife* de acuerdo con los procedimientos escritos de garantía de calidad de la empresa”. Pero no mencionan que PROFECO o COFEPRIS realicen la misma tarea. Según la firma, únicamente la Food and Drug Administration (FDA por sus siglas en Inglés) supervisa las instalaciones y productos.

En cuanto a las obligaciones de la empresa están la de “presentar notificaciones acerca de cada producto, mostrando afirmaciones sobre su estructura/función” e informar sobre las irregularidades o casos extraordinarios que los involucre.

De esta información sale a relucir una interrogante: Si los órganos desconcentrados de la Secretaría de Salud no inspeccionan las instalaciones ni los productos ¿cómo pueden asegurarse del cumplimiento de las leyes e incluso corroborar que las notificaciones e informes que les envían son correctos y reales?

El discurso de la ley

El consumo de plantas y frutos como remedios medicinales y con fines terapéuticos data de hace miles de años, particularmente de civilizaciones orientales como la sumeria y china en donde el consumo de laurel, tomillo y opio eran esenciales. Aunque en las regiones occidentales estas prácticas de consumo fueron más recientes no dejaron de ser indispensables para la cura de sus pobladores.

Con la llegada de los avances científicos y la medicina alópata por momentos pareció que la medicina herbolaria había perdido terreno; sin embargo, en la última década parece haber cobrado mayor fuerza tal y como lo reflejan algunos datos. Tan sólo en 2012 la Organización Mundial de la Salud confirmó que “80 % de la población mundial hace uso de las medicinas herbales para cubrir sus necesidades de salud”, según la *Revista de la Facultad de Salud Pública y Nutrición* en Monterrey.

En el caso de México, la práctica es común, pues “siendo uno de los países con mayor biodiversidad y mayor tradición en medicina herbolaria, cuenta con aproximadamente 30 mil especies de plantas, de las cuales 3 mil son consideradas medicinales”.

Pero dentro de la historia de la herbolaria también existe un lugar para el génesis de los suplementos alimenticios, el cual está directamente relacionado con la dieta de los atletas desde la época de los griegos y romanos que consumían proteínas gracias a su alimentación primordialmente vegetariana, aseguró Josué E. Herrera Orea en su tesis “Las implicaciones

de una reglamentación mundial antidopaje desarmonizada a partir de la creación de la Agencia Mundial Antidopaje. El caso de los suplementos nutricionales” de 2014.

Sin embargo, la relación y estudio de las dietas y los beneficios que aportaban a los atletas no tuvo lugar sino hasta el siglo XX cuando la ciencia aplicada al deporte tuvo auge. Según Elizabeth A. Applegate y Louis E. Grivetti, fue hasta 1940 cuando descubrieron los potenciales beneficios de los suplementos proteínicos, al entender que tenían “la capacidad de desarrollar la masa muscular en los atletas de fuerza, tales como la halterofilia y lucha”.

Desde entonces la industria dedicada a la fabricación de estos productos nutricionales ha crecido exponencialmente. Tan sólo en este país dicho mercado tiene un valor de 11 mil millones de pesos anuales y cada año aumenta, según *Animal Político*.

Para algunas instituciones representa una posible solución para mejorar las condiciones de alimentación y nutrición de las sociedades como es el caso de International Food Policy Research Institute, quien en 2014 en Washington, DC, a través de un reporte manifestó que “una de las políticas sociales de intervención que ayudan a mejorar las condiciones nutricionales en los países son los suplementos alimenticios, sobre todo en poblaciones vulnerables”, mencionó el mismo medio en octubre de 2015.

El Banco Mundial y el Instituto Internacional de Investigación de Políticas de Alimentos (IFPRI, por sus siglas en inglés), también creen que sería positivo mejorar las condiciones de alimentación, sobre todo en lugares con “déficits nutricionales”, porque implicaría fomentar el desarrollo económico “al optimizar las condiciones de salud de las personas”.

Es decir, beneficiaría a los gobiernos en gran medida. Pero la adopción de políticas de salud, así como el tratamiento de los suplementos alimenticios han sido distintos en cada país, lo cual significa que en los próximos años habrá países que gocen de mayores beneficios mientras otros enfrenten severas crisis.

En México existen algunas lagunas en términos legales en cuanto a productos para bajar de peso y nutrición en general. Basta querer definir algunos de los integrantes del amplio abanico de ofertas existentes en el mercado para ver la serie de contradicciones y confusión que existe entre entidades gubernamentales.

A pesar de que los suplementos alimenticios sí aparecen en la normatividad de la Ley Federal de Salud y existen ante la COFEPRIS —a diferencia por ejemplo de los productos milagro— también están en una posición ambigua.

Sobre los productos milagro se sabe que, además de no existir como término en ninguna legislación, carecen de investigaciones científicas que los avalen pero son comercializados muchas veces como productos supuestamente naturales con el fin de evitar las regulaciones que necesitarían si éstos fueran registrados como medicamentos. Así lo señaló Patricia

Ortega Ramírez, Doctora en Ciencia Política y profesora investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), campus Xochimilco, en la tesis de Rodríguez Romo.

Otra característica de estos productos es que tienen como principal apoyo la publicidad, “intentan dar la impresión de que son medicamentos, suelen anunciarlos personas que aparentan ser médicos, pero ninguno es milagroso, prometen cosas que si en el mejor de los casos las cumplieran, implicaría un riesgo para la salud”, así lo describió el Doctor y director de comunicación y ciencia de la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica, A.C. (AMIIF), Gustavo Hernández.

Cabe destacar que para este doctor los suplementos sí entran en esta categoría milagro al igual que para la Ley Federal de Salud, en el Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios, y el Reglamento de Ley Federal de Salud en Materia de Publicidad. De manera indirecta, los suplementos alimenticios así como los tés e infusiones pertenecen a la tipología de producto milagro, aunque no aparezca el concepto como tal o así lo explica Emanuel Rodríguez Romo en su antes citada tesis.

Actualmente, Cofepris no cuenta con una clasificación de cada producto al que denomina “milagroso”, al igual que la Secretaría de Salud o alguna otra dependencia. Uno de los motivos que pudiese argumentar la SS es, al igual que la Dra. Patricia Ortega, que al no existir los productos milagro, por obviedad, no pueden haber una clasificación de ellos.

Según Romo sólo hay algunos indicios de éstos en pequeños extractos de la Ley Federal de Salud, del Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios y del Reglamento de la Ley Federal de Salud en Materia de Publicidad, pero ninguno los menciona como tal.

Otra característica del producto milagro es que ofrece cambios visibles sin mayor esfuerzo. El jefe del departamento de farmacia de la Facultad de Química y Doctor, Andrés Navarrete Castro, explica que éstos tienen como objetivo proporcionar beneficios rápidos a los consumidores. “En realidad tiene un blanco que es solucionarles algo con un menor esfuerzo, que sin hacer ejercicio y sin cambiar el estilo de vida o modificar sus hábitos alimenticios, están dando una solución aparente”.

Pero los suplementos alimenticios tampoco tienen que pasar numerosas normatividades, incluso, resultan mucho más fáciles de comercializar, comparados con los medicamentos. Sin embargo, lo alarmante no es que estos productos entren en categoría indirecta de producto milagro, sino las graves acciones ilegales a las que están expuestos.

De acuerdo con Iván Guillermo de La Chica López en su tesis “Determinación del contenido de Resveratrol en suplementos alimenticios de venta en el Distrito Federal” de 2015, en México no existen estudios científicos que garanticen la calidad y seguridad de los suplementos nutricionales que se venden.

Postura que comparte Josué Herrera en su antes citada tesis al asegurar que no sólo esto ocurre en nuestro país. “[...] las supuestas mejoras anunciadas pueden ser potencialmente dañinas, además de que su sustento científico es escaso o nulo. La regulación de los suplementos nutricionales es un área polémica, ya que no existe un régimen internacional de regulación y los gobiernos difieren en sus posturas y prácticas”.

En materia deportiva la situación también es delicada tal como lo describen O. Molinero and S. Márquez del Department of Physical Education and Institute of Biomedicine de la Universidad de León en España, en un artículo del 2009 titulado “Use of nutritional supplements in sports: risks, knowledge, and behavioural-related factors”.

Debido a la falta de regulación de la industria de suplementos, existe una enorme cantidad de productos en el mercado que son de valor, contenido y calidad dudosos. Muchos contienen sustancias prohibidas en el deporte y se han asociado con morbilidades y mortalidades significativas. A pesar de la gran cantidad de datos disponibles, resulta llamativa la información escasa o errónea por parte de los deportistas y se debe prestar especial atención a las implicaciones de un uso no supervisado correctamente.

Los tres coinciden en la escasa o nula regulación gubernamental, la cual repercute en que la mayoría de los fabricantes no tengan la obligación de pagar investigaciones científicas contundentes ni llevar el riguroso control de calidad que llevan, por ejemplo, los fármacos.

Así lo señaló Eréndira Mejía en 2007, al explicar que muchos de estos se escudan bajo etiquetas con la leyenda “este producto no es un medicamento” o son registrados como un tipo de medicina alternativa. Aseguró que sin evaluaciones los efectos no están demostrados y son un peligro en el mercado. Pero es sólo un ejemplo de las tantas deficiencias normativas que hay; las cuales aseguró “se traducen en la ausencia de un marco reglamentario que ofrezca bases para contar con estándares de calidad”.

En efecto, algunos expertos creen que una manera en la que los productos milagro (incluyendo suplementos) esquivan las normatividades es a través del etiquetado, donde “aseguran ser producto alimenticio”, así lo describió la Doctora Patricia Ortega.

Eréndira añadió que con leyendas similares a “Su uso es responsabilidad de quien lo recomienda y de quien lo usa”, el productor “se deslinda de cualquier responsabilidad en relación con efectos colaterales nocivos o falta de efectividad, en el aun no demostrado alivio de la enfermedad con el que se les promueve”.

Evidentemente, el etiquetado puede convertirse en una especie de protección para toda la gama de productos nutricionales al aprovecharse de los vacíos legales, lo cual pone en aprietos a todas las entidades gubernamentales competentes en el tema. Lo más alarmante es que la situación parece similar en otros países.

En México las instancias gubernamentales encargadas son la Secretaría de Salud, la Comisión Federal de Protección Contra Riesgos Sanitario (COFEPRIS) y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO).

De acuerdo con la Ley General de Salud y la Secretaría de Salud, en lo relativo a (Art. 17 bis), la COFEPRIS tiene entre sus funciones prevenir y controlar los efectos nocivos de los factores ambientales en la salud; así como controlar los productos, servicios e importación, y los establecimientos que participan en el proceso de los productos

Cabe destacar que esta entidad gubernamental tiene como misión “proteger a la población contra riesgos a la salud provocados por el uso y consumo de bienes y servicios, insumos para la salud”, por medio de “la regulación, control y prevención de riesgos sanitarios”.

De acuerdo con la comisión, entre las leyes más relevantes que componen el marco regulatorio de los suplementos están cuatro. La Ley General de Salud; El Reglamento de Control Sanitarios de Productos y Servicios; El Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, y la Norma Oficial Mexicana, Practicas de Higiene para el Proceso de Alimentos, bebidas o suplementos alimenticios (NOM-251-SSA1-2009).

Sobre el tema de control de calidad la empresa *Herbalife* asegura en su sitio *web* oficial en México que los primeros dos órganos gubernamentales (PROFECO Y COFEPRIS) son quienes regulan sus productos en este país.

Según COFEPRIS todos los suplementos alimenticios deben de cumplir con el marco jurídico vigente que está conformado por la Ley General de Salud, el Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios y el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad. Este último “determina las plantas prohibidas o permitidas para tés, infusiones y aceites vegetales comestibles”.

Sin embargo, en septiembre de 2015 la comisión destacó a través de INFOMEX que no existen criterios de aprobación para la venta de suplementos alimenticios en todo el país; únicamente “los establecimientos que comercialicen dichos productos deben cumplir con lo estipulado en el artículo 200 bis de la Ley General de Salud [...]”.

Al cuestionar la existencia de estudios de calidad sobre los productos de la empresa californiana, la comisión respondió en el mismo documento que “[...] se ingresaron 04 solicitudes de consulta para la emisión de una opinión técnica para determinar la figura regulatoria que le corresponden a los productos en base a la evaluación de la formulación y etiquetado”.

En noviembre de ese año la entidad describió a fondo dichas solicitudes. La empresa pidió la evaluación de los productos “24 Prolong” en 2013, así como de “Herbalife, Herbal Aloe, concentrado de sabor mandarina” y “Herbalife, Roseguard, tabletas con extracto de

Romero” durante 2015. La comisión resolvió que todos pertenecían a la categoría de suplemento alimenticio.

Dicha respuesta sugiere que la comisión sólo hace este tipo de pruebas cuando el fabricante lo solicita de manera voluntaria. La empresa tiene 25 años en México y la comisión sólo tiene cuatro “evaluaciones de opinión técnica” y la más antigua es de 2013. Por tanto, no existen en esa entidad estudios que comprueben directamente la calidad y seguridad puesto que éstos estuvieron enfocados, en pocas palabras, sólo a determinar a qué categoría pertenecían dichos productos.

Para muestra basta mencionar que en 2003 la comisión realizó una evaluación a 851 productos naturales para definir su categoría. De dicho trabajo titulado “Consideraciones acerca de la Regulación Sanitaria de Productos Herbolarios y Vitamínicos” de 2003, la comisión emitió un especie de clasificación en la que encontraron las categorías de **suplemento alimenticio, medicamento herbolario, remedio herbolario, medicamento vitamínico y medicamento alopático**.

Para la institución existen dos parámetros que los diferencian. El primero es el propósito o la indicación del producto. Por ejemplo, todos los **medicamentos** (herbolarios, vitamínicos y alopáticos) tienen explícita alguna función como aliviar o prevenir algún síntoma o padecimiento, la cual es avalada por estudios científicos. También la entidad especifica que sólo los medicamentos, en particular los herbolarios, son los únicos que tienen permitido contener “plantas o sus derivados con actividad psicotrópica o que implican otros riesgos”.

Con los **remedios herbolarios** es distinto, pues éstos “solamente se apoyan en el conocimiento popular o tradicional y se emplean como auxiliares sintomáticos”, de acuerdo con el Reglamento de Insumos para la Salud. Es decir, no alivian padecimientos sino ayudan a menguar los síntomas a alguna enfermedad.

Ese mismo reglamento en el artículo 88° los define como preparados de plantas medicinales que son presentados “en forma farmacéutica”, cuyo alivio a algunos síntomas de una enfermedad es atribuido por “conocimiento popular o tradicional”. Según la ley no deben incluir “sustancias estupefacientes o actividad hormonal, antihormonal o cualquier otra sustancia en concentraciones que represente riesgo para la salud”.

Los **suplementos alimenticios** tienen como objetivo solamente complementar la dieta sin incluir algún tipo de propiedad terapéutica y sin componentes psicotrópicos.

El otro parámetro para distinguirlos es la dosis. La diferencia entre un suplemento, un medicamento y un remedio es que si bien los tres pueden incluir “diversas plantas o extractos que tienen acción farmacológica o toxicidad dependientes de la dosis”; no es la misma cantidad la que requieren. Por ejemplo, el suplemento, que no tiene la obligación de

curar alguna enfermedad, utilizará una cantidad menor que los medicamentos o remedios herbolarios quienes utilizarán “dosis con acción farmacológica”.

En este contexto parece fácil distinguir entre productos naturales, pero existe otra categoría con la que podrían ser confundidos los suplementos y son los medicamentos vitamínicos. Si bien, entendemos que los medicamentos tienen una acción curativa comprobable, la Ley General de Salud no los clasifica por separado sino los tiene en calidad de “alopáticos”, pero según el Reglamento de Insumos para la Salud cualquier producto con vitaminas y minerales ya es un medicamento, sin importar la dosis de sus componentes.

Según este documento del comité científico de COFEPRIS, ambos productos (suplementos y medicamentos vitamínicos) son considerados casi lo mismo, pues en estricto sentido dichos medicamentos tienen el mismo objetivo que los suplementos de “incrementar, complementar o suprimir componentes de la alimentación”.

Entonces ¿Cuál es la característica decisiva para categorizarlos? Según el comité, la intensidad u objetivo que el producto describa. “Las concentraciones altas de vitaminas y minerales propias de las dosis terapéuticas, sólo deben estar contenidas en los medicamentos”, asegura el comité. Entonces, si el producto cura algún padecimiento, utiliza altas dosis de vitaminas y minerales y es considerado medicamento; pero si su objetivo sólo es apoyar o complementar la alimentación diaria, se entiende que usa menos cantidades y se considera como suplemento. Parece ser que todo recae en el etiquetado que decida consignar el fabricante.

En este trabajo utilizaron tres criterios de clasificación que fueron *finalidad*, *contenidos* (planta, vitaminas y minerales, otros nutrientes y fármacos) y *evidencias* (seguridad y eficacia).

Empero, no mencionaron marcas específicas ni la existencia de pruebas realizadas por la institución para corroborar las evidencias. De acuerdo con la tabla obtenida del mismo documento de 2003 (Ver tabla 1 del anexo) sugiere que tomaron como referencia la existencia de evidencias de seguridad y eficacia que los fabricantes proporcionaron. Es decir, si las presentaron o no, eso fue lo que determinó a qué categoría pertenecían, pero parece que no hubo corroboración externa de éstas por parte de la institución.

En el caso de los suplementos las evidencias de seguridad sí deben ser demostradas por parte del fabricante, pero las de eficacia no son necesarias. De igual forma destacan que las evidencias de seguridad sólo deben presentarse cuando las autoridades las exijan, lo cual parece sugerir que tampoco son de carácter obligatorio, pero si las exigen y no existen puede ser negada la autorización de comercialización. Según la comisión “Los fabricantes o titulares de un suplemento deben contar con una monografía de cada componente en la que expresen datos y las fuentes de donde estos se derivan que avalen la seguridad de su uso”.

Cabe destacar que la vigilancia y control se lleva a cabo hasta que los productos están a la venta y no antes; es decir, no necesitan registro sanitario y tampoco pasan por pruebas que demuestren que su consumo no afecta a la población. El sitio *web* de la institución enfatiza en la importancia de la responsabilidad de los productores para cumplir con los requisitos de ingredientes y etiquetas.

A pesar de no existir pruebas específicas de calidad y eficacia, sí ubicaron sustancias no autorizadas por la legislación mexicana por su potencial daño a la salud, en algunos de los productos clasificados. Éstas fueron ordenadas en tres categorías: plantas, químicos y hormonas, y productos animales (Ver tabla 2 en anexos).

El 31 de agosto de 2015, COFEPRIS mencionó que no existen registros sobre casos de daño hepático, renal e intoxicación por consumo de suplementos alimenticios y/o productos para bajar de peso a nivel nacional. La comisionada de Evidencia y Manejo de Riesgos de la Comisión, Rocío Alatorre Eden Wynter, afirmó que tampoco existen casos registrados de alguno de los anteriores padecimientos ligados directamente con la marca estadounidense.

De acuerdo con la multinivel californiana, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) es la segunda entidad encargada de regular sus productos. Sin embargo, en agosto de 2015, la procuraduría mencionó a través de INFOMEX que no es parte de sus funciones evaluar o aprobar la venta de un producto en el país. En el mismo documento la Directora de Investigación Químico Biológicas, Q. Ma. Guadalupe Velasco Rodríguez, detalló que no existe ningún estudio de calidad realizado por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor sobre *Herbalife*.

Esto resultó en incumplimiento de los objetivos que persigue la entidad gubernamental, pues su deber es “Proteger y defender los derechos de las y los consumidores, [...] [y] Proporcionar información oportuna y objetiva para la toma de decisiones de consumo”. Incluso, la entidad describe que tiene como misión la protección de los consumidores al garantizar “el acceso en mejores condiciones de mercado a productos y servicios [...]”.

En 2004, en un artículo especial dedicado a los productos milagro la procuraduría explicó que sí verifica y revisa el cumplimiento de los productos según las leyes. Sin embargo, no quedó claro si para la procuraduría los suplementos alimenticios forman parte de la categoría de producto milagro y si son o no verificados por su personal.

Mientras Cofepris se encarga de prevenir los riesgos sanitarios que puedan ocasionar los productos milagro, Profeco realiza constantemente visitas de verificación para inmovilizar aquellos productos que en sus empaques y en su publicidad prometen resultados engañosos, o no cumplen con las normas de calidad y etiquetado que establece la legislación mexicana.

Sobre el tema de los estudios de calidad, la procuraduría ha hecho aproximadamente 148 estudios, que van desde cargadores de celulares hasta salchichas, pero ninguno relacionado

con el tema de productos herbolarios, muchos menos sobre suplementos alimenticios en particular. México es el cuarto lugar en ventas de estos suplementos, sólo por debajo de Estados Unidos, Canadá y Japón, de acuerdo con la Fundación Mexicana de Salud en México en julio de 2015.

De dicho número de estudios, sólo destacan dos relacionados indirectamente con el tema. Uno realizado en noviembre de 2013 sobre 95 marcas de alimentos adicionados con minerales para averiguar “qué tanto le suman a tu salud”, donde estudiaron productos de soya, alimentos en polvo y barras de cereal, por mencionar algunos, y cabe señalar que mostraron la imagen y marca de cada producto.

El segundo estudio fue realizado en 2014 y fue sobre productos adicionados con vitamina C, donde analizaron 50 marcas de bebidas saborizadas, chocolate en polvo, leches con grasa vegetal, entre otros; dicho trabajo mostró graficas comparativas del contenido por miligramos que ponían en contraste a las mismas y de igual manera mostraba las marcas.

Sin embargo, en el documento que envió la procuraduría el 05 de agosto de 2015 para responder sobre la existencia de estudios de calidad de la empresa *Herbalife*, la comisión anexó una nota donde aclara que la entidad no puede recomendar productos específicos.

Le recuerdo que esta procuraduría no puede recomendar un producto o servicio en específico, ya que no cuenta con los elementos necesarios para determinar cuál de los proveedores resulta la mejor opción.

Sobre el tema de la presencia de plomo en los productos *Herbalife*, la multinivel no menciona abiertamente que sí contenga cierta cantidad, pero lo sugiere de manera indirecta, pues aclara que cumple con el límite estipulado por la ley en su sitio *web* oficial. “Los productos Herbalife® se encuentran regulados por las normas, reglamentos y procesos de PROFECO y COFEPRIS. En otras partes del mundo, nuestros productos también cumplen con todos los requisitos reglamentarios locales que rigen los límites de plomo”.

No menciona concretamente que entre sus componentes exista el plomo, pero sí aclara que cumplen con los límites reglamentarios y tampoco menciona cual es la cantidad específica establecida por la ley ni cuánto contiene cada uno de sus productos.

Al investigar cuál es el límite exacto de nivel de plomo que puede contener un suplemento alimenticio en nuestro país, la procuraduría explicó que está es variada dependiendo los alimentos, pero para el caso de éstos el Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios establece que “no deberán contener contaminantes químicos y biológicos que puedan poner en riesgo la salud del consumidor”. Dicha información tampoco aclaró cuál es el límite real de consumo establecido, y por ende refleja la existencia de ambigüedades sobre las regulaciones a los suplementos.

Es difícil entender cómo es que estos dos órganos desconcentrados de la Secretaría de Salud se encargan de regular y vigilar el cumplimiento de los lineamientos legales de estos productos nutricionales si las mismas leyes no son claras ni existen consensos entre los reglamentos.

Dentro de este contexto, todo indica que quién regula principalmente todo lo relacionado con suplementos es la Ley General de Salud acompañada de los reglamentos mencionados anteriormente. Tal y como lo explicó Josué Herrera en su antes citada tesis de 2014.

En el caso de la Ley general ya vimos los puntos más importantes que corresponden a los suplementos y que van desde su definición hasta lo que pueden contener o no, pero donde recaen todos los criterios de control es sobre el Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios (RCSPS).

Dicho reglamento otorga seis artículos (del 168 al 174), al tema de suplementos alimenticios. En ellos establece, por ejemplo todos los componentes que pueden incluir de acuerdo a la ley, así como los que no deben utilizar —como es el caso de la efedrina— además, especifican cómo debe ser el etiquetado, por lo que se citarán a continuación.

En el Título Décimo Noveno, Capítulo Único, del RCSPS, **artículo 168** establece que el consumo de los suplementos “adicionados o no de vitaminas o minerales, no debe representar un riesgo para la salud”. El **artículo 169** advierte que es imposible incluir en éstos sustancias como “la procaína, efedrina, yohimbina, germanio, hormonas animales o humanas, las plantas que no se permiten para infusiones o té, o cualquier otra sustancia farmacológica reconocida o que represente riesgo para la salud”; de lo contrario “quedará sujeto a que se demuestre científicamente ante la Secretaría la inocuidad de las mismas”.

El **artículo 170** establece que los fabricantes deben someter a “tratamientos, controles o procedimientos que abatan la flora microbiana que la acompaña y los residuos físicos o químicos que puedan dañar la salud”. Si éstos llegan a incluir “propiedades terapéuticas, preventivas o rehabilitatorias, no podrán comercializarse en el territorio nacional, salvo que cumplan con las disposiciones aplicables a los insumos para la salud”, según el **artículo 171**.

Mientras que los **artículos 173 y 174** recalcan la norma al describir los requisitos de etiquetado donde queda prohibido “presentar información que confunda, exagere o engañe en cuanto a su composición, origen, efectos y otras propiedades del producto”; así como evitar “leyendas que afirmen que el producto cubre por sí solo los requerimientos nutrimentales del individuo o que puede sustituir alguna comida”, respectivamente.

Sin embargo, el **artículo 172** sugiere que estas disposiciones no son obligatorias pues según el reglamento “La Secretaría podrá solicitar” algunos requisitos de información como son el nombre de cada ingrediente, nombre científico en el caso de plantas y la monografía

para aquellas sustancias no comunes; Fórmula cuantitativa o la muestra de la etiqueta original e información con la que se comercialice.

Aparentemente las reglas son claras, pero en la práctica no aseguran el bienestar de los consumidores. Por ejemplo, todos los artículos, excepto el 172, se aplican a los suplementos hasta que ya están a la venta y no antes, pues no es obligatorio presentar sustento científico ni es necesario contar con registro sanitario. Es decir no requieren aprobación de ninguna instancia y por tanto no necesitan pasar pruebas que corroboren que están cumpliendo con lo establecido.

El fabricante sólo debe notificar mediante un trámite (aviso de funcionamiento) a la autoridad que está produciendo e informar su ubicación y tipo de producto para ser “supervisado eventualmente”. En pocas palabras, no hay manera de comprobar que el consumo de éstos no “representa un riesgo para la salud” antes de que se pongan a la venta.

La situación puede ser más delicada de lo que parece. Al no existir manera de corroborar el cumplimiento del **artículo 169** es posible que una empresa informe que comercializa suplementos y en realidad sean medicamentos cuyos efectos no han sido comprobados.

¿Cómo evitar riesgos? Parece que no hay más opción que esperar dos cosas: que las autoridades organicen una investigación para categorizar los productos cada año (como hizo COFEPRIS en 2003) para descubrir que muchos productos sí contienen “sustancias poco conocidas que puedan representar un riesgo o daño para la salud”. O esperar a que causen efectos secundarios y/o daños a la salud en una gran cantidad de personas para que las autoridades exijan investigación científica y documentación acorde a la Ley General de Salud a un fabricante en específico.

El **artículo 172** también fomenta la omisión de datos por parte de los fabricantes, pues sugiere que los requisitos para especificar la información de los componentes de manera permanente no son de carácter obligatorio sino que puede ser solicitada por las autoridades únicamente en casos específicos.

Otro aspecto a destacar es que las categorías de productos herbolarios (suplementos alimenticios, medicamentos herbolarios y remedios herbolarios) obtenidas por COFEPRIS están en distintas subcategorías. Unas forman parte del Reglamento de Insumos para la Salud (RIS) y otras al Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios (RCSPS); por ende deben cumplir lineamientos distintos.

En el caso de los medicamentos y remedios herbolarios ambos forman parte del (RIS), pero a su vez están en distinta clasificación. Los insumos se dividen en tres grupos: los Medicamentos (ahí entran los medicamentos herbolarios), los Dispositivos Médicos y al parecer los Remedios Caseros son el tercer grupo. La única categoría que no es incluida es

la de los suplementos alimenticios porque está en el RCSPS y corresponde al grupo de los alimentos y por tanto es una subcategoría.

Para entender con mayor claridad resulta útil compartir dos tablas de los hermanos Carolina y Vicente Romero Díaz de la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, quienes resumieron gráficamente la situación y falta de regulación de los suplementos en su tesis titulada “Investigación de los Requisitos Técnicos y Regulatorios de Productos Herbolarios de Fabricación en México” en 2010 (Ver tablas 3 y 4 del anexo).

La primera tabla muestra que de los 18 requisitos para el registro de los productos herbolarios, únicamente cinco son de carácter obligatorio para los suplementos alimenticios. La segunda ubica en qué posición están los tres tipos de productos que hemos analizado (suplementos alimenticios, medicamentos herbolarios y remedios herbolarios).

Queda claro que la situación para los suplementos no sólo es confusa, incluso, puede ser contradictoria legalmente. Por ejemplo, para resolver si un producto tiene o no fines terapéuticos, COFEPRIS espera que el fabricante declare “honestamente”. Si hay propiedades curativas entonces las debería declarar como tal en el etiquetado y al hacerlo tener evidencia científica que las avale y por tanto cumplir los requisitos de la categoría de medicamentos del Reglamento de Insumos para la Salud. Por ende, son medicamentos.

Pero la Ley General de Salud contrasta con dicho reglamento y resulta confuso y discordante. En su **artículo 216** especifica que aquellos productos que sean comercializados y sugieran poseer características o propiedades terapéuticas, “deberán en las etiquetas de los empaques incluir la leyenda: ‘Este producto no es un medicamento’”.

Dicha ley en Materia de Publicidad se encarga de regular la promoción de los suplementos. De acuerdo con el **artículo 21** tampoco pueden exaltar propiedades curativas o mencionar afirmaciones de cambios físicos o mentales; a menos de que exista un sustento legal que los ampare y “sean reconocidos por la Secretaría”. También tienen prohibido anunciar la adquisición de habilidades extraordinarias o “realizar comparaciones en menoscabo de las propiedades de los alimentos naturales”, según el **artículo 22**.

Cabe recordar que los suplementos no requieren de registro sanitario ni autorización gubernamental, lo único que deben presentar es una notificación llamada “Aviso de funcionamiento” en el que “se informa a la autoridad la ubicación del fabricante y los productos que elabora para que las autoridades supervisen eventualmente”; según la Norma Oficial Mexicana NOM-251-SSA1-2009 en el Anexo I. “Actividades sujetas a presentación de aviso de funcionamiento o que requieran licencia sanitaria”.

Dicha norma también estipula los requisitos de buenas prácticas de higiene que “deben estar presentes durante el proceso de alimentos, bebidas o suplementos alimenticios y sus materias primas a fin de evitar su contaminación”.

En Estados Unidos, uno de los principales líderes en ventas de suplementos, la instancia encargada de regularlos es la Administración de Alimentos y Fármacos (FDA por sus siglas en inglés), y la Ley de Suplementos Alimenticios, Salud y Educación (DSHEA), promulgada en 1994. Sin embargo, la situación de estos productos en aquel país no resulta muy distinta.

Al igual que el Reglamento de Control Sanitario de Productos, la DSHEA los considera como alimentos y no como medicamentos; por ende sus criterios de evaluación son menos rigurosos. Los lineamientos relacionados con los componentes y las funciones que deben incluir son similares a los estipulados por las leyes mexicanas; salvo la regulación publicitaria.

Los productores estadounidenses gozan de mayor libertad para incluir algunos efectos en su etiquetado, siempre y cuando estén vinculados con fomentar el bienestar a través de los nutrientes; pero no pueden relacionarse con enfermedades de ninguna manera, de acuerdo con la FDA en el apartado 101.36 titulado Nutrition labeling of dietary supplements [El etiquetado nutricional de los suplementos dietéticos] de la Regulación Federal.

También solicita como requisito obligatorio emitir una leyenda en el etiquetado que diga “Esta afirmación no ha sido evaluada por la Food and Drug Administration (FDA)”, a diferencia de COFEPRIS. De igual modo los fabricantes deben aclarar que no es un fármaco con otra leyenda que señale “Este producto no intenta diagnosticar, tratar, curar o prevenir alguna enfermedad”.

Desde 2007, los suplementos tienen la obligación de presentar por lo menos una evaluación que respalde y verifique los componentes que incluye para garantizar la seguridad de los mismos, así como emitir un rotulado más preciso. Lo cual implica que deben ser evaluados antes de circular en el mercado. Esto gracias a la regulación de Buenas Prácticas de Fabricación para los suplementos nutricionales establecido por la misma FDA.

Sin embargo, estas pruebas previas a su comercialización sólo se solicitan cuando el producto contiene uno o más ingredientes nuevos que no estén registrados en la farmacopea estadounidense; es decir que no están incluidos en el registro oficial de medicamentos y componentes aprobados por la ley de cada país.

Otra diferencia entre los marcos jurídicos es que en aquel país no existe el concepto de medicamento herbolario. Si un producto elaborado con plantas cumple con los requisitos que el gobierno estadounidense estipula para los medicamentos entonces éste entra en la categoría de fármaco, pero si no los cumple entra como suplemento dietético. Además en México hay un grupo y un subgrupo para remedios y medicamentos herbolarios por separado mientras en la Unión Americana simplemente no existen con esa clasificación.

También el marco legal estadounidense goza de algunos lineamientos adicionales a los nuestros que permiten controlar mejor la calidad de los productos. Por ejemplo, sobre el tema de la presencia de plomo en productos de consumo humano la FDA y el Servicio de Salud Pública tienen un Código de Alimentos en el cual manejan los niveles de plomo con cifras exactas, el cual está enfocado en los utensilios que tengan contacto con los alimentos, a diferencia del RCSPS en México.

La FDA ha establecido los niveles máximos para la filtración de plomo en los artículos de cerámica u otros materiales tales como son porcelana y cristal. Los artículos que excedan estos niveles están sujetos a ser retirados o a “que otra agencia haga cumplir las medidas”.

En la Unión Europea los productos son regulados por normas nacionales y comunitarias por lo que tampoco han logrado grandes consensos entre los más de 20 países miembros. Aunque existe un marco normativo para los suplementos alimenticios no profundiza en casos donde los productos contienen elementos adicionales a las vitaminas y minerales; así que todos los productos con ingredientes adicionales son tratados de acuerdo a las leyes de cada país, según Herrera Orea.

De acuerdo con él el marco jurídico europeo está conformado por tres elementos: la Directiva 2002/46/CE, el Reglamento (CE) no°178/2002 (como parte del marco de Seguridad Alimentaria de la Unión Europea), y el Reglamento (CE) no°1925/2006; los cuales tratan de unificar criterios para una regulación homogénea.

La Directiva 2002/46/CE tiene la facultad de exigir a todos los Estados miembros que prohíban la venta de cualquier producto si no se ha comprobado antes que es seguro tanto en calidad como en cantidad y que cumple con las leyes. Si es aprobado puede venderse sin receta médica. En términos publicitarios, al igual que en México, tampoco permite incluir en el etiquetado afirmaciones relacionadas con propiedades terapéuticas o curativas.

Sobre las normas de seguridad alimentaria, los suplementos (o complementos como también son conocidos allá) entran en calidad de productos alimenticios —igual que en Estados Unidos y México— lo mismo que todo aquel producto que pueda entrar en dicha categoría compete a la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria. De tal manera que el Reglamento (CE) no°178/2002 y el Reglamento (CE) no°1925/2006 son los encargados de regular y procurar la seguridad de los productos y por ende abarcan todas las sustancias que sirvan para elaborar alimentos y productos alimenticios.

En la Unión Europea sí existe la categoría de medicamentos herbolarios pero los criterios de regulación son más rigurosos. Para poder registrar un producto y que sea aprobado, la empresa debe comprobar la calidad farmacéutica y para demostrarlo tiene dos alternativas.

Puede presentar pruebas preclínicas o ensayos clínicos que demuestren en los resultados que no existen daños a la salud. En caso de que el fabricante quiera registrar un producto

cuyos ingredientes ya han sido evaluados y aprobados en la literatura científica tiempo atrás, la empresa puede presentar las referencias en lugar de las pruebas preclínicas, tal y como lo describe María del Carmen Vidal Casero en el texto “El desarrollo de la Legislación sobre plantas medicinales en la comunidad europea y su incorporación en el Ordenamiento jurídico español. Su problemática”.

La segunda opción es que si el fabricante tiene un medicamento cuya efectividad es real, pero no cuenta con pruebas ni un respaldo científico solamente podrá ser autorizado si ha sido comercializado por un periodo mayor a 30 años con un historial que demuestre que no ha provocado daños a la salud. Pero dicha situación debe exponerse en el etiquetado, pues en los Estados miembros sí es posible detallar la situación de los medicamentos herbolarios de la siguiente manera: “el producto es un medicamento tradicional a base de plantas y [...] su eficacia no ha sido demostrada clínicamente”.

Finalmente, Herrera Orea, los hermanos Romero Díaz y Mejía Aranguere coincidieron en la falta de regulación gubernamental de los productos herbolarios, la imprecisión de términos, así como la falta de conciliación entre las instancias nacionales e internacionales; situación que los llevó a realizar las respectivas investigaciones que reflejan desde distintas perspectivas (salud pública, química farmacéutica y deportiva) la existencia de un marco jurídico sin consenso que beneficie a los principales afectados... los consumidores.

El diagnóstico

En la actualidad es común escuchar la frase “toma mucha vitamina C” cuando hablamos de enfermedades respiratorias comunes como resfriados, gripa o tos. Pero, ¿de dónde viene dicha afirmación que hoy resulta casi irrefutable y parte del conocimiento popular?

Durante la década de 1960 vivió un bioquímico estadounidense de nombre Linus Pauling, famoso por ser uno de los pocos científicos que ha ganado dos veces el Premio Nobel de forma individual y cuya credibilidad en el ámbito de la investigación fue indiscutible durante muchos años. Pauling reformó durante esos años la manera de concebir las vitaminas y sus propiedades para mejorar la salud.

Antes de Pauling los científicos habían descubierto que el cuerpo humano no producía ciertas sustancias (vitaminas), dicha carencia producía padecimientos tales como el escorbuto, raquitismo o deformidades de crecimiento; a estas enfermedades se les conoció como “enfermedades carenciales”. Lo cual demostraba que éstas no sólo surgían por infecciones virales o bacterianas. A partir de entonces los médicos comenzaron a recomendar dietas ricas en frutas y verduras para adquirir las vitaminas necesarias.

A finales de 1960 Linus pensó que si la fórmula para estar sanos y curar ciertas enfermedades era consumir vitaminas específicas, entonces concluyó que consumir dosis mayores podría prevenir muchas otras enfermedades.

Desde 1968 hasta principios de 1990 el investigador enfocó sus estudios en los beneficios de la vitamina C. Trabajó durante muchos años diferentes estudios relacionados con el tema. En 1970 publicó “Vitamin C and the common cold” [La vitamina C y el resfriado común] donde afirmó que la vitamina podría ser la cura a enfermedades como cáncer, bronquitis, enfermedades renales, entre muchas otras. Incluso, en 1986 afirmó que además de combatir el cáncer también ayudaba a detener el envejecimiento. Desde entonces y hasta su muerte sus investigaciones causaron polémica entre la comunidad médica y muchos rechazaron su trabajo e incluso lo llegaron a catalogar como charlatán.

Sin embargo, desde principios de 1970 hasta la actualidad su teoría de consumir grandes cantidades de vitaminas, sobre todo las obtenidas de los cítricos, sigue vigente. Es por ello que a la gente le parece normal consumir productos de origen natural que concentran cientos de beneficios en una sola píldora.

Pero, ¿consumir mil miligramos de vitamina C tendrá consecuencias a la salud si entendemos que eso equivale a comer 14 naranjas? Esa interrogante planteó Paul Offit, jefe de la división de enfermedades infecciosas del Hospital de los Niños en Filadelfia, en una publicación titulada “¿Crees en la magia? El sentido y el sinsentido de la medicina alternativa” en 2013.

Para Offit la idea de consumir vitaminas en exceso resulta un peligro para la salud y así lo expresó para el diario *CNNMéxico*. “Las vitaminas existen bajo esta idea de que no puedes hacerte daño (...) Pero sí puedes, al desafiar a la Madre Naturaleza, tomar esas vitaminas y concentrarlas en cantidades excepcionalmente grandes que normalmente nunca comerías”. Postura que compartió Víctor Dongo Zegarra, director de la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (DIGEMID) de Perú, al mencionar que el exceso de multivitamínicos puede afectar a la salud de niños y adultos en 2010.

En México la opinión fue similar por parte del titular del departamento de Endocrinología del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) de Jalisco, Miguel Escalante P., quien explicó que la gente no reflexiona sobre el exceso hasta que sufre “malestares atribuibles a hipervitaminosis” en junio de 2012. Sin embargo, destacó que aunque es una práctica común sólo “entre el 5 y el 7 % de las personas” llegan a padecerlos.

Una posible explicación de su uso arbitrario es precisamente que los consumidores asocian los productos naturales con la garantía de inocuidad; es decir que no representan un peligro para la salud por contener ingredientes naturales, así lo explicó Mejía Arangure en 2007 al afirmar que hay una “tendencia generalizada” de los consumidores a comprar suplementos “con la creencia del origen natural los hace inocuos y eficientes”.

La Codex Alimentarius define inocuidad como “la garantía de que los alimentos no causarán daño al consumidor cuando se preparen y/o consuman de acuerdo con el uso a que se destinan”.

En el caso de los suplementos alimenticios no hay manera de asegurar dicha característica por cuatro razones: 1) existen muchas hierbas que pueden causar daños a la salud y a pesar de ello son incluidas en estos productos; 2) existen ingredientes activos que no se incluyen en el etiquetado o no se especifican las cantidades reales de cada uno de éstos; 3) sin la presencia de una autoridad que vigile la calidad e higiene con regularidad y parámetros claros es fácil que muchos productos se contaminen o se adulteren; 4) el consumo excesivo de varias vitaminas puede provocar daño a la salud, a pesar de que sean de origen natural.

De acuerdo con la doctora Ruby Ann Chirino Sprung, del Hospital Ángeles del Pedregal, en México “existen unas 350 plantas y hierbas de elevada toxicidad hepática que se emplean en la preparación de té y curas alternativas. Los elementos de estos agentes naturales pueden originar inflamación del hígado, cirrosis, hepatitis C aguda o fulminante, que llega a ser mortal”, dijo al diario *El Siglo de Torreón*.

Chirino explicó que entre las hierbas consideradas hepatotóxicas están la Cascara Sagrada (utilizada como laxante), Chaparral (antioxidante), Kava (ansiolítico), Valeriana (Sedante) y hierbas chinas como Dai saiko-to, Sho-saiko-to y Paeonia. Mejía Arangure también menciona hierbas como la Manzanilla (chamomile), de la cual se han encontrado casos de reacciones alérgicas a la familia Asteraceae; así como el Centavo Real (Pennyroyal) que es contraindicado en casos de embarazo.

La doctora explicó que es común que la población recurra a este tipo de productos alternativos pero no siempre lo aceptan y eso altera las investigaciones y posibles diagnósticos cuando aparecen padecimientos. Según Chirino “72% de los pacientes antes de ir al médico han recurrido al uso de té o hierbas para curarse y cuando van a su consulta no lo informan”.

En noviembre de 2006, el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) organizó una conferencia sobre daño hepático por medicamentos alternativos. Los especialistas destacaron la situación de peligro que había por la existencia de muchas plantas y hierbas que son utilizadas para la producción de medicamentos alternativos que no han sido reguladas porque se venden como suplementos alimenticios.

A pesar de que no existe documentación clara el *Journal Hepatology* mencionó que un estudio multicéntrico en EUC (DILIN) se atribuyó a herbolaria un 10% de los primeros 300 casos de daño hepático por drogas en 2009, explicó Chirino.

Por otra parte, el problema de la regulación del etiquetado de estos productos es una segunda razón por la cual no puede garantizarse totalmente la seguridad del consumidor.

De acuerdo con el National Center for Complementary and Integrative Health (NIH) de Estados Unidos, cuando un producto no especifica el contenido real del frasco en muchas ocasiones ha sido común encontrar anomalías como que el suplemento “no contenga la

especie correcta de una planta” o que las cantidades de los compuestos que incluye sean mayores o menores a las declaradas, incluso, el NIH asegura que “pueden ser contaminados con hierbas, plaguicidas o metales; o adulterados con ingredientes ilegales”.

En 2014, Herrera Orea aseguró que la posibilidad de que muchos suplementos contengan sustancias prohibidas es “alta”, sobre todo en el terreno del deporte. Mencionó que en 2012 la Agencia Mundial Antidopaje señaló que “Un recurrente número de pruebas positivas se atribuye al uso indebido de éstos, ya que aproximadamente 20% de los productos que se ofrecen a los deportistas pueden contener ingredientes no declarados en el etiquetado”.

Orea presentó dos estudios. El primero incluyó el análisis de 634 productos provenientes de 13 países que reveló que 14.8% de ellos incluían sustancias prohibidas y no eran declaradas en la etiqueta. La mayoría de éstos provenían de cuatro países principalmente: Países Bajos (26%), Austria (23%), Reino Unido (19%) y Estados Unidos (19%).

El segundo fue por motivo de los Juegos Olímpicos de Invierno de 2002. El Comité Olímpico Holandés mandó analizar 55 suplementos y descubrieron que “25% de ellos” también contenían sustancias prohibidas.

En Chile, la especialista en nutrición Vivian Muñoz mencionó al noticiero *24 horas* que los productos de la marca *Herbalife* no tienen una rotulación clara de sus componentes; además aseguró que pese a la posible inocuidad no hay “disposición clara aún de los médicos” para saber si pueden ser recomendados a pacientes que están consumiendo medicamentos o que tienen padecimientos hepáticos, en 2008.

Un tercer obstáculo que impide garantizar la pureza y seguridad del contenido de éstos es la contaminación. Tanto el NIH como Herrera Orea están seguros que esto ocurre debido a dos circunstancias; ya sea por “un proceso de fabricación laxo o un etiquetado incorrecto”.

En 2007, Mejía Arangure explicó que desde ese año la FDA planeaba estandarizar los suplementos alimenticios para evitar dicha contaminación (tanto intencional como accidental) y a la vez mejorar aspectos como los toxicológicos y materiales, así como la preparación y composición de alimentos, por mencionar algunos.

Pero el factor que más cuestiona la seguridad de los suplementos, así como la validez de las afirmaciones de Linus Pauling, es el exceso de vitaminas. Existen estudios que revelan que la también llamada sobredosis de multivitamínicos o hipervitaminosis puede poner en riesgo la salud de la población del mismo modo que la desnutrición.

En junio de 2010, Víctor Dongo, director de DIGEMID, mencionó los riesgos de consumir altas dosis de las vitaminas A, B, C, D y E. Por un lado la ingesta de Vitamina A puede ocasionar presión alta en el cráneo, daños al hígado (agrandamiento), osteoporosis y durante el embarazo puede provocar desarrollo anormal del feto, de acuerdo con el diario peruano *La República*.

En el caso de la vitamina B, y en particular de la B12, tiene como consecuencias varios problemas como: “urticaria, disminución del apetito y bajada en los niveles de potasio de nuestro organismo”. Mientras que en el famoso caso de la vitamina C produce “problemas digestivos e intestinales”, incluso, si el consumo es prolongado puede provocar cálculos renales. En 2012 también el director del IMSS, Miguel Escalante Pulido, agregó que dicha vitamina incrementa el riesgo de contraer cáncer; además advirtió que consumir bebidas energéticas que la contengan es peligroso; ya que su contenido vitamínico es de cinco a seis veces más que el recomendado por los expertos en salud.

Pese a los beneficios atribuibles a la vitamina D, como la absorción de calcio, así como la probabilidad de prevenir el cáncer de mama y enfermedades cardiovasculares, Dongo explicó que el consumo excesivo también trae consecuencias negativas como “la calcificación de los tejidos blandos, inapetencia, náuseas, fatiga, frena el crecimiento”, inclusive, puede afectar al sistema cardiovascular y renal. La vitamina E, por su parte, puede causar “dolores abdominales, náuseas y alteraciones en la coagulación sanguínea”.

Pero, los daños no sólo pueden ser provocados por el exceso de vitaminas y minerales. También el consumo de altas dosis de proteína puede ocasionar obesidad a largo plazo, pues “son calorías que nuestro cuerpo no utiliza y se transforma en grasa acumulada”, explicó la doctora Angélica Rodríguez Guerra, licenciada en Nutrición Humana de la Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco en noviembre de 2015.

En el Reglamento de Insumos para la Salud, publicado por COFEPRIS, en el artículo 62 existe una lista de dosis máximas de vitaminas y minerales recomendadas para consumo diario de medicamentos herbolarios la cual aparece a continuación.

Mientras en el Reglamento para Control de Productos y Servicios en el apartado XVII.1.1. está el listado de dosis indicadas para consumo diario de vitaminas y minerales que pueden incluir los suplementos alimenticios. Con esta información es posible comparar y comprobar que en efecto las dosis con fines terapéuticos y acción farmacológica son mayores que para aquellos productos cuyo único fin es complementar la ingesta diaria.

Para los expertos en nutrición el común denominador del consumo excesivo de vitaminas es la generación de afectaciones al riñón y principalmente al hígado. ¿Pero por qué estos productos afectan directamente a ese órgano? En 2008, la doctora Vivian Muñoz explicó que cualquier producto sin importar su composición (química, farmacológica o natural) siempre es desintegrado por el hígado antes de que realice efectos. Por tanto “es el principal filtro de casi todas las sustancias que consumimos”. Si éstas son dañinas y son consumidas en cantidades altas van a provocar alteraciones graves.

En 2012, los médicos del Hospital Provincial Docente Clínicoquirúrgico Saturnino Lora Torres de Santiago de Cuba explicaron a fondo dicho fenómeno en un artículo titulado

“Algunas consideraciones clinicopatogénicas de las hepatitis tóxicas”. De acuerdo con ellos, el hígado “destoxifica o inactiva la sustancia” para proteger nuestro organismo.

Por ejemplo, cuando surgen elementos tóxicos por consumo de medicamentos el hígado puede dañarse y ahí es donde aparecen las enfermedades conocidas como “hepatopatías”, las cuales se clasifican en agudas y crónicas dependiendo “la duración de la lesión histopatológica de los hepatocitos”.

La Agencia de Noticias de las Hepatitis (Hepato) recomienda que aquellas personas que padezcan enfermedades relacionadas con el hígado se abstengan de consumir los suplementos si antes no han consultado a un médico o especialista, pues “Un hígado con daño hepático significativo tiene menos capacidad de metabolizar”; por lo que es posible que desarrolle otros padecimientos más adelante.

La doctora Muñoz también mencionó la existencia de casos de hepatotoxicidad en Israel y agregó que éstos no sólo son provocados por los productos naturales, pues es posible que estén presentes otros agentes que “generan efectos laterales” que aún son desconocidos.

En 2008, la *Acta Gastroenterológica Latinoamericana* informó que la toxicidad del hígado era responsable de “menos del 5% de los casos de ictericia o de hepatitis aguda en la población general”. En aquel año los fármacos eran responsables del “10% de las hepatitis agudas graves en pacientes hospitalizados en Francia”.

Después, la *Revista Gastroenterología de México* detalló que tan sólo hasta 2011, mil 100 fármacos habían sido relacionados estrechamente con “reacciones hepatotóxicas y han sido la causa de más del 50% de los casos de insuficiencia hepática aguda”.

A nivel internacional existen varios reportes de daño hepático inducido por hierbas y medicamentos para bajar de peso. La *Revista de Investigación Médica Sur México* publicó, en 2010, que en un estudio realizado entre enero de 2001 y octubre de 2002 en un hospital de Portland demostró que 35% de los pacientes con hepatitis fulminante “habían tomado hierbas potencialmente dañinas y no se encontró la presencia de ningún otro posible agente etiológico”, es decir alguna enfermedad preexistente o causa posible.

Dicho artículo destacó que la comunidad científica desconoce cuál es el mecanismo por el que estos medicamentos herbales provocan daño. Sin embargo, sí mencionan algunos posibles factores como son “hipersensibilidad, identificación errónea de la hierba, etiquetado inadecuado, contaminación por pesticidas, microorganismos u otras adulteraciones, almacenamiento inadecuado, consumo excesivo, selección errónea de la parte de la planta que se utiliza como remedio”.

Sobre el caso particular de la empresa californiana el Hospital Alemán de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires publicó un artículo, en 2008, en la *Acta Gastroenterológica*

Latinoamericana donde los médicos explicaron cuáles son algunas de las repercusiones que han encontrado en el consumo de los productos.

[...] la ingesta de suplementos dietarios como el *Herbalife*® pueden ser los responsables de diferentes grados de deterioro de la función hepática, que van desde mínimas alteraciones del hepatograma [hasta cuadros de insuficiencia hepática aguda grave con] necesidad de realizar un trasplante hepático en sujetos que ingirieron estos productos [en alrededor del 10% de los pacientes].

Al igual que con los medicamentos herbales, tampoco se sabe concretamente cuál es el mecanismo que provoca los padecimientos hepáticos por consumo de los suplementos, sobre todo de la marca estadounidense. Las principales razones por la que ha sido imposible averiguar con exactitud si los productos son o no tóxicos y determinar cuáles son los compuestos que pueden estar causando los padecimientos son tres, según la *Acta Gastroenterológica Latinoamericana*. “La gran cantidad de componentes presentes en estos productos, la falta de información completa de la composición de los mismos y las diferencias "geográficas" en los preparados comercializados en distintos países”.

En México los casos documentados de estos padecimientos relacionados con suplementos son menores comparados con los registrados a nivel internacional. El doctor Pedro Francisco González Luis, miembro del Instituto Latinoamericano de Obesidad y Sobrepeso y médico nutricional de la Asociación Mexicana para el Estudio de la Obesidad, mencionó que son más conocidos en otros países como España o Colombia. También explicó que los casos en nuestro país son aislados y sólo se encuentran en revistas médicas.

Y en efecto, las instancias gubernamentales nacionales no tienen información sobre dichos padecimientos de manera general o relacionada con la marca californiana. Tanto la Secretaría de Salud como sus tres direcciones correspondientes (Dirección General de Información en Salud, Dirección General de Epidemiología y Dirección General de Políticas de Investigación en Salud) mencionaron, en agosto de 2015, que no contaban con datos, pues sus sistemas no registran ese tipo de información.

El titular de la Dirección de Concertación y Difusión Académica, el Dr. Francisco Javier Díaz Vázquez, mencionó que “no se tienen registros de casos de daño hepático porque no se han reportado”. El Hospital General de México aseguró, en agosto de 2015, que tampoco tiene información relacionada con daño hepático o renal en el archivo de la Clínica de Hígado ni mucho menos vinculado con la marca de la multinivel.

El Hospital Juárez de México sí tiene un registro de casos de hepatotoxicidad desde 2007 gracias al Centro Toxicológico. De acuerdo con la titular del Centro de Información y Asistencia Toxicológica, Laura González Flores, de 2007 a 2015 hubo 23 casos, pero ninguno vinculado con ingesta de productos herbolarios o suplementos alimenticios. La mayoría ocurrieron por ingesta de paracetamol, exposición a hongos y Tetracloruro de carbonato.

Pese a los casos documentados que vinculan directamente a la marca, para el doctor y jefe del Servicio de Gastroenterología del Centenario en Argentina, Hugo Tanno, la multinivel no significa un problema de salud grave. Dicho doctor atendió el primer caso de intoxicación hepática registrado en aquel país en 2007.

También aseguró que no quiere “demonizar” los productos como tal. Explicó que éstos no son peligrosos para todos los consumidores sino sólo para algunos e invitó a la comunidad médica a reflexionar la diferencia entre posibilidad y probabilidad, de acuerdo con el diario *La Capital* en marzo de 2009.

Herbalife no es malo para el hígado [...] hay hígados que no son buenos para *Herbalife*. De hecho, entre millones de consumidores son pocos los que se intoxican. No quiero demonizar el producto. Hay que distinguir entre la posibilidad y la probabilidad. La toxicidad es posible, pero poco probable, y de hecho hay pruebas a la vista.

Pero no todos coinciden con la postura de Tanno. El representante de la DIGEMID, Víctor Dongo, aseguró que “el consumo de suplementos es innecesario”, pues todas las sustancias que el cuerpo necesita se encuentran en los alimentos, por ello recomienda una dieta balanceada.

También el representante del IMSS, Miguel Escalante, coincidió en que es preferible una dieta que incluya frutas y verduras para evitar complicaciones a la salud (como acumulación de sustancias y potencial daño a diferentes órganos y sistemas) por consumo de este tipo de productos, según *El Universal*.

Paul Offit también externó su desacuerdo con el consumo de estos productos a *CNNMéxico* e incluso aclaró que los doctores no deben permitir a todos los pacientes consumir algún tipo de suplementos o complejo vitamínico sólo porque su uso sea popular y ellos los pidan, pues la obligación de los médicos es advertir sobre los posibles efectos secundarios y daños a la salud. “Creo que el mensaje es: los pacientes no son clientes y nosotros no somos meseros”.

Por su parte la doctora Angélica Rodríguez no descartó la posibilidad de consumirlos. Pero aclaró que no todas las personas los necesitan; mucho menos es aconsejable cuando se adquieren por gusto o decisión arbitraria sino sólo para aquellos que deben cubrir una necesidad real. “[...] los necesitan aquellos con algún padecimiento específico; el suplemento recomendado irá de acuerdo a la enfermedad. Éstos se recomiendan cuando el déficit de dicho nutriente sea elevado”.

Rodríguez recomienda acudir con algún experto en nutrición y evitar la automedicación; así como hacer caso omiso a sugerencias de personas que no estén capacitadas para asegurar la eficacia de un producto.

Sobre la importancia de acudir con un especialista, un artículo de la *Revista de Investigación Médica Sur* mencionó que en México “85% de los médicos sí conocen e incluso recomiendan la medicina herbolaria”, y “75%” recomienda su consumo, pero no mencionó si la situación es igual para los suplementos alimenticios. De cualquier manera las cifras son relevantes, pues “92% de los pacientes” conoce y acepta el consumo de herbolaria de manera cotidiana.

Detrás del Eco

“La clave del éxito se basa en los resultados de nuestros productos. Cuando las personas se sienten mejor consigo mismas tienen un deseo ardiente no de vender productos sino de compartirlos con sus familias y comunidades”, dijo el presidente de *Herbalife*, Des Walsh en 2014. La mayoría de los vendedores de esta compañía comparten opinión similar a la de Walsh, pues confían en los beneficios sin cuestionar los componentes ni calidad de los mismos.

En México la compañía ofrece más de 79 productos, pero los más vendidos son sólo tres (malteada, té y aloe), porque forman parte del desayuno básico que ofrecen los distribuidores en sus clubes de nutrición diariamente. Ahí los vendedores repiten la misma idea de Walsh y resaltan la importancia de los beneficios que trae su consumo, pero ¿qué contienen estos productos?

De acuerdo con el etiquetado, la malteada llamada “*Herbalife* Número 1” contiene 12 vitaminas y 10 minerales por porción de 25 gramos. A su vez incluye 95 kilocalorías de contenido energético, 9 gramos de proteínas, 0.8 gramos de grasas (lípidos), 1 miligramo de colesterol, 13 gramos de carbohidratos, 3 gramos de fibra dietética y 96 miligramos de Sodio. La empresa incluye en el rotulado cuánto aumenta cada cantidad al agregar 240 mililitros de leche descremada a los 25 gramos de malteada, pues los distribuidores preparan la malteada con leche y/o yogurt.

A pesar del desglose, la empresa también enlista más de 20 ingredientes por separado de los cuales no especifica cantidades. Entre ellos destacan proteína aislada de soya (Glycinemax) Caseína, Caseinato de Calcio, Carragenina, Pectina Cítrica y Goma Guar, por mencionar algunos.

El segundo producto más vendido es el “Herbal Aloe concentrado” y contiene 0,4 gramos de carbohidratos, 3,2 miligramos de sodio y 5 miligramos de potasio, concentrado de aloe filtrado de la penca entera (aloe barbadensis) (aloína <0.1ppm), sucralosa en polvo (0,13g/100g) y un contenido energético de 6,8 kJ (1,6 kcal). Al igual que la malteada incluye otros ingredientes de los cuales no especifica las cantidades como son Ácido cítrico anhidro y extracto de flor de manzanilla (matricaria chamomila).

En el caso del té la empresa comercializa dos tipos “Thermojetics Concentrado de Hierbas” y “NRG”. El primero tiene 0,15 gramos de proteínas, 1,35 gramos carbohidratos de los cuales 0,4 gramos son azúcares y 0,05 gramos de fibra dietética. Pero también incluye varios sin cantidades específicas: maltodextrina, extracto de té de pekoe naranja (camelia sinesis), extracto de té verde, extracto de semillas de cardamomo (elettaria cardamomun), flor de Hibisco en polvo (hibiscus sabdariffa) y extracto de malva silvestre (malva sylvestris).

El té “NRG” contiene 0,07 gramos de proteínas, 0,8 gramos de carbohidratos de los cuales 0,03 gramos son azúcares, 0,3 gramos de fibra dietética, 1,22 miligramos de sodio, 0,3 miligramos de calcio, 20% extracto de té de pekoe naranja (camelia sinesis) y 11% extracto de semillas de guaraná (paullinia cupana). Los ingredientes que no especifican cantidades son maltodextrina, extracto de té verde (camelia sinesis) y ácido cítrico anhidro.

Por dicha situación es que los médicos no han logrado ubicar qué componentes causan las posibles reacciones alérgicas y dolencias hepáticas, pues además de los ingredientes que no son detallados en cantidad posiblemente muchos otros no sean declarados en la etiqueta, tal y como lo explicó la doctora Vivian Muñoz en 2008.

El doctor Hugo Tanno sugirió que en la etiqueta de estos productos "tendría que haber una advertencia sobre los potenciales efectos adversos que pueden producir en el hígado, ya que los suplementos pueden confundirse con medicamentos". Y comparó con el caso del paracetamol que aunque tiene grandes beneficios para la mayoría de la población, también se sabe que puede producir daños similares a nivel hepático; por lo que en su rotulado se incluye la advertencia de "el efecto más grave por sobredosis es una necrosis hepática", y recomendó que la marca debería hacer lo mismo.

Horacio Allende Rubino coincidió con Tanno. “No se pide que el producto se deje de vender, sino que se advierta sobre sus contraindicaciones”, explicó el abogado de Clara Ramírez, quien demandó a la empresa por reacciones alérgicas en Argentina en 2009.

Al contrastar las cantidades de la malteada *Herbalife* declaradas por la empresa con las recomendadas por el Reglamento para Control de Productos y Servicios es posible visualizar que el consumo diario (tomando en cuenta desayuno y cena) equivale a valores menores a los estipulados por el gobierno. Incluso, retomando el estudio de la vitamina C, es posible calcular que su consumo durante el desayuno por 30 días equivale a ingerir aproximadamente 420 miligramos de dicha vitamina, es decir cinco naranjas (según las equivalencias de Paul Offit), lo cual no sugiere que sea dañino.

Vitaminas	Herbalife Número 1 “Malteada” (Cantidades considerando desayuno y cena)	Cantidades indicadas por el Reglamento para Control de Productos y Servicios
Beta Caroteno	1.64 mg	15 mg
Vitamina C	28 mg	300 mg
Tiamina (vitamina B1)	0,8 mg	15 mg
Riboflavina (vitamina B2)	0,8 mg	18 mg
Niacina (vitamina B3)	10 mg	25 mg
Vitamina D	5 µg	10 µg
Vitamina E	15 mg	200 mg
Vitamina B6	1 mg	10 mg
Ácido Fólico	174 µg	400 µg
Vitamina B12	2.8 µg	12 µg
Biotina	134.4 µg	300 µg
Ácido pantoténico (vitamina B5)	5.6 mg	20 mg

Minerales	Herbalife Número 1 “Malteada” (Cantidades considerando desayuno y cena)	Cantidades indicadas por el Reglamento para Control Control de Productos y Servicios
Calcio	141 mg	1200 mg
Hierro	5.4 mg	20 mg
Fósforo	252 mg	1200 mg
Magnesio	80 mg	500 mg
Zinc	8.6 mg	20 mg
Cobre	1 mg	3 mg
Cromo	24 µg	200 µg
Selenio	30 µg	100 µg
Molibdeno	30 µg	250 µg

El doctor Israel Gamiño Sabagh del Hospital Médica Sur afirmó que dichas cantidades no son peligrosas para la salud, incluso la ingesta no rebasa ningún límite legal. Pero el también Médico Cirujano de la Universidad La Salle y postgrado en la UNAM puntualizó que “la vitamina C, A, D, E, y K se acumulan” por lo que advierte que es necesaria la supervisión de algún médico antes y durante su consumo.

A pesar de que son menos las cantidades e ingredientes detallados del “Herbal Aloe concentrado” se compararon con los publicados por el gobierno a través del Diario Oficial en el “Acuerdo por el que se determinan los aditivos y coadyuvantes en alimentos, bebidas y suplementos alimenticios, su uso y disposiciones sanitarias” de junio de 2012 y el “Acuerdo por el que se determinan las plantas prohibidas o permitidas para tés, infusiones, aceites vegetales comestibles y suplementos alimenticios” de 2013.

Herbal Aloe concentrado (Cantidades considerando desayuno y cena)		Cantidades indicadas por el Diario Oficial
Sodio	6.4 mg	2000 mg/kg
Potasio	10 mg	2000 mg/kg
Sucralosa	0,13g/100g	2,400 mg/kg
Ácido cítrico anhidro	---	BPF*
Aloína (Aloe barbadensis)	<0.1ppm	Se permitirá el empleo del extracto de hojas de Aloe vera procesadas de tal manera que se garantice un límite máximo de 10 ppm de aloína en el producto final
*Buenas Prácticas de Fabricación: Cantidad de un aditivo que se añade al producto, limitándose a la dosis mínima necesaria para obtener el efecto deseado, a condición de que no altere la naturaleza, sustancia o inocuidad del producto.		

De los tres productos básicos de la empresa el “Thermojetics Concentrado de Hierbas” es el que menos cantidades especifica.

Té “Thermojetics Concentrado de Hierbas” (Cantidades considerando desayuno y cena)		Cantidades indicadas por el Diario Oficial
Sodio	0 mg	600 mg/L
Potasio	---	600 mg/L
Té de pekoe naranja (Camelia Sinesis)	---	---
Té verde (Camelia Sinesis)	---	---
Extracto de semillas de Cardamomo (Elettaria cardamomun)	---	---
Maltodextrina	---	BPF*
Flor de Hibisco en polvo (Hibiscus sabdariffa)	---	BPF*
Extracto de Malva silvestre (Malva sylvestris).	---	---
*Buenas Prácticas de Fabricación: Cantidad de un aditivo que se añade al producto, limitándose a la dosis mínima necesaria para obtener el efecto deseado, a condición de que no altere la naturaleza, sustancia o inocuidad del producto.		

El té “NRG” también especifica pocos ingredientes en cantidades concretas. Entre ellos dos (Té de pekoe naranja y Semillas de guaraná) que no aparecen en las listas de los acuerdos de la Secretaría de Salud y otros tres (Maltodextrina, Ácido cítrico anhidro y Té verde) no son detallados ni por la empresa ni por el Diario Oficial. Éste último detalló que la cantidad sólo no debe alterar la inocuidad del producto, pero no menciona cifras.

Sobre el té verde (Camelia Sinesis) Eréndira Mejía, en 2007, explicó que es una de las sustancias que no están en la Farmacopea Homeopática Mexicana y por ende es muy probable que no cuente con un método analítico de identificación pero es muy utilizado para el control de peso.

	Té “NRG” (Cantidades considerando desayuno y cena)	Cantidades indicadas por el Diario Oficial
Sodio	2.44 mg	600 mg/L
Calcio	0.6 mg	600 mg/L
Té de pekoe naranja (Camelia Sinesis)	20%	---
Té verde (Camelia Sinesis)	---	---
Semillas de guaraná (Paullinia cupana)	11%	---
Maltodextrina	---	BPF*
Ácido cítrico anhidro	---	BPF*

*Buenas Prácticas de Fabricación: Cantidad de un aditivo que se añade al producto, limitándose a la dosis mínima necesaria para obtener el efecto deseado, a condición de que no altere la naturaleza, sustancia o inocuidad del producto.

El marco jurídico no ha regulado lo suficiente los límites de adición de ingredientes. No es en vano que muchas empresas sólo se atengan a cumplir con los requisitos de la ley, porque resulta menos complicado y más económico. Aunque queda claro que los requerimientos gubernamentales en México no bastan para garantizar todos los aspectos en tema de calidad y seguridad de un producto, pues para ello se necesitan estudios científicos externos, entre otras prácticas, y por ende mayor inversión, lo cual prácticamente queda a voluntad de las empresas hacerlo o no.

A pesar de que los productos californianos parecen no violar ninguna ley, existen otros más que posiblemente lo hagan al aprovecharse de esas inconsistencias entre los órganos de control. Muchos pasan con mayor facilidad desapercibidos debido a los canales de distribución como son tiendas naturistas o comercios informales (tianguis o mercados) donde la vigilancia es todavía menor.

En abril de 2015, COFEPRIS decomisó “42 mil 855 productos milagro en Jalisco” los cuales supuestamente era suplementos alimenticios, sin embargo el diario *Excelsior* explicó que fueron incautados por prometer propiedades curativas como “sanar embolias, artritis, colesterol y obesidad” pero no contaban con respaldo científico.

De ahí el interés de varios expertos en que se modifiquen las leyes para generar consensos que faciliten a las autoridades monitorear, regular y castigar a las empresas si comercializan productos que afectan a la salud de la población.

En un texto para *Animal Político*, Carlos Martínez Velázquez, director de Central Ciudadano y Consumidor, sugirió actualizar la definición de los suplementos considerando “los principios de la regulación social y de las necesidades actuales del mercado”, así como “fortalecer esquemas de declaración de conformidad, pruebas científicas y laboratorios”; lo mismo con los relacionados con la “responsabilidad de las empresas”.

Martínez destacó la importancia de crear “un sistema de datos de incidencias de salud asociadas al consumo o uso de alimentos, medicamentos, cosméticos, remedios y productos milagro” y que las empresas “reporten a la autoridad sus quejas y eventos dañinos derivados del uso de suplementos alimenticios”.

En otros países de la Unión Europea existe un listado de “afirmaciones nutrimentales o fisiológicas” que el gobierno considera como válidas para ser incluidas en la rotulación de los productos, lo cual les permite tener una especie de consenso. Martínez considera que en México sería útil crear algo similar.

Si bien el marco jurídico de dichos países también tiene problemas para llegar a determinados consensos, a pesar de que sus lineamientos de aprobación y control de calidad son más rigurosos, lo cierto es que están mejor preparados para enfrentar riesgos de salud ante el exponencial crecimiento de este sector, que el gobierno mexicano.

¿Cuántas administraciones tendrán que pasar para que se intente ordenar las legislaciones y facultades que les corresponden a las autoridades competentes, si el mercado actual es ya de casi 11 mil millones de pesos anuales y cada vez se incorporan más compañías?

PARTE IV

HACIA DÓNDE VA LA OLEADA

“Desde principios de 1990 hasta diciembre de 2014 los índices de población hambrienta disminuyeron casi a la mitad a 37 millones. Ahora, 2.8 millones de adultos mueren al año por exceso de alimentación”.

Foro Económico Mundial.

Nuestro país es conocido a nivel mundial por la variada y exquisita gastronomía; por la mezcla de ingredientes, que van desde los dulces hasta los amargos, y que dan origen a emblemáticos aromas y sabores. Es inevitable pensar en México y no recordar los llamativos colores patrióticos de unos chiles en nogada o la blancura del ajonjolí en un auténtico mole poblano. Cómo olvidar un buen plato de carnitas con su respectiva salsa roja y limón. O quién puede resistirse a los seductores aromas que provienen lo mismo de la cocina que del comal en un puesto en la calle. Quesadillas que truenan al contacto con la grasa hirviendo, el picor de unos pambazos al rojo vivo o el pan dulce recién salido del horno; sea cual sea el producto culinario siempre tiene el mismo efecto en la boca que en el estómago.

Desgraciadamente, no es sólo por la gastronomía por lo que nuestro país destaca. También es famoso por ocupar el primer lugar en obesidad infantil con casi cinco millones de niños, de acuerdo con *CBSNews* en septiembre de 2015 y el Hospital Infantil México Federico Gómez. Para la población adulta la situación tampoco es muy alentadora, pues siete de cada diez la padecen, según el *Informador* de Guadalajara.

De la obesidad a la diabetes sólo hay un taco

“Venga, ¿dónde está ese ánimo?”, pregunta Fernanda a su grupo de alumnos mientras agita los brazos y salta al ritmo de una pegajosa canción de reggaetón cuyos acordes cimbran el piso hasta perderse entre los árboles del parque. El calor de la mañana ya empieza a cobrar presencia en los pantalones de los bailarines asistentes que siguen el ritmo de la coreografía.

De repente la música cambia, los presentes se detienen y miran a su profesora como esperando indicación. El ritmo alborotado cambia de tono y da inicio un famoso merengue que inyecta de energía hasta a las señoras de la tercera edad. Todos dan pasitos adelante y atrás con movimientos de cadera que sólo “El Bepper” consigue en bodas y quince años. Fernanda derrama las primeras huellas de sudor y bebe una botella de agua mezclada con su ponche de frutas de la marca *Herbalife* mientras anima a su grupo a seguir hasta el final.

Mientras los rayos solares cubren las áreas verdes del parque de los Periodistas Ilustres afuera del metro Fray Servando, en la delegación Venustiano Carranza, sus activos visitantes comienzan a sacar los resuellos que prueban su falta de condición física y el color rojizo les asalta la cara.

En la avenida del Eje 2 el tráfico automovilístico se acumula por ratos, a pesar de que apenas son las diez y media de la mañana. Los automovilistas pasan y miran por minutos la coreografía. Los alumnos mueven la cintura de arriba abajo mientras los autos, a unos metros de ellos, no dejan de pitarle al micro de la ruta 58 que hace “base” cerca de la entrada del metro.

Fernanda Frausto tiene 21 años y es estudiante de la carrera de Relaciones Internacionales en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Hoy fue su primera clase de Zumba y aunque acepta que tenía nervios logró sacar la rutina de dos horas sin la ayuda de su prima, quien trabaja para el Gobierno de la Ciudad de México, en las campañas cívicas que están incentivando para combatir la obesidad y el sobrepeso.

Ella acompaña regularmente a su prima a varias actividades y ha visto cómo responde la gente ante este tipo de programas. Asegura que las iniciativas son buenas porque la gente las acepta con optimismo. “Las personas se sienten entusiasmadas con las actividades del gobierno. A la gente sí le gusta que realicen eventos, que les hagan caso. La gente no se opone, al contrario al final salen con buen humor”.

Además de las clases, menciona que por su casa, en la delegación Iztapalapa, han instalado cerca de cinco gimnasios al aire libre. Fernanda asegura que la mayoría de la gente que los utiliza son mujeres y adultos mayores, casi lo mismo que en la clase que acaba de impartir. Ella cree que dicha propuesta era buena, pero quien la inició no supo cómo manejarla. “Cuando los inauguraron todo mundo venía y los agarraba. De eso tiene dos años. Ahora sólo en las zonas más “bonitas” o menos peligrosas de la delegación es en donde se juntan los abuelitos y las señoras. En otros lados ya están abandonados”.

Cree que el problema no fue instalarlos, sino carecer de un seguimiento de éstos a largo plazo. “Creo que es un buen programa, de hecho lo iniciaron en China y es muy novedoso, pero aquí les falta darle un seguimiento claro. Porque vienen los ponen y se van; ahí los dejan y ya no hacen más y pues a la gente le llama la atención un rato y luego los dejan”.

Según el Instituto Nacional de Salud Pública y el diario *El País* a “52% de los mexicanos le sobran kilos”, además el diario español anunció que “son más de 40 millones las personas con sobrepeso” en julio de 2015. Por ello el gobierno inició éstos y otros proyectos como parte de su estrategia para combatir la obesidad y todas las enfermedades que origina.

En enero del 2015, el gobierno capitalino inició otro proyecto llamado “Estrategia Estación de la Salud”, el cual consistió en ofrecer viajes gratuitos en Metro y Metrobús a cambio de

realizar 10 sentadillas en una de las 30 máquinas que fueron colocadas en 15 estaciones del Metrobús.

A finales de febrero se decidió qué empresas apoyarían el programa y el 15 de julio inauguraron las máquinas de ejercicio y aumentaron la cifra inicial de 15 a 21 estaciones del Metrobús. El secretario de Salud de la Ciudad de México, Armando Ahued, mencionó a *Excelsior*, en julio de 2015, que “73 mil 947 usuarios han efectuado más de 750 mil sentadillas” y emitieron “más de 739 mil 470 mensajes saludables a los usuarios”.

Además de los viajes gratuitos, el secretario afirmó que en el momento en que la gente realizara las sentadillas tendrían derecho a una revisión médica gratuita y sería afiliada al Seguro Popular al servicio de Capital Social y repartirían “800 mil podómetros” que sirven para medir el desgaste calórico del cuerpo.

Ahued describió el proyecto como una manera de difundir el mensaje de la activación física como medida para la buena salud. Sin embargo, cinco meses después de su arranque muchas de las máquinas se encuentran apagadas y olvidadas literalmente en un rincón.

Mientras que otras, por ejemplo en la estación Tenayuca y Circuito (ambas de la Línea 3 del Metrobús) sí están conectadas, pero no hay personal que proporcione los servicios de afiliación al Seguro Popular o la revisión gratuita. La situación es similar en la estación Insurgentes (también del Metrobús), misma que fue utilizada para que el secretario de salud presentara el programa ante los medios de comunicación.

A pesar de que el gobierno federal promueve estas campañas de salud que buscan fomentar la actividad física y la buena nutrición, las cifras de afectados siguen siendo altas. De acuerdo con *El Economista*, en nuestro país “el 75% de las muertes está relacionado con el sobrepeso y la obesidad” en enero de 2016.

Por su parte, la “Fundación Movimiento es Salud” informó a dicho periódico que “una de cada tres personas (de cinco a diecinueve años) padece enfermedades renales crónicas, hipertensión arterial, diabetes mellitus, sobrepeso u obesidad” debido esencialmente a los malos hábitos de alimentación y vida. Incluso, en enero del 2015 eran cuatro de cada diez quienes padecían obesidad.

El mismo Armando Ahued mencionó que los esfuerzos del gobierno no han logrado bajar cifras, pero al menos han tratado de detener su crecimiento. “El Instituto Nacional de Salud Pública señaló que si no hemos logrado hacer un descenso claro, por lo menos ya no hay un ascenso, por lo que se aplanó la curva y con todo lo que estamos haciendo esperamos que empiece a bajar”, mencionó a *Milenio* en enero de 2015.

Las sociedades cambian y por ende sus necesidades y problemáticas. En el pasado la lucha principal que enfrentaban los gobiernos en América Latina era por contrarrestar los índices de hambruna y desnutrición. En febrero de 2015, *Forbes* informó que desde principios de

1990 hasta diciembre de 2014 el índice de población hambrienta “disminuyó casi en la mitad a 37 millones”.

Sin embargo, parece que el problema se alternó; ahora “2.8 millones de adultos mueren al año” por exceso de alimentación, según el Foro Económico Mundial. Es decir, ahora el problema no es la cantidad de comida sino la calidad de ésta.

La obesidad y el sobrepeso son los principales agentes causales de enfermedades crónicas tales como diabetes. Por ello en 1980 se utilizó por primera vez el término “diabesidad” para referirse a la identificación de la obesidad como la principal causa de esta enfermedad, según la Academia Mexicana de Ciencias.

Hoy este padecimiento es la causa número uno de mortalidad en el país. *El Universal* informó, en agosto de 2015, que existían aproximadamente “6.4 millones de personas diabéticas”. Por lo cual los costos para tratamientos implican también un problema a resolver para el gobierno. Tan sólo en 2012 el país destinó “entre los 82 y 98 mil millones de pesos que equivalen a 73% y 87% del gasto programable en salud” para los tratamientos, según el Instituto Mexicano para la Competitividad A.C.

En 2014, *El Economista* informó que esta enfermedad genera en el país “un gasto anual por paciente de 26,824 pesos” que si se multiplica por los “más de 6 millones de enfermos”, el costo sería de aproximadamente 171 mil millones de pesos anuales.

De acuerdo con el portal español *DMedicina* esta enfermedad ocurre cuando el páncreas no sintetiza la cantidad necesaria de una hormona llamada insulina sino que “la elabora de una calidad inferior o no es capaz de utilizarla con eficacia”. Esta hormona ayuda al cuerpo a regular los niveles de glucosa en la sangre; permite que ésta se transforme en energía para poner en funcionamiento todos los músculos o que las células la guarden el tiempo que sea necesario hasta que el cuerpo requiera transformarla en energía.

Según el doctor Alberto Lifshitz Guinzberg de la Facultad de Medicina de la UNAM, la Diabetes Mellitus puede provocar hiperglucemia (exceso de glucosa en la sangre), alteraciones en los lípidos séricos y lesiones vasculares, explicó en el seminario de medicina y salud “El Ejercicio Actual de la Medicina” en octubre de 2008.

Existen tres tipos de diabetes. La diabetes tipo 1 (DM1) ocurre cuando hay “destrucción progresiva de las células del páncreas” y algunos síntomas son aumento en las ganas de beber y la cantidad de orina, cansancio y pérdida de peso a pesar del incremento de las ganas de comer. La diabetes tipo 2 (DM2) ocurre cuando hay poca producción de insulina y es la más frecuente entre los pacientes (95% de los casos según Lifshitz). También es conocida como la “enfermedad silenciosa”, pues a diferencia de la DM1 no existen síntomas ni malestares específicos; la gente puede padecerla y no saberlo por mucho tiempo. Por otro lado, la diabetes gestacional ocurre en las mujeres durante el embarazo. En

esa etapa el cuerpo debe generar grandes cantidades de insulina para generar reservas de energía, pero cuando no ocurre puede provocar este tipo de enfermedad. Desaparece con el parto, sin embargo aumenta la probabilidad de contraer el padecimiento más adelante.

En noviembre, *Forbes* informó que “15.5 millones de personas sufrían de diabetes en América Latina”. La cifra en México aumentó comparada con la que publicó en agosto *El Universal* de 6.4 a “10.6 millones”. *Doctoralia México* (portal de profesionales de la medicina en México) explicó a *Forbes* que dicho padecimiento causa “87 mil muertes al año” en el país.

El mismo medio explicó que de manera demográfica este trastorno afecta en mayor medida a la población que vive en zonas urbanas “entre un 7% y 8%”, mientras que en las zonas rurales apenas afecta “entre 1% y 2%”.

Anteriormente existía la idea de que los problemas de obesidad eran propios de países de primer mundo y los temas de hambruna y desnutrición eran para el resto de los países con economías supuestamente pobres.

Sin embargo, la situación ya alcanzó a países del tercer mundo tal como lo publicó *El País* en mayo de 2015. “El número de personas obesas o con sobrepeso en los países empobrecidos aumentó de 250 millones a casi mil millones en menos de tres décadas, y estas tasas están aumentando mucho más rápido que en los países ricos”.

Según el diario, uno de los países que más sufre de este problema es Colombia con “41% de la población” en condición de obesidad, seguido de Zimbabue con “más “23%” y en tercer lugar Namibia con “21%”.

Miguel Ángel Gómez Sámano, endocrinólogo y diabetólogo del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán, mencionó a *El País* la probable existencia de una predisposición genética vinculada a la obesidad en la población nacional, pero destacó que existen otros condicionantes más importantes como la dieta y el ejercicio.

Pero algunos médicos del Hospital Infantil de México Federico Gómez aseguran que en el caso concreto de la obesidad infantil existe una especie de adicción. La doctora Teresa Silíceo, subinvestigadora del proyecto PAIDOS, explicó a *CBSNEWS* que “han identificado una coincidencia con la conducta alimentaria y la adicción a sustancias”.

Por encima del problema psicológico y alimenticio está el cultural, explicó el doctor Salvador Villalpando, jefe del departamento de Gastroenterología del Hospital Federico Gómez, quien asegura que “las familias de niños obesos no los identifican como obesos”.

“Las mamás mexicanas están cómodas con tener hijos obesos; culturalmente es más bonito o más tranquilizante para las mamás tener un niño gordito que tener uno delgado que se ven las costillas”.

De acuerdo con el sitio *Serie Científica Latinoamericana* “Las madres mexicanas de niños con sobrepeso y obesidad subestiman el peso de sus hijos hasta un 40%”, según un estudio llamado “Validez de dos pruebas para evaluar la percepción materna del peso del hijo”.

Esta adicción tiene varios síntomas como son el impulso de comer; la necesidad de consumir cantidades cada vez más grandes por más tiempo del necesario; tolerancia a ciertos alimentos y generación de síndrome de abstinencia. El trabajo reveló que “37%” de los niños y adolescentes presenta esta adicción y “66% padece ansiedad y la mitad presenta síntomas de conducta obsesivo-compulsiva”.

Villalpando detalló que la mayoría de estos niños “tienen una probabilidad cinco veces más alta de mantenerse en esa condición en la edad adulta” y por ende generar enfermedades crónicas. La clínica especializada en Obesidad del HIMFG “recibe 400 nuevos pacientes cada año”.

El presidente de la farmacéutica Novo Nordisk, Lars Rebien Sorensen, explicó a *La Jornada* la importancia que tiene tratar el tema como un asunto grave para la sociedad más allá de los aspectos estéticos y de moda en septiembre de 2015.

Reconocer la obesidad como una enfermedad ayudará a cambiar la forma en que la comunidad médica maneja este complejo problema y, a la sociedad, a comprender que no sólo disminuye su calidad de vida y su productividad, sino que está acompañada de una disminución de la expectativa de vida de hasta 10 años.

Pero que la población padezca sobrepeso y obesidad no significa que esté alejada de la desnutrición. De acuerdo con el coordinador de la Clínica de Obesidad y Clínica para Adolescentes del Instituto Nacional de Pediatría, Arturo Perea, la gente no está exenta de presentar “carencias nutricionales”, por ende mayor vulnerabilidad a la serie de padecimientos crónicos, mencionó al portal *Promoción de la Salud*.

CNNMéxico informó que varios estudios han revelado que ambos problemas tienen estrecha relación a tal grado que “a mayor prevalencia de desnutrición, mayor riesgo de desarrollar sobrepeso” en mayo de 2013.

De acuerdo con el noticiero de *Azteca Noticias* de Torreón, “en el mundo 2 mil cien millones de personas están obesas y de ellas 870 millones están desnutridas” en 2015, según la FAO. Mientras que la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT) informó que “uno de cada 10 niños mexicanos tenía desnutrición proteica en 2012”, publicó *CNNMéxico*.

Las personas con obesidad carecen principalmente de minerales como “Magnesio, Cromo y Zinc” debido a las dietas actuales que proporcionan energía, pero pocos nutrimentos. Un factor importante que vincula los dos problemas es que “vivimos en una sociedad

obesogénica”, explicó el mismo noticiero. Vivimos rodeados de alimentos y el acceso a ellos es fácil, pero desgraciadamente son poco saludables y “altamente adictivos”.

En enero de 2016, Teresa Shamah Levy, directora de Vigilancia de la Nutrición del Centro de Investigación en Nutrición y Salud, del Instituto de Salud Pública, afirmó que “1 millón 500 mil niños padecen baja talla y falta de crecimiento”, según el sitio *E-consulta.com*.

Los expertos han encontrado que un común denominador entre países latinoamericanos es que las familias de clase media y baja están conformadas por adultos obesos que educan a niños de “bajo peso y desnutrición”, según la *Revista Médica de Chile* en un artículo titulado “Obesos pero malnutridos: un grave problema en Latinoamérica” en 2015.

El Fondo De Las Naciones Unidas Para La Infancia (UNICEF) aseguró, en 2008, que además de la educación que reciben en casa, existen más factores que afectan a la población infantil que van desde los “biológicos, socioeconómicos hasta los culturales”.

También explicó que existen causas básicas y subyacentes. Las primeras están relacionadas a las inequidad en “en la distribución de recursos, servicios, riqueza y oportunidades”; mientras las subyacentes tienen que ver con la “inapropiada disponibilidad de alimentos, servicios de salud, educación, así como de una infraestructura sanitaria deficiente”, según la *Revista Digital Universitaria* de la UNAM.

Del hábito y otros demonios

En países de América Latina como Colombia, Brasil y México las cifras de personas que padecen este trastorno alimenticio llamado obesidad van en aumento, pero ¿a qué se debe? De acuerdo con especialistas el principal motivo son los malos hábitos de consumo.

Forbes explicó en el artículo titulado “Obesidad, un problema de 5,500 mdd para México” que desde la última década ha surgido una tendencia muy peculiar en las clases medias de estos países latinos relacionada con la preferencia por los alimentos procesados cuyo contenido calórico es rico en sal, azúcar y grasas.

El subsecretario de Salud, Pablo Kuri Morales, coincidió con la postura y explicó los cuatro principales factores del crecimiento de este problema al diario *El País* en julio de 2015.

Hay un problema de **estilos de vida** no saludables importados particularmente de EE UU. También influye **la incorporación de la mujer al trabajo**, por lo que cada vez hay menos comida en casa. La gente tiene que comer fuera y la oferta es de alto contenido calórico. [...] **el sedentarismo**, sobre todo en ciudades. [...] Además **las porciones**. Las estrategias de comercialización casi te obligan de alguna manera a que consumas las más grandes.

De acuerdo con expertos la principal razón del crecimiento exponencial de la obesidad en América Latina es por la influencia y poder de las empresas multinacionales de bebidas y

alimentos procesados. Tal y como lo señaló Melissa Vargas, experta en nutrición de la Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). “Uno de los temas más grandes aquí es la influencia de la industria alimenticia. Tienen (...) mucha influencia política y dinero para publicidad”.

Una prueba es la industria refresquera que, pese al impuesto que el gobierno mexicano agregó en 2014 como parte de las medidas para dar frente a la crisis de salud, ha tenido resultados mínimos. Así lo publicó *El País* en agosto del 2015. “El impuesto especial sobre bebidas azucaradas que implantó el Gobierno el año pasado está dando resultados para las arcas públicas, pero no está funcionando como arma disuasoria”.

La Secretaría de Hacienda “recaudó 8.163 millones de pesos durante los primeros seis meses del 2014, un 31.8% más que el mismo periodo del año anterior”. Mientras que la gente comenzó a sacrificar voluntariamente otras compras para poder seguir consumiendo su refresco favorito.

Como Guillermina de 54 años, quien a pesar del aumento no deja de comprar una Coca-Cola de medio litro antes de entrar a la oficina a medio día. Asegura que hay días que ya no le alcanza para comprar la “revista de farándula”, pero prefiere perderse los chismes del mes que dejar su dulce antojo.

José Luis de la Cruz, director del Instituto para el Desarrollo Industrial y el Crecimiento Económico, explicó que “pese a un aumento de su precio por el impuesto, su consumo no baja. Posiblemente dejan de comprar otros productos para seguir adquiriendo estos. Comer sano es caro en México y los refrescos, pese al gravamen, siguen siendo más asequibles”.

No por nada la población mexicana ha llevado al país a cifras altas en consumo de azúcar. El gusto por las bebidas gasificadas es tal que “se consumen 163 litros por persona al año”, según la Organización Mundial de la Salud (OMS). Al día “se consumen 400 mililitros”. Lo cual nos otorga otro primer lugar a nivel mundial por encima de Estados Unidos.

Las consecuencias pueden ser graves; según las misma OMS “consumir 355 mililitros diarios de refresco aumenta 60% la posibilidad de padecer obesidad y beber un litro diariamente incrementa un 25% el riesgo de padecer diabetes”, publicó el diario español.

El País fue contundente al contrastar cifras. Por un lado, la Universidad de Carolina del Norte y el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP) reportaron un descenso de 6% en las ventas de bebidas azucaradas en general durante 2014. Situación similar presentó la Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas (Anprac) al afirmar que la “caída de las ventas anuales fue del 2.5%”.

Pero contrario a sus reportes, el periódico informó que el consumo entre la población no ha disminuido como esperaban. “Los datos de la patronal de los refrescos dicen [...] que los mexicanos apenas han recortado 6.2 calorías, de las 3.024 que consumen diariamente”.

Un año después, en septiembre, varias organizaciones civiles de la Alianza por la Salud Alimentaria (ASA) denunciaron que la industria refresquera estaba utilizando varias estrategias para “boicotear el impuesto a las bebidas azucaradas y desligar su consumo de la epidemia de sobrepeso y obesidad que aqueja al país”, informó *Sin Embargo.mx*.

Uno de los detractores del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) fue el presidente de la Confederación de Cámaras Industriales (Concamin), Manuel Herrera Vega, quién desestimó las acciones preventivas del IEPS. “Las propuestas restrictivas en materia fiscal hacia un determinado alimento o bebida no generarán cambios de hábitos ni de conductas, y esto no se traducirá en la disminución del problema que enfrentamos”.

El segundo argumento en contra del impuesto es la pérdida de empleos. Anprac reportó el despido de nueve mil empleados en julio de 2015 y aseguró que tanto directa e indirectamente fueron a causa del IEPS.

ASA también denunció la contratación de investigadores extranjeros para crear campañas de desvinculación entre el consumo de sus productos y daños a la salud. Mencionó el caso de James Rippe, doctor estadounidense, quién gracias a la Asociación de Refinadores de Maíz de los Estados Unidos ha creado una institución propia donde ha trabajado investigaciones para favorecer a estas industrias.

Rippe impartió una conferencia gracias a el International Life Sciences Institute (ILSI), asociado con Coca Cola, Bimbo, Danone de México, Kellogg’s de México, Kraft Foods de México, Mars México, Nestlé México, Monsanto Comercial y PepsiCo, “lo que supondría un claro conflicto de interés en un evento académico”, denunció ASA.

A finales de agosto de 2015, el *New York Times* ya había revelado que la empresa Coca-Cola estaba financiando a un grupo de expertos en salud llamado Global Energy Balance Network para crear estrategias que desvíen la atención en el consumo de sus productos y se concentren en la importancia del ejercicio. Steven N. Blair, vicepresidente del grupo, declaró, por ejemplo, que “Los medios y la prensa científica se enfocan en ‘Oh, están comiendo demasiado’, y le echan la culpa a la comida rápida y a las bebidas azucaradas”.

La situación no es muy diferente en el terreno de los alimentos procesados. De acuerdo con información de *El País* y de la encuestadora Kantar WorldPanel, “la comida basura representó el 30% del gasto de una familia en 2014”, también informaron que los consumidores con más apetito son los de niveles económicos medio y bajo.

El Universal informó otro dato relevante en 2014, “48.5%” de mil trecientos profesionistas mexicanos tiende a comer alimentos chatarra durante las tardes mientras “61% bebe una taza de café diariamente”, según una encuesta realizada por OCCMundial.

Dicha encuesta también reveló que estas cifras están relacionadas con el estrés y la ansiedad. “46%” de los empleados consume chatarra, café o tabaco por ansiedad; “44%” achacó los hábitos a estrés y “43%” a las jornadas prolongadas de trabajo.

El julio de 2015, el diario destacó que además de ser el segundo país con población con obesidad, también tiene el primer lugar como productor de comida preparada, por encima de Brasil. Tan sólo en 2012 México tuvo ganancias de 28.300 millones de dólares gracias a dicha industria.

Según el medio, son las tiendas de abarrotes y las de 24 horas las principales distribuidoras de este tipo de comida. En la década pasada 90% de las ventas de las marcas Pepsi y Coca Cola provinieron de tiendas de abarrotes. Las tiendas de abarrotes tienen más de 400 mil en todo el país mientras las de 24 horas tienen una cadena de 12.853 puntos de venta.

Pero ¿por qué el consumo de estos alimentos es tan popular? Según el profesor de psicología en la Universidad de Austin-Texas y especialista en psicología evolutiva, David Buss, esto se debe a los componentes que incluye la comida rápida, entre ellos la sal.

El profesor explicó que varios de los ingredientes están relacionados con “las estrategias ancestrales de supervivencia que prevalecen en nosotros”, como son las ganas de consumir alimentos salados. Dicho deseo es parte “del instinto ancestral muy arraigado e importante para la supervivencia, porque está relacionado con la capacidad de compensar rápidamente las necesidades de sodio, componente que ayuda a regular el equilibrio de los líquidos en el organismo”, según *SDPNoticias*.

Sin embargo, una investigación de Gran Bretaña titulada “El creciente costo de una dieta saludable” atribuye el aumento de consumo a cuestiones económicas. El estudio reveló que en países emergentes como México o Brasil llevar una alimentación sana y rica de nutrimentos es un verdadero lujo, informó el diario *El Universal* en mayo de 2015.

Según cifras, entre 1990 y 2012 los precios de las frutas y vegetales aumentaron 91%. Los especialistas que participaron en el estudio aclararon que desconocen las razones del aumento de dichos alimentos. En contraste la comida chatarra bajó “hasta 20% en Brasil, México, China y Corea del Sur”. Por ejemplo, en los últimos seis años el consumo de galletas creció hasta 4000% en comunidades indígenas y zonas rurales de México, según reportes del Seguro Popular en septiembre de 2014.

Por ello es el país más afectado por el creciente consumo de alimentos sin valor nutrimental, aseguró Steve Wiggins, economista especializado en agricultura y autor principal del estudio.

En noviembre de 2014, el mismo diario publicó que, además de los costos, los hábitos alimenticios dejan mucho que desear, pues “37% de la población reconoce que su consumo de ensaladas es bajo y sólo 25.9 aseguró comerlas con frecuencia”. Aunque con el consumo

de agua natural los datos son distintos, “63.6% mencionó que toma mucha, contra 1.7 que dijo no probarla”.

Además de los malos hábitos alimenticios existen otros agentes que generan estos problemas de salud como es el caso del sedentarismo. En 2016, este factor tomó el cuarto lugar en riesgos de mortalidad a nivel mundial, explicó la nutrióloga de la Secretaría de Salud de Jalisco, Pimentel Martín, al diario *El Informador*.

Además del sobrepeso, la obesidad o la diabetes existen otras enfermedades que están relacionadas a este mal hábito. Martín explicó que la nula activación física es “la causa principal del 21% al 25% del cáncer de mama y de colon”, y en el caso de enfermedades del corazón representa “aproximadamente el 30%”.

A diferencia de países como Suecia, donde 60% de sus habitantes hacen ejercicio, o Brasil, donde 45% de la población se ejercita, en México la mitad de la población no hacen ningún tipo de activación física, reveló el INEGI y el periódico *El País* en 2015. Según las encuestas, existen tres razones por las que los mexicanos no tienen como prioridad sudar la camiseta y es “por falta de tiempo, problemas de salud y cansancio laboral”.

El diario español explicó que además de ser uno de los líderes a nivel mundial en obesidad y primer lugar en consumir refrescos, México también ocupa el nivel más alto dentro de la lista de países industrializados en América Latina con jornadas laborales más largas. “La jornada media dura 2,228 horas anuales, el doble que Alemania u Holanda”.

En diciembre de 2015, *Excelsior* publicó que “60% de los habitantes de ciudades urbanas como Guadalajara, Mérida, Hermosillo, Monterrey y Toluca” aseguraron no tener tiempo para el ejercicio, de acuerdo con una investigación de la Universidad del Valle de México. Un segundo problema es que “62% dijo que pasa sentado más de 5 horas al día”.

El mismo diario informó, en marzo, que a pesar de que una persona realice una actividad física como correr durante una hora no lo exenta de padecer malestares similares a la gente sedentaria si después de hacerlo pasa ocho horas o más sentado, explicó Genevieve Healy, doctor de la Universidad de Queensland, Australia.

Incluso, gracias a un estudio descubrieron que “por cada dos horas que pasaban sentadas 3,757 mujeres” aumentaba el riesgo de desarrollar diabetes en 7%. Si llegaron a pasar ocho horas en esa posición el riesgo era de “hasta 56%”. Por ello, Genevieve Healy explicó que pasar mucho tiempo sentado es igual de peligroso que fumar.

Rubén Yza Villanueva, ex presidente nacional de la Asociación Mexicana para la Prevención de la Aterosclerosis y sus Complicaciones, adjudicó esta conducta sedentaria a los avances tecnológicos que han cambiado la comunicación y el entretenimiento. “[...] la actividad física de niños y adolescentes ha disminuido porque viven unidos al mundo cibernético”, según *Notimex* en octubre de 2015.

Y el subdirector Médico del Hospital de Especialidades del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) en Jalisco, Jorge Romano Romero, compartió opinión con Yza Villanueva, al asegurar que los jóvenes son los mayores afectados por el uso de las tecnologías, a tal grado que son más propensos a padecer “problemas músculo-esqueléticos de forma prematura”, explicó al diario *La Jornada* en julio de 2015.

La población en nuestro país vive en un escenario ficticio respecto a su salud y sobre todo con su peso debido a la desinformación. Según un estudio titulado “Reporte sobre obesidad en México” de la farmacéutica danesa Novo Nordisk, la mayoría de las personas cree estar en un rango de peso entre normal o con algunos “kilitos de más”, pero “más de un tercio de quienes se asumen con peso normal tienen sobrepeso”, y aquellos (“29%”) que piensan que tienen sobrepeso en realidad ya padecen obesidad, de acuerdo con *La Jornada* en septiembre de 2015.

Como lo explican algunos expertos, como el doctor Jesús Muñoz Murguía, investigador del Centro Universitario de Ciencias Biomédicas, doctorado en Ciencias en Fisiología por el Cinvestav del IPN, la obesidad es una enfermedad multifactorial y hasta ahora hemos visto algunos vinculados a la alimentación y la falta de activación física. Sin embargo, el mayor enemigo de las campañas sociales y las dietas por iniciativa propia de la población es la indisciplina, quien se ha convertido por ejemplo en gran aliado del sedentarismo.

Según una encuesta realizada por el Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE), empresa de servicios de investigación y comunicación en nuestro país, 9.7% aseguró que dejó de ir al gimnasio por simple falta de disciplina, publicó *ClikiSalud.Net*, portal web educativo del Instituto Carlos Slim de la Salud.

De acuerdo con cifras de *La Jornada* “80% de individuos que se somete a un régimen para adelgazar recuperan los kilos perdidos al concluir el plan de restricción calórica y el ejercicio”.

Los especialistas del Hospital Infantil de México Federico Gómez explicaron al periódico que en el caso infantil la situación es similar, ya que “los tratamientos clínicos dirigidos a niños y adolescentes para que bajen de peso tienen resultados pobres”.

Según las cifras los pacientes son tratados y consiguen bajar tallas, pero no es suficiente lo que consiguen porque “sólo 22% se coloca en rangos por debajo de la obesidad” y después de un año aparece el conocido “rebote” y solamente “6%” de ellos consiguen mantenerse en el peso inicial.

Pero no solamente afecta a la gente que ya se ha sometido a un plan para bajar sino a aquellas que están en un peso regular y que debido a la inconsistencia en sus horarios de alimentación terminan por subir de peso.

El Sol de Morelia informó, en abril de 2015, que la indisciplina es la causante del sobrepeso y la obesidad, de acuerdo con especialistas del IMSS. Ellos explicaron que “desayunar, comer y cenar sin horarios estables impide el correcto funcionamiento del organismo; además, provoca que el metabolismo sea lento, acumule energía y genere grasa abdominal, causa de sobrepeso y obesidad”.

La licenciada en nutrición Reyna Cruz Bojórquez adjudicó este problema a la falta de herramientas para que la población haga cambios reales. “muchos de los fracasos de los tratamientos nutricionales se deben a que la gente no tiene las herramientas para hacer los cambios en los estilos de vida”.

La periodista Maribel Ramírez Coronel, del diario *El Economista*, aseguró, en noviembre de 2015, que no es un problema de disciplina sino una enfermedad la cual debe ser tratada, incluso sugiere como alternativa la cirugía bariátrica, pues mejora la calidad de vida de quienes optan por esta solución.

México: un país obesogénico

Lo ideal para los gobiernos internacionales es que cada individuo tome medidas personalizadas y genere cambios progresivos en su forma de comer y de vivir para mejorar su salud. Que cada persona tome conciencia, se vuelva disciplinada y activa. Esa es la esencia de los programas sociales, las dietas e incluso de las recomendaciones médicas. Pero ¿qué pasa cuando queremos que cada persona en un país lo haga sin tomar en cuenta al resto de gente que lo rodea, el ambiente y sobre todo la comida?

Ese fue el principal planteamiento de *Serie Científica Latinoamericana* en 2013, un sitio donde se publican estudios y avances importantes sobre nutrición que se difunden en simposios desde 2011. De acuerdo con los expertos, las sociedades actuales viven en un entorno complejo que fomenta desde distintas áreas la obesidad y el sobrepeso. Este ambiente se llama ambiente obesogénico.

Según el sitio se puede entender el concepto como “la suma de las influencias que el entorno, las oportunidades o las condiciones de vida tienen en la promoción de la obesidad de los individuos o de las poblaciones”. La alimentación desequilibrada, rica en grasas, y la falta de actividad física son apenas dos de los varios agentes que rodean a una sociedad que vive en este tipo de ambiente.

Trabajar por más horas, pero sin incluir un esfuerzo físico que implique la quema de calorías es otro agente. Al igual que la accesibilidad a comida procesada en cada esquina.

Según Hans-Rudolf Berthoud, del laboratorio de neurobiología de la nutrición de la Universidad de Lousiana, aseguró que la transición de la sociedad agrícola a la de consumo ha modificado nuestra forma de comer y de transportarnos.

Y en efecto hoy no luchamos con nadie para conseguir nuestra comida y por tanto no usamos la misma energía que antes se requería para combatir; sin embargo, ahora usamos transportes para viajar a distancias más largas y por ende caminamos menos. Ambas tareas resultan más cómodas y rápidas, pero más perjudiciales a la vez.

El profesor Mike Kelly, director del Instituto Nacional para la Salud y la Excelencia del Cuidado (NICE, por sus siglas en inglés) explicó a *BBC Mundo* que por esas razones se desarrolla con más frecuencia este ambiente en zonas urbanas; porque entre la popularidad de los autos, las escaleras eléctricas y los elevadores la gente no se esfuerza físicamente.

Otro agente es la educación familiar. Según el Dr. Luis Raúl Betancourt Morales, de la Academia Mexicana para el Estudio de la Obesidad, A.C., “hay alimentos cuya preferencia se establece desde la etapa embrionaria”. También destaca que es en casa donde los niños adoptan los hábitos tanto alimenticios como de actividad física, por ende es ahí donde se define en gran medida si será un futuro adulto sano o uno enfermo.

Un estudio en 2011 titulado “The Influence of Neighborhood Food Stores on Change in Young Girls' Body” reveló que hasta el lugar en donde viven los niños y los trayectos que realizan diariamente son determinantes. Por ejemplo, “El vivir a menos de 400 metros de una tienda de conveniencia aumenta el riesgo de sobrepeso/obesidad hasta 4 veces en niñas escolares. El vivir cerca de un mercado o tianguis disminuye sensiblemente la incidencia”.

En resumen Hans-Rudolf explicó que desde que nacemos hasta la vida adulta estamos rodeados todo el tiempo de agentes pocos saludables. Las oportunidades de comer son muchas durante el día, desde la despensa familiar en la alacena, hasta las reuniones sociales que exigen la ingesta de calorías a salud del cumpleaños o festejo en turno. Hans-Rudolf añadió que “las porciones han crecido dramáticamente y los buffets y restaurantes de ‘coma todo lo que pueda’ son cada vez más comunes”. *BBC Mundo* concluyó que “la tentación está por todas partes”. ¿Será entonces que esta pandemia de obesidad no tendrá freno?

Mike Kelly relacionó el tema del cigarro y el cáncer pulmonar con dicha situación. Explicó que la comunidad médica hizo el descubrimiento en 1952, pero “tomó décadas para que se restringiera el consumo de tabaco” y cree que “llevará el mismo tiempo antes de que los países desarrollados dismantelen los ambientes obesogénicos”.

Otro hábito desfavorable de la población es la automedicación; incluso, para tratamientos de obesidad y sobrepeso. En la literatura médica existen registros de muchos efectos secundarios por el consumo de fármacos para la pérdida de peso, ya que existen mecanismos de regulación que permiten ubicarlos y aun así son de alto riesgo.

Por tanto los tratamientos que pasan como “productos naturales” implican todavía mayor peligro, ya que no se conoce de manera particular los efectos que pueden provocar en diversas condiciones, por ejemplo, cuando son consumidos por personas con enfermedades

crónicas o que están tomando otros medicamentos. Esto debido a la imprecisión del rotulado y el amplio abanico de productos a la venta. Además de que una gran cantidad de ellos circulan en el mercado sin que las autoridades lo sepan.

Alejandra Oropeza, coordinadora de Nutrición y Diabetes del Hospital General de México Dr. Eduardo Liceaga, explicó a La Jornada, en enero de 2015, que estos fármacos, aun con todos los controles de calidad e inocuidad, pueden causar efectos como alteraciones en los niveles del sistema nervioso, elevaciones en la presión sanguínea, provocar ansiedad, sueño o inhibir la sensación del hambre.

Añadió que en el caso de “un paciente con prediabetes, se puede desencadenar la diabetes” y “en enfermos con algún problema en el corazón, les provoca taquicardias o infartos”. Por ello aclaró que los fármacos para perder peso “se deben consumir bajo prescripción médica, pues sólo funcionan en personas sin antecedentes de enfermedades hereditarias o crónicas”.

En enero de 2014, la *Revista del Consumidor* agregó además que la automedicación tiene otras consecuencias como son reacciones alérgicas o intoxicación por algunos componentes e incluso la muerte.

Según la revista, la población tiende a hacerlo por varias causas entre ellas:

[...] por las precarias condiciones económicas de la población que no tiene dinero para costear una consulta médica, por las recomendaciones de indudable “buena voluntad” de familiares y amigos y por la publicidad que anuncia medicamentos que no requieren receta médica y aseguran un rápido alivio sin que sea necesariamente cierto.

De acuerdo con la Confederación Nacional de Pediatría, la automedicación ha sido muy practicada en los últimos años. “85% de la población recurrió a ella sin consideraciones adecuadas” en el año 2010.

Como los suplementos alimenticios y tratamientos para bajar de peso no están etiquetados como medicamentos, la gente no cree que esté automedicándose. Por ello la población tiende a consumirlos sin antes haber consultado a un especialista en nutrición.

La constante confusión entre productos milagro, medicamentos y suplementos alimenticios lleva a la gente a tratarlos a todos casi por igual y por ende realiza el consumo de manera arbitraria. Así lo explicó Lilia Hernández Alvarado, coordinadora delegacional de Nutrición del IMSS, al diario *Zacatecas en Síntesis*. Allí abordó el tema de aquellos suplementos que en realidad son productos milagro.

El consumo de los productos milagro, denominados en el mercado como suplementos alimenticios, no son medicamentos, al no ser medicamentos no entran a una regulación sanitaria, es por eso que se venden como suplementos alimenticios y ello desafortunadamente conlleva a que la gente los consuma desconociendo que es lo que contienen y que tanto puede perjudicar su salud.

Los consumidores no están conscientes de que cada cuerpo tiene necesidades distintas y que cada producto varía en su contenido y puede incluir ingredientes que al resto de la gente no afecta, pero que a otros puede incluso matar.

Tanto el gobierno como la población mexicana tienen grandes retos por cumplir por el simple hecho de ser una sociedad obesogénica. Las consecuencias cada vez son más evidentes y se traducen en problemas de gasto público, insuficiencia de servicios médicos, baja productividad laboral e incluso complicaciones en la disponibilidad de transporte público. ¿Pero cómo hacer frente a un ambiente perjudicial que parece pasar inadvertido?

De acuerdo con *Milenio*, si se creara una “estrategia comprensiva de prevención evitaría cada año 155 mil muertes por enfermedades crónicas en Japón; 75 mil en Italia; 70 mil en Inglaterra; 55 mil en México y 40 mil en Canadá”, según un informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) titulado “La obesidad y la economía de la prevención”.

Rubén Yza Villanueva destacó que lo primordial es mejorar los hábitos alimenticios y explicó la importancia de consumir más líquidos (sobre todo agua natural) y alimentos sin grasa ni conservadores. De preferencia evitar cocerlos o freírlos, para “conservar su valor nutricional e incrementar el consumo de productos secos como nueces, almendras, cacahuates, todo natural, no empaquetado, no frito, no salado”. Señaló a *Notimex* que el seguir este tipo de recomendaciones puede evitar infartos en gente “relativamente joven”.

Gran parte de la población sabe cómo prevenir y enfrentar esta crisis sanitaria, según informó *El Universal* en noviembre de 2014. “35.5% mencionó que para prevenir la obesidad hay que hacer ejercicio”; “17.1%” piensa que debe reducir el consumo de alimentos chatarra; “16.9%” cree que visitar al doctor frecuentemente ayuda a evitarla y “13.2%” considera que lo importante es no consumir bebidas azucaradas.

En octubre de 2015, Reyna Cruz Bojórquez, licenciada en nutrición, explicó al *Informador* que para crear beneficios reales se necesita “[...] un cambio en el estilo de vida que incluye alimentación, ejercicio físico y terapia psicológica”; por ende requiere de autocontrol y “autocuidado”. Esto significa más que un cambio de hábitos, un reto cultural y educativo para una población que generalmente cae en la resignación y termina por normalizar los padecimientos, como un proceso natural que llega con la edad, en lugar de prevenirlos.

Una epidemia de talla grande

Cuando un problema de salud cobra dimensiones incontrolables al grado de convertirse en una crisis de salud nacional, como es el caso de la obesidad, sin duda afecta directamente a la economía.

De acuerdo con *Forbes*, este trastorno alimenticio costó al país “5,500 millones de dólares” en 2008. Si el gobierno no genera soluciones con impacto a mediano y largo plazo para

bajar el índice de enfermos, en los próximos años la situación empeorará. El director del centro de investigación en salud y nutrición del INSP, Juan Rivera, dijo que para 2017 se calcula que la cifra podría llegar a los “12,500 millones de dólares”.

Evidentemente, existe una emergencia a nivel nacional debido a estas cifras. Incluso, Mikel Arriola, entonces encargado de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) lo aceptó ante el diario *El Universal* en agosto del 2015. “México vive una emergencia sanitaria por el número de habitantes que tienen sobrepeso y obesidad, en donde la diabetes se ha convertido en la principal causa de muerte entre los mexicanos”.

Explicó que casi la mitad del presupuesto que tiene la Secretaría de Salud se destina a gastos en pacientes con diabetes y enfermedades cardiovasculares. La realidad es cruda, pero para el gobierno resulta costoso enfrentar la situación, tal y como lo ejemplificó Arriola al diario. “[...] mientras un paciente diabético controlado con insulina le cuesta al sector salud 150 pesos, un paciente con diálisis que se encuentra en etapa avanzada de su enfermedad le cuesta 150 mil pesos”.

Según el informe de 2015 de la OCDE, los gastos que generan estas enfermedades en concreto son superiores a los 67 mil millones de pesos anuales en atención; lo que equivale a “45% del presupuesto” que mencionó Arriola.

Noticieros Televisa documentó que, hasta diciembre de 2015, casi “14% de los adultos en la Ciudad de México tenían diabetes”, de los cuales “86% tenían acceso a tratamiento médico, pero sólo uno de cada cuatro pacientes logra controlar la diabetes”.

Sobre la cobertura de tratamientos, según Carlos López, director general de Laboratorios Medix (empresa líder del sector farmacéutico antiobesidad), solamente “1% de los adultos con obesidad recibe un tratamiento formal”, de acuerdo con *El Financiero* en abril de 2014. Por su parte, COFEPRIS aseguró a *El Universal* que la atención de dicha triada (sobrepeso, obesidad y diabetes) cuesta al gobierno “alrededor de 42 mil millones de pesos”. Es decir, resulta casi imposible frenar la crisis con el presupuesto existente.

Forbes estima que en 10 años aumentará la cifra de diabéticos cinco millones más en América Latina. Aproximadamente 20 millones de personas tendrán que luchar contra el también conocido “mal silencioso”. Por su parte, *El Universal* mencionó que probablemente en México sean “11 millones de diabéticos para 2025”.

Por ello es probable que exista relación entre dicha emergencia nacional y las especulaciones generadas desde 2013 acerca de una posible reforma de salud. Algunos sitios *web* han hablado de las que podrían ser las modificaciones que el gobierno pretende realizar al sector salud y al artículo cuarto de la Constitución.

Sin embargo, la información se ha quedado en simples rumores en redes informáticas. Incluso, el 16 de julio de 2015, *Emeequis* publicó que varios funcionarios estaban

exigiendo la aclaración de dicha información al Ejecutivo Federal. Como Mario Alberto Dávila, presidente de la Comisión de Salud, quién anunció a este medio que iban a solicitar al Ejecutivo la aclaración a través de la Secretaría de Salud, del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE).

Al día siguiente, el IMSS publicó en su cuenta de *Facebook* que las especulaciones eran falsas, que “los servicios no se privatizarían” y que continuarían cubriendo todas las enfermedades. Sin embargo, el titular del IMSS y el encargado del ISSSTE no dieron declaraciones al respecto. Por su parte el presidente tampoco ha desmentido ni aceptado dicha reforma hasta marzo de 2016; pese al cambio en la administración que dejó a cargo de la secretaría a José Narro Robles en enero de ese año.

En julio de 2013, el presidente Enrique Peña Nieto anunció que destinaría 10 mil millones de pesos “para cumplir con 26 compromisos en materia de salud”. En ese mismo discurso habló por primera vez de una reforma de seguro universal de salud, pero aseguró que formaría parte de la reforma hacendaria, según *La Jornada*.

Dos años después, el titular de COFEPRIS aseguró a *El Universal* que el costo de los medicamentos enfocados a enfermedades crónicas (cáncer, diabetes y enfermedades cardiovasculares) era “61% más barato que hace cuatro años” y que los tratamientos completos habían “bajado en 90% tanto en público como en privado”. Pero no hay que olvidar que el mismo diario informó que pagar tratamientos para padecimientos como el sobrepeso y la obesidad, que son los eslabones principales de esta crisis, tienen un costo de “alrededor de 42 mil millones de pesos”.

De ser cierta la reforma y sus supuestas modificaciones, prácticamente se entendería como una medida “preventiva” o mejor dicho una forma de evadir la emergencia sanitaria que se avecina. Sin importar que los costos en medicamentos sean menores actualmente, el hecho es que los pacientes con enfermedades crónicas pasarían a ser asunto de las empresas privadas y ya no un problema para el Estado, así lo explicó José Antonio Vital Galicia en el artículo titulado “Reforma de salud cuestionada” en octubre de 2015.

En julio de ese año, el diario *El País* informó que “México tenía las tasas de hospitalización más bajas por diabetes y los pacientes pagan hasta el 50% de los medicamentos. La OCDE pide una mejora de la atención primaria”. Quiere decir que si la reforma es aprobada ese 50% de pacientes continuaría pagando sus tratamientos de forma independiente junto con el resto de la población con problemas crónicos.

Ese mismo mes el periódico español informó que las demandas en salud sobrepasan por mucho a lo que la Secretaría de Salud puede ofrecer. “La proporción de médicos familiares por habitante y el número de camas están entre los más bajos. Solo Estonia y Turquía gastan menos en salud en relación a su PIB que México”.

Según el subsecretario de Salud, Pablo Kuri, las medidas que se han implementado desde 2013, como el impuesto a bebidas azucaradas, la instalación de 600 gimnasios al aire libre o la prohibición de alimentos chatarra en las escuelas primarias, tendrán resultados a largo plazo y no en poco tiempo como se esperaba. Aseguró que es un problema que inició desde los ochentas y posiblemente sea hasta 2018 cuando se logren cifras importantes.

Cuando se cumplió el primer año del plan nos dijeron que estaba siendo un fracaso porque los índices de obesidad y diabetes no bajaron. Todo esto ha empezado en los ochenta. Si alguien piensa que los vamos a arreglar en dos años no tiene ni idea. Quizá al final de la administración [2018] veamos que ya no sigue aumentando.

Pero mientras los resultados llegan las cifras se disparan y el control presupuestario parece estar al límite y la situación mundial también está tomando dimensiones importantes.

La OMS presentó varias proyecciones a futuro ante el Congreso Europeo de Obesidad en mayo de 2015. Para 2030 todo el continente estará pasando por una emergencia sanitaria sin precedentes. Entre los países más afectados están Irlanda, donde “prácticamente todos los adultos tendrán exceso de peso”; España tendrá posiblemente “30%” de la población con obesidad y “70%” con sobrepeso; seguido de Suecia donde “22%” de las mujeres serán obesas, de acuerdo con el diario *El País*.

Según los reportes, el único país que está bajando los índices tanto en obesidad como sobrepeso, desde las terribles cifras de 2010, es Holanda. Se prevé que dentro de 15 años “Menos de la mitad de los hombres (49%) tendrán sobrepeso, y sólo 8% serán obesos”.

Los gastos a nivel mundial por tratamiento de dichos padecimientos fueron de “1.4 mil millones de dólares en 2010”. Para 2014 el diario *La Nación* publicó que el gasto global por la epidemia de obesidad ya era de “2 billones de dólares”, lo que lo convirtió en el tercer gasto mundial en salud, según un informe del Instituto Mundial McKinsey.

El Informe de la Nutrición Mundial 2014 explicó que el problema que hoy aqueja a las economías mundiales y sus respectivos gobiernos tiene origen en éstos mismos. “La desnutrición [u obesidad] es resultado del sistema político, la cultura y la mala distribución de la riqueza”.

En marzo de 2015 el director del Centro de Nutrición y Salud del Instituto Nacional de Salud Pública, Juan Rivera Dommarco, mencionó que invertir en acciones para combatir y erradicar el problema de salud tiene grandes beneficios a largo plazo, pero al no destinarse la debida importancia y fluidez económica las consecuencias pueden ser peores.

“Por cada dólar que se invierte en nutrición, la sociedad va a tener un retorno de 16 dólares, es un buen negocio. Empero si no invertimos podríamos perder hasta el 10% de la mediana de los ingresos por la obesidad”.

Pero, tal parece que los gobiernos han decidido concentrar su atención y gastos en acciones para controlar las enfermedades por encima de las medidas de prevención. Así lo explicó el Dr. Richard Horton, editor de la revista médica *The Lancet*, en un informe sobre el combate de la obesidad a nivel mundial en 2011: “Parece existir mucha más disposición para gastar dinero en medicamentos, cirugías y programas de promoción de la salud, que trabajan más con casos particulares, que para tratar la causa subyacente justo desde su inicio”.

El informe también concentra sus proyecciones al año 2030; año en el que las economías de Estados Unidos y Reino Unido tendrán que enfrentar gastos significativos en el control de estos padecimientos. En 2011 *CNNMéxico* publicó que el primero tendrá gastos por tratamientos “de unos 66,000 millones al año” y para el país europeo se prevé que sea de “2,000 millones de libras al año”.

Entonces, ¿cuál sería el costo real para México en dicho año si se encuentra sólo por debajo de EE.UU. en las listas de obesidad? Hasta el momento parece estar tomando medidas tanto en la prevención como en el control, pero los resultados en la prevención no parecen dar resultados satisfactorios como ha sido el caso de los impuestos en la industria refresquera.

Los expertos aseguran que los principales encargados de combatir esta posible pandemia son los gobiernos, pues tienen la responsabilidad de predicar la prevención. Tal y como lo explicó Steven Gortmaker, de la Escuela de Salud Pública de Harvard, quien destacó que esta es la oportunidad para los países de demostrar liderazgo, pero pocos lo han hecho.

“Hemos dejado que el mercado haga su trabajo y ha funcionado bien para producir obesidad”. Y en efecto, desafortunadamente son pocos quienes han mostrado carácter — como es el caso de Holanda— mientras la mayoría han preferido beneficiar a las industrias.

El Futuro de la oleada

Es el año 2775 y la raza humana ha desarrollado la tecnología necesaria para conseguir vivir en la total comodidad y dar rienda suelta a sus placeres. A cambio pagó el precio de exterminar la vida en la tierra, aunque no esté consciente plenamente del precio.

La faena de tener que desplazarse a cualquier destino utilizando las piernas o tener que esforzarse por conseguir alimentos son algunas de las actividades que relegaron al pasado. Ejercicio es una palabra inexistente en las mentes de esta población que sólo vive para estar a la moda y divertirse sin cansarse mucho.

La mayor paradoja de la modernidad cobra vida en unos dinámicos sillones que flotan a gran velocidad transportando lo que parecen ser los objetos más inútiles del lugar. Tripulantes carentes de movimiento, cuyo hartazgo de sus monótonas vidas pesa lo mismo que sus abultados cuerpos. Vulnerables cual recién nacidos los habitantes de esta metrópoli en forma de incubadora confían sus necesidades más básicas a un ejército de hojalata.

La alimentación está al alcance de una orden verbal y el entretenimiento se reduce a las posibilidades ofrecidas por una pantalla. “Buy N Large, todo lo que necesitas para ser feliz”, es el lema de la corporación que domina a la sociedad desde su organización hasta la intimidad de sus vidas ofreciendo soluciones instantáneas a cualquier tipo de problema.

Inspiración para Botero y aberración para Chanel es lo que significan estos evolucionados habitantes de lo que parece ser la civilización del exceso. Este mundo fabricado por “Buy N Large”, la compañía omnipresente de la película “Wall-E” de Andrew Stanton en 2008, muestra un mundo lleno de aparatos desprovistos de empatía, pero equipados de inteligencia capaz de brindar apoyo incondicional al usuario.

Gracias a esta corporación los equipos consiguieron estilizar su metálica figura mientras sus habitantes cambiaron pantalones y camisas por leotardos completos que amoldan sus corpulentas formas. Su salud aparenta ser positiva, pese a que todos exceden los límites de masa muscular y carecen de condición física, pero esta situación es irrelevante para la corporación; consumir los productos y servicios que ofrecen es la única meta.

Pero las maravillas futuristas, y todas sus implicaciones, que nos ilustra Stanton en su propuesta animada están cada vez más cerca de nosotros, incluso algunas ya son parte de nuestra vida cotidiana. Con la llegada de nuevas formas de transporte, alimentación y entretenimiento como es el *Hoverboard*, *Drones*, la comida rápida y la comunicación vía *Internet* las sociedades están modificando sus hábitos de vida y con ello su fisonomía tal y como lo retrata la película.

Sin duda, la obesidad y las enfermedades que desencadena afectan a un sin número de aspectos de las sociedades a nivel mundial y causan crisis de proporciones nunca antes vistas; pero es innegable que ésta también favorece a muchas industrias.

Para muestra basta mencionar que si el gobierno mexicano aprueba la iniciativa del senador del PAN, Daniel Ávila Ruiz, para la creación de un Sistema Universal de Salud y con ella la reforma de salud con las supuestas modificaciones de las que se ha especulado en redes sociales, los pacientes con enfermedades crónicas tales como la hipertensión, diabetes y obesidad estarán fuera de los programas de salud, por lo que tendrán que costear los gastos por cuenta propia; lo cual sin duda beneficiaría principalmente a las empresas farmacéuticas privadas, así como aquellas destinadas al control de peso.

Según *El Financiero*, en abril de 2014, son dieciocho los laboratorios que más se benefician del problema social, ya que dicho mercado tiene un valor mayor a los “2 mil 240 millones de pesos”. *El Economista* también publicó que la venta de medicamentos específicamente para atender obesidad ascendía a “unos 2,283 millones de pesos [...]”.

De acuerdo con Gabriela Luna, doctora en Economía de la Salud, “Las empresas que venden medicinas para tratar la hipertensión, colesterol y diabetes registran una alta

demanda de estos medicamentos, tanto en la venta privada como por las compras de gobierno”, por lo cual las ganancias son enormes.

El Financiero publicó que entre los laboratorios con mayor oferta están *Medix*, *Sanfer* y *Liomont*. Los tres distribuyen productos para el control tanto de obesidad como sobrepeso. El primero además de comercializar medicamentos, ofrece suplementos alimenticios, por tal motivo fue líder en el mercado farmacéutico en 2014 con 41.2%. Su éxito es tal que en marzo de ese año compró la red de centros de adelgazamiento corporal *Slim Center* en México y once clínicas *Medifast* en Estados Unidos.

El director de Deals del Sector Salud de PwC México, Ignacio García-Téllez, mencionó al diario que los padecimientos crónicos fruto de la obesidad son una oportunidad importante para estas industrias y lo serán “por lo menos durante 10 años más, pues será el tiempo en el que esta tendencia alcista podría comenzar a revertirse por la combinación de factores como políticas públicas y cambios de hábitos entre la población”.

Al igual que los laboratorios, las empresas multinivel orientadas a los suplementos alimenticios tienen ganancias considerables. *Amway*, *Herbalife* y *Omnilife* son las tres principales firmas con mayor presencia en México.

En 2014 el estudio global de DSN colocó a las primeras dos, de origen estadounidense, entre las diez empresas de venta directa más importantes. *Amway* en primer lugar y *Herbalife* en tercero, sólo por debajo de *Avon*, publicó el sitio *web Businessreview AmericaLatina.com*.

En cuanto cifras son quienes se disputan el mercado mexicano. Por un lado *Amway* tiene más de tres millones de empresarios (distribuidores) en más de 100 países. México y Colombia son sus principales mercados. Tan sólo el primero “representa 50% de las ventas mundiales” con “crecimientos anuales de entre 20 y 30%”. Aunque en 2014 reportó ventas directas de 11,800 millones de dólares “lo que significó un crecimiento de 38% con respecto al año anterior”, informó *El Financiero*.

La firma comercializa 450 productos de belleza y cuidado del hogar, pero su mayor fuente de ventas son los multivitamínicos y suplementos de la marca *Nutrilite* con la cual Jan Van Andel y Rich DeVos se convirtieron en pioneros de la venta directa en 1949, de acuerdo con el mismo diario.

Herbalife por su parte ha continuado los pasos de *Amway*, pero con un modo de distribución nuevo llamado club de nutrición con el cual ha conseguido 35 años en el mercado, más de tres millones de distribuidores en 91 países y más de 83 mil en México.

Por dicho mecanismo es la firma más grande del sector de suplementos en este país. Incluso, en 2013 “facturó 562 millones de dólares” y ese mismo año reportó 864 mil puntos de venta en el país. En el primer trimestre de 2014 registró ventas con valor de “142.7

millones de dólares” en el país y a nivel mundial fueron de “mil 262.6 millones”, informó el mismo medio en mayo de 2015.

A diferencia de las anteriores, *Omnilife* es una compañía mexicana que pertenece a Jorge Vergara y Angélica Fuentes desde 1991. Tiene presencia en 19 países de América Latina y en este país cuenta con 6.5 millones de empresarios (distribuidores). En noviembre de 2015, *Milenio* publicó que, pese a los problemas legales que existían entre los fundadores, la empresa facturó 19 mil millones de pesos en 2012. Al año siguiente, *Expansión* publicó que las ventas tuvieron un valor de mil 700 millones de dólares.

En 2009 “568 empresas introdujeron al mercado más de 22 mil marcas de suplementos”, según *La Jornada*. Después *El Financiero* publicó que la industria tuvo “un valor global de 52,128 millones de dólares (mdd) en 2014, según un análisis de mercado de Euromonitor International”. Al año siguiente la COFEPRIS informó que en México se generó 892 mdd gracias a estos productos.

El diario *El Tiempo* informó, en septiembre de 2015, que se estima que para el año 2018 las ventas de estos productos, tan sólo en Colombia serán “por 361 millones de dólares, con un aumento adicional del 16%”.

El aumento de la demanda es la principal causa del desarrollo de un amplio abanico de opciones en el mercado. Pero los productos enfocados a la nutrición, como en otras industrias, también deben enfrentar algunos problemas, entre ellos los impuestos y leyes de cada país, así como el comercio informal.

En México, el 26 de marzo de 2015, fue aprobado un decreto relacionado con la aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) a los suplementos nutricionales, informó *El Financiero*. Por supuesto dicho impuesto afectó a las firmas, aunque en el caso particular de *Herbalife* “indicó que no registraron pérdidas generadas por dicha medida”.

Sin embargo, Jesús Álvarez, responsable de la firma californiana en México, indicó al mismo diario que tuvieron que aumentar sus precios “alrededor de 4% después del primer trimestre de 2014”, debido a la aplicación de impuestos al consumo en ciertos productos.

2015 resultó un año difícil para la compañía, pues entre los impuestos, la polémica por las investigaciones y los cambios en la economía provocaron grandes pérdidas. Incluso, durante el primer trimestre de ese año “registró una caída de 13.4% en las ventas netas de sus operaciones en México”, ya que facturó “123.6 millones de dólares”, lo que es considerable ya que el año anterior registró “142.7 millones”, según los directivos fue debido principalmente “al impacto negativo en el tipo de cambio”.

Los impuestos han tambaleado las crecientes cifras de varias compañías no sólo de *Herbalife*. No es vano que la empresa de Mark Hughes pretenda esquivar estos impuestos a través de un giro en sus productos. Actualmente, están registrados en nuestro país como

suplementos alimenticios, pero desde 2014 está buscando cambiar su registro para comercializarse como alimentos, así lo aseguró José Yuste en *Dinero En Imagen.com* en agosto de ese año.

Según el columnista, *Herbalife* ya hizo la petición a COFEPRIS para que realice los análisis correspondientes. Decidió hacer la prueba con la malteada clásica, pues es su carta fuerte en el mundo de las ventas. La empresa mostró seguridad en aquel año porque llevó pruebas de laboratorio que avalan su registro en Estados Unidos como alimentos.

Otro problema que debe enfrentar esta industria es el comercio informal. La confusión entre productos milagro, naturistas y suplementos alimenticios, y el poco control en la distribución, hace viable la posibilidad de introducir productos similares en comercios como tianguis y mercados.

De acuerdo con *Forbes*, en México “el mercado informal de productos milagro disfrazados de suplementos alimenticios está valuado en 29.6 mdd”, equivalente a 3% de la industria de suplementos, según COFEPRIS en abril de 2015.

Ese mismo mes, la comisión decomisó “42 mil 855 productos milagro en Jalisco”, publicó *Excelsior*. En junio el diario *El Sol de México* informó que la compañía había iniciado un plan para atacar el comercio ilegal y decomisar productos robados, caducos y adulterados en coordinación con la Procuraduría General de la República (PGR).

El 5 de julio la procuraduría decomisó 528 envases de la firma en Santa Cruz Meyehualco, en la delegación Iztapalapa, en la Ciudad de México y detuvieron a dos personas por falsificación y transporte de productos ilícitos, según datos de *Quadratin.com*.

La accesibilidad a la materia prima para la elaboración de los productos es un tercer problema para la firma en México, cuyo objetivo es desbancar del primer lugar de ventas a Estados Unidos.

El diario *Vanguardia* informó que en diciembre de 2012 COFEPRIS, a través de una iniciativa, prohibió la preparación de té o infusiones de derivados de más de 200 plantas. Muchas de éstas representan a nivel internacional la herbolaria mexicana. Entre ellas se encuentran aloe vera, árnica, eucalipto, equinácea, panax, ginseng, plántago, gotu kola, la sábila y valeriana, por mencionar algunos.

La Jornada documentó que Óscar David Hernández Carranza, presidente de la Comisión Nacional de Salud y Protección Contra Riesgos Sanitarios de la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), pidió que se revisara la propuesta antes de ser aprobada por el mandatario, pues de entrar en vigor afectaría directamente “300 mil empleos”, sin contar las pérdidas en exportaciones y la posible apertura a la distribución de productos ilegales. La confederación también mencionó que el impacto económico “sería de 130 mil millones de pesos”.

Una de las mayores preocupaciones de la COPARMEX es que dicha medida afectaría a la industria de suplementos, por ello exhortó a la comisión a incluir evidencias y “emitir una nueva lista de plantas prohibidas y reclasificar algunas como el Aloe Vera [...]”. Detalló que la simple restricción del Aloe “afectaría 7 mil empleos en Tamaulipas, donde se cultivan 5 mil 544 hectáreas de la cactácea”. *El Economista* agregó que a nivel nacional “la pérdida económica sería de unos 6,500 millones de dólares, ya que México produce 50% del mercado global de sávida que asciende a unos 13 mil millones de dólares”.

Herbalife utiliza alrededor de 150 ingredientes botánicos para crear productos y uno de ellos es el Aloe, el cual proviene del municipio Jaumave, en Tamaulipas desde 2009.

En 2014, la organización Avaaz, comunidad de firmas sociales, inició una petición llamada “Di no a la prohibición de plantas medicinales de México” para declinar la iniciativa. A la comunidad se han sumado varios médicos como Sergio Rueda, director del Instituto de Medicina y Tecnología Avanzada de la Conducta, en septiembre de 2015.

Rueda afirmó que la prohibición “obligaría a las personas a pagar hasta 300 pesos por un medicamento o vitaminas que contengan alguna planta medicinal que tradicionalmente es el remedio de los indígenas”. Agregó que es imposible permitir “dar en monopolio la herbolaria mexicana”. También negó que dichas plantas tengan efectos secundarios y “que han sido probadas científicamente, por eso las quieren controlar”, según información del *Norte Digital.mx*.

Pero estas dificultades parecen no detener los planes que tiene la multinacional de continuar su expansión. En agosto de 2014 *El Universal* publicó que entre sus estrategias está la alianza con la cadena de tiendas *OXXO* para la distribución de los productos, como la que tiene ya con *Farmacias Benavides* y *Waldo's*. A finales de 2016, “invertirá 3.5 millones de dólares en infraestructura y desarrollo” en la planta de Innovación y Producción que tiene en Winston-Salem, Carolina del Norte, Estados Unidos. También planea crear ahí plazas para dar empleo a 300 personas en el área de producción y de informática a finales de 2018, publicó el sitio *Noticias Multinivel.com* en julio de 2015.

Y así entre cremosos batidos espolvoreados de canela y amaranto, coloridas aguas cítricas y botanas sin azúcar continúa *el impacto de la oleada* y aguarda cada mañana para competir contra los platillos dulces y amargos de la tradicional gastronomía mexicana. Cada mes la suma de sus victorias le da la fuerza y la popularidad necesaria para que su oleaje crezca escudado fielmente por su ejército de “*herbalitos*”. Un desayuno, un cliente contento, un día a la vez, así es como se mueve la oleada tras las cortinas verdi-blancas, pese a la crítica de *las voces de la nutrición*, pues tiene la esperanza de convertirse en la solución recurrente de los mexicanos. Distribuidores como Mariana González, Alan Juárez y Don Beni tienen claro *hacia dónde va la oleada* y quieren seguir siendo parte de su ruta, siempre y cuando puedan ayudar a más personas.

REFLEXIÓN FINAL DEL EJERCICIO PERIODÍSTICO

El presente reportaje buscó mostrar las versiones de todos los implicados en el caso *Herbalife* para que la última palabra, la conclusión final la tenga el lector. Sin embargo, es prudente hacer una reflexión del ejercicio periodístico que hay detrás de este trabajo. Pues es imposible omitir la experiencia del cazador furtivo en esta *oleada verde*, tal y como lo explicó Martín Caparrós, en *Antología de crónica latinoamericana actual* [2012: p.11].

El lenguaje periodístico habitual está anclado en la simulación de esa famosa “objetividad” que algunos, ahora, para ser menos brutos, empiezan a llamar neutralidad. La prosa informativa —despojada, distante, impersonal— es un intento de eliminar cualquier presencia de la prosa, de crear la ilusión de una mirada sin intermediación: una forma de simular que aquí no hay nadie que te cuenta, que “ésta es la realidad”. [...] Pero la subjetividad es ineludible, siempre está.

Es oportuno aclarar que este apartado no pertenece, en estricto sentido, al reportaje; puesto que irrumpe en la esencia de dicho género periodístico.

Sobre el caso de Lorena Peralta se reveló que en ese mismo mes el titular del Hospital General de Huixtla, Jairo Trejo Pérez, aclaró que no existía ningún vínculo entre el deceso y el consumo de los productos. Respecto al tema de presencia de plomo se buscó más casos a nivel nacional e internacional y únicamente se encontró un reporte en el año 2008, en Estados Unidos, publicado por el Fraud Discovery Institute, donde aseguraron que seis de los productos de la empresa contenían alto grado de plomo. Por su parte la empresa aseguró que todos sus productos respetaban las cantidades permitidas para consumo humano.

En México no se encontraron casos clínicos específicos por la existencia de altas concentraciones de plomo vinculados a la empresa o denuncias de más pacientes, cuya situación fuera similar a la de Peralta, al menos en los últimos 15 años.

Por otro lado, desde el año 1992 hasta 2016 se documentaron 110 casos sobre toxicidad y/o daño hepático a nivel mundial relacionados presuntamente con la empresa estadounidense, pero ninguno vinculado con la presencia de plomo [Para conocer los casos, consultar anexo]. De igual manera, de acuerdo con la opinión de los especialistas, el número de casos no es motivo para exigir el retiro de dichos productos del mercado, pero sí implica exigir mayor control por parte de las autoridades para su comercialización.

El común denominador de las investigaciones y casos clínicos a nivel nacional e internacional fue la imposibilidad de precisar con exactitud los componentes y/o causas que han provocado las insuficiencias renales, hepatotoxicidad y toxicidad de éstos, debido a agentes externos como enfermedades preexistentes, imprecisión en el etiquetado de productos, mezcla de otras sustancias, por mencionar algunos.

Por ejemplo, el único caso documentado en México, en 2008, fue el de un joven de 14 años diagnosticado con obesidad. Para los médicos fue imposible establecer una relación directa entre los productos y los padecimientos hepáticos, pero “existen datos clínicos que sugieren podría haberla”.

Por otra parte, pese a las declaraciones y el pequeño acervo de casos registrados en los últimos 15 años no sólo la empresa ha sido afectada, sino cientos de familias que dependen económicamente del negocio de los clubes de nutrición.

Este trabajo también averiguó que no existen pruebas externas por parte de ninguna institución pública que corrobore la información en materia de calidad y seguridad que las empresas de suplementos alimenticios declaran ante la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), respectivamente. De igual manera, no existen mecanismos de control rigurosos para la comercialización de los mismos, debido a contradicciones en los marcos jurídicos correspondientes.

Pocas empresas, como *Herbalife*, ofrecen pruebas de calidad, voluntariamente, a las autoridades e incluso piden que se realicen algunas evaluaciones para determinar su situación en el mercado. Sin embargo, estas pruebas son realizadas por sus propios laboratorios y no de externos, lo cual pone en tela de juicio la objetividad de los resultados y es uno de los argumentos de mayor peso de sus detractores.

Luego de tres años de batallas legales, *Herbalife* ganó las dos demandas más importantes. La primera interpuesta por el inversionista Bill Ackman sobre la presunta existencia de un modelo fraudulento piramidal que estaba afectando a grupos vulnerables de Estados Unidos, principalmente, inmigrantes y latinoamericanos residentes en aquel país.

Y la segunda por parte de organizaciones que exigían una indemnización pues habían perdido dinero debido a las acusaciones del inversionista de Pershin Square. El juez Dale Fisher de Los Ángeles, California rechazó ambas por falta de pruebas contundentes. Incluso se inició una investigación a Ackman por posible manipulación de las acciones de la empresa en la bolsa de valores, a partir de la compra de falsos testimonios y cabildeo.

La confianza de la empresa frente a la serie de demandas en su contra se respalda principalmente en las historias de éxito de sus distribuidores con más antigüedad, seguida de los testimonios de los vendedores de producto cerrado y dueños de clubes de nutrición, así como de sus beneficiados finales, los clientes que desayunan diariamente los productos.

Entre las razones de los distribuidores para defender los productos, y verlos como herramientas útiles, están los hábitos de consumo de un país que exige beneficios a cambio de disciplina mínima y donde la cultura de la buena salud es poca; lo que alimenta la crisis de salud mundial que estamos viviendo.

Una de sus principales demandas de los distribuidores de la marca es que exista más apoyo por parte del gobierno para incentivar la educación alimentaria y nutricional para ver el uso de estos productos como un apoyo a los hábitos de alimentación; en lugar de fomentar la desinformación sobre el tema.

La segunda petición es que se establezca como requisito obligatorio las pruebas externas de calidad y seguridad, postura que comparten con la comunidad médica. Así como mayor rigurosidad en materia de rotulación. Pues aseguran que con dichas medidas acabarían con este tipo de polémicas y pondrían freno al mercado informal que sólo alimentan la desconfianza de los consumidores. Y en caso de que sus propios productos tuvieran

anomalías exigirle a su empresa soluciones claras. De esta manera los distribuidores tendrían mayor sustento para ejercer su labor, los clientes mayor confianza y la comunidad médica más bases para determinar la situación de casos de intoxicación.

Finalmente, uno de los mayores retos al que me enfrenté durante esta investigación fue al despiadado tiempo. La constante tarea de actualizar información para estar al día durante los más de 3 años en los que se le dio seguimiento a este tema fue compleja. Por ejemplo, la importancia de documentar y dar seguimiento a los hechos más relevantes de varios procesos legales como las demandas en contra de la empresa, la situación cambiante ante la bolsa de valores, la publicación de nuevos registros médicos o investigaciones académicas.

Otro aspecto relacionado al tiempo, fue la complejidad para conseguir respuestas por parte de las instancias gubernamentales, a través del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI), entre ellas la Secretaría de Salud Pública, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), Hospital Juárez de México, el Hospital General de México y el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán.

Durante la investigación también estaba contemplada una entrevista con directivos por parte de la empresa *Herbalife*, sin embargo, nunca se concretó, pese a contactar a los encargados de relaciones públicas, oficina de comunicación e inspectores de clubes de nutrición.

También se intentó contactar a personas que aseguraran haber padecido algún daño a la salud por el consumo de los productos. Se buscó entablar comunicación con algunas de ellas por medio de grupos establecidos en sitios *web* que afirman estar en contra de *Herbalife*, sin embargo, nadie respondió en los tres años que llevó esta investigación.

Un reto más fue hacer la lectura e interpretación de toda la reglamentación mexicana en materia de salud, así como de los artículos científicos y reportes médicos a nivel nacional e internacional.

Al principio de la investigación creí que sería un problema la falta de datos, puesto que había poca o nula información documentada sobre el tema en México. Al final, gracias a la comunidad médica y medios de comunicación internacionales, me encontré con una situación inversa. Hubo demasiada información por analizar y fue difícil el trabajo de síntesis sin perder de vista el objetivo.

Sin embargo, la prueba más difícil de todo este proyecto fue perder a uno de mis entrevistados y uno de mis principales motivos para iniciar ésta que ha sido, hasta ahora, la aventura más larga y compleja de mi carrera. Falleció a la mitad de la investigación víctima de un accidente, lo que marcó mi vida personal y profesional de una manera indescriptible.

No hay libros, talleres o clases en la universidad que te preparen para vivir una experiencia así en medio de un reportaje.

La oleada verde en México es una investigación que buscó darle voz a todas las partes implicadas, en la medida de lo posible, en un tema no sólo de actualidad sino de responsabilidad social. Pero, también es una manera respetuosa de hacer homenaje a un joven que contribuyó en gran medida a esta investigación. Alan Juárez un emprendedor que dedicó su vida y labor a su más grande compromiso... la nutrición.

Historias como la de los González o los Juárez García, que están detrás de su ejército de esquimeras todas las mañanas, son ejemplo de que existen distribuidores en el mundo que, pese a las críticas, la incontrolada propagación de publicaciones sin sustento, la falta de regulación gubernamental, los malos hábitos alimenticios y el uso indiscriminado de productos para bajar de peso y automedicación, siguen buscando prepararse en materia de salud y nutrición para convertirse en asesores profesionales que ayuden a solucionar la crisis de salud que, inevitablemente, estamos viviendo.

ANEXO

Tabla 1. Elementos de clasificación de productos herbolarios y vitamínicos				
Características	Medicamento Herbolario	Remedio Herbolario	Suplemento Alimenticio	Medicamentos Vitamínicos
Finalidad	Prevención Terapéutica Rehabilitación	Auxiliar, terapéutico, alivio sintomático	Incrementar, complementar o suplementar algún componente de la dieta. Contribuye a la prevención. Efecto benéfico para salud.	Prevención, curación, rehabilitación.
Contenidos: *De planta	Derivados estandarizados de plantas medicinales	Plantas medicinales o sus derivados	Plantas o sus derivados*	
*De vitaminas y minerales	Vitaminas, minerales+		Vitaminas, minerales**	Vitaminas, minerales**
*Otros nutrientes	No	No	Sí	No
*De fármacos	No	No	No	Posible (alopático)
Evidencias de: *Seguridad	Demostrada	Demostrada o con información suficiente (uso documentado)	Demostrada o con información suficiente	Demostrada por cada ingrediente
*Eficacia	Demostrada	Uso documentado	No necesaria	Demostrada por cada ingrediente
<p>*Excepto plantas con toxicidad, efectos adversos o interacciones importantes. ** Concentraciones según tablas publicadas por la Secretaría. +El artículo 67 del Reglamento de Insumos para la Salud asienta que "No se consideran medicamentos herbolarios aquellos que estén asociados a principios activos aislados y químicamente definidos", por lo tanto las vitaminas y minerales no podrían formar parte de ellos. Sin embargo, la evaluación de los productos que contienen tanto vitamínicos como herbolarios es más adecuada si se realiza como herbolarios.</p>				

Tabla 1 obtenida del documento "Consideraciones acerca de la Regulación Sanitaria de Productos Herbolarios y Vitamínicos" de 2003 de la COFEPRIS

Tabla 2. Sustancias no autorizadas potencialmente peligrosas para la salud, encontradas en 851 productos naturales evaluados, para su clasificación en la Cofepris en el año 2003.		
Plantas	Químicos y hormonas	Productos animales
<u>Yohimbe</u>	Germano	Glándulas pituitarias
<u>Ma-huang (Ephedra sp)</u>	Planta coloidal	Concentrados de timo
<u>Kava-kava</u>	Androsterona	Extracto adrenal
<u>Aristolochia sp</u>	Melatonina	Extracto de hipotálamo
<u>Mandragora officinarum</u>	<u>Dehidroepiandrosterona</u>	
<u>Erythoxylum</u>	<u>Norandosterona</u>	
Fuente: Gerencia de herbolarios, homeopáticos y medicinas alternativas. <u>Cofepris</u> .		

Tabla 2 obtenida del documento "Consideraciones acerca de la Regulación Sanitaria de Productos Herbolarios y Vitamínicos" de 2003 de la COFEPRIS

Requisitos para el registro	Medicamentos Herbolarios	Remedios Herbolarios	Suplementos Alimenticios
1. La información técnica y científica que demuestre la identidad y pureza de sus componentes de acuerdo con lo que establezcan las farmacopeas especiales, o en su defecto, las fuentes de información científica internacional.	X		
2. Descripción del envase primario y secundario.	X		
3. Método de identificación del principio o principios activos.	X		
4. La información técnica y científica que demuestre la estabilidad del producto terminado.	X		
5. Certificado de identificación taxonómica de cada una de las plantas utilizadas o el documento en el que conste la información sobre la identidad de los componentes.	X	X	
6. Indicaciones terapéuticas.	X		
7. Proyectos de etiqueta.	X	X	X
8. Instructivo para su uso (en su caso).	X		
9. Descripción del proceso de fabricación.	X	X	
10. Información para prescribir en sus versiones amplia y reducida.	X		
11. Certificado de análisis de producto terminado de aspectos organolépticos, físicos y microbiológicos y ausencia de residuos tóxicos.		X	
12. Denominación científica y popular de la(s) planta(s) empleadas.		X	
13. Indicaciones y tiempo para su uso.		X	X
14. Fórmula <u>quali</u> -cuantitativa de los componentes y aditivos, (deberá ir formulada por el responsable sanitario)		X	X
15. Nombre de cada ingrediente, nombre científico en el caso de plantas y la monografía para aquellas sustancias no comunes.			X
16. Formato de solicitudes.	X	X	
17. Avisos de Funcionamiento de Responsable Sanitario y de Modificación.			X
18. Comprobante de pago de derechos "Hoja 5SAT".	X	X	

Tabla 3 obtenida de "Investigación de los Requisitos Técnicos y Regulatorios de Productos Herbolarios de Fabricación en México", Romero Díaz (2010).

Categoría	Proceso	Grupo	Subgrupo
Productos y Servicios	Obtención Elaboración Fabricación Preparación Conservación Mezclado Acondicionamiento Envasado Manipulación Transporte a temperatura Ambiente a Temperatura de Refrigeración Distribución Expendio o Suministro al público Almacenamiento a temperatura Ambiente Almacenamiento a temperatura de Refrigeración y/o congelado	Alimentos	Conserva de baja acidez Rastros y obradores Tés y productos para infusión Condimentos Suplementos Alimenticios
		Bebidas no alcohólicas	Jugos y Néctares Gelatinas y bebidas congeladas Bebidas <u>alergizantes</u> (taurina, cafeína, gluconolactona)
		Bebidas alcohólicas	Fermentadas Destiladas Preparadas
		Productos de perfumería y belleza	Lociones, perfumes y desodorantes Tintes
		Productos de Aseo y Limpieza	Detergentes (polvo, líquido y pasta) Aromatizantes Desinfectantes a base de amoniaco
		Materias Primas	Lácteos y cárnicos Féculas, harinas y derivados Aceites y grasas
		Expendio y suministro de alimentos	Corredores industriales/Restaurantes, taquerías, etc. Bares, cantinas, discotecas, etc. Cafeterías
		Aditivos	<u>Gelificantes</u> o espesantes <u>Edulcorantes</u> Colorantes/Saborizantes/Antioxidantes Conservadores
Insumos para la salud		Medicamentos	Medicamentos Alopáticos Medicamentos Homeopáticos Medicamentos Herbolarios Medicamentos Vitamínicos
		Dispositivos Médicos	Equipo Médico Prótesis, órtesis y ayudas funcionales Agentes de diagnóstico Insumos de uso odontológico Productos <u>Higiénicos</u>
		Remedios Herbolarios	

Tabla 4 obtenida de “Investigación de los Requisitos Técnicos y Regulatorios de Productos Herbolarios de Fabricación en México”, Romero Diaz (2010).

Vitaminas	Dosis	Minerales	Dosis
Vitamina A/Retinol	2400 µg	Calcio	2000 mg
Ac. Fólico	2000 µg	Cobre	10 mg
Beta Caroteno	150 mg	Cromo	500 µg
Biotina 1000 µg	1000 µg	Flúor	5.0 mg
Vit B1/Tiamina	150 mg	Fósforo	2000 mg
Vit B2/Riboflavina	170 mg	Hierro	75 mg
Vit B3/Niacina	500 mg	Magnesio	1000 mg
Vit B5/Ac. Pantoténico	550 mg	Manganeso	10 mg
Vit B6/Piridoxina	250 mg	Molibdeno	350 µg
Vit B12/ Cianocobalamina	1000 µg	Selenio	200 µg
Vit C/Ac. Ascórbico	2000 mg	Yodo	500 µg
Vit D	50 µg	Zinc	50 mg
Vit E/d- a-Tocoferol	1000 mg		
vit K	65 µg		

Tablas 5 v 6 obtenidas del Reglamento de Insumos para la Salud. Capítulo IV. artículo 62.

Vitaminas	Dosis
Vitamina A/Retinol	1000µg
Ac. Fólico	400 µg
Beta Caroteno	15 mg
Biotina	300 µg
Vit. B1/Tiamina	15 mg
Vit. B2/Riboflavina	18 mg
Vit. B3/Niacina	25 mg
Vit. B5/Ac.Pantoténico	20 mg
Vit. B6/Piridoxina	10 mg
Vit. B12/Cianocobalamina	12 µg
Vit. C/Ac. Ascórbico	300mg
Vit. D	10 µg
Vit. E/d-α -tocoferol	200mg
Vit. K	30 µg

Minerales	Dosis
Calcio	1200mg
Cobre	3 mg
Cromo	200µg
Flúor	1 mg
Fósforo	1200mg
Hierro	20 mg
Magnesio	500 mg
Manganeso	7,5 mg
Molibdeno	250 µg
Selenio	100µg
Yodo	200 µg
Zinc	20 mg

Tablas obtenidas del Reglamento de Insumos para la Salud. Capítulo IV. artículo 62.

CASOS SOBRE TOXICIDAD Y DAÑO HEPÁTICO A NIVEL MUNDIAL		
PAÍS	Número de casos	Fecha
Suiza e Israel	22	1992 hasta 2006
Unión Europea	6	1992 y 2006
Islandia	28	2002 hasta 2010
España	22	De 2003 hasta 2015
Suiza	12	2007
Argentina	1	2007
México	1	Entre 2008 y 2009
Argentina	1	2008
Argentina	1	2009
Francia	7	2009
Portugal	3	2009
Italia	1	2009
Finlandia	1	2009
Venezuela	2	Entre 2012 y 2013
México	2	2014
Total:	110	

Tabla creada por Ingrid Cervantes en agosto de 2016



México, D. F. a 13 de Agosto del 2015.

DR. JOSÉ MANUEL CONDE MERCADO
DIRECTOR MÉDICO Y TITULAR DE LA UNIDAD DE ENLACE
DEL HOSPITAL JUÁREZ DE MÉXICO
PRESENTE



Dando respuesta a la solicitud de información número 1219000014615, la cual se recibió a través del Sistema de Solicitudes de Información INFOMEX y que se transcribe finalmente:

¿Cuántos pacientes han tenido paracetamol toxicidad en cualquier modalidad de exposición del 2000 al 2015?

Del año 2000 al 2006, no se registró ningún caso en virtud de que no existía el Servicio de Toxicología Clínica (Centro Toxicológico). En el año 2007, se presentaron 3 casos. En el 2008, 3 casos. En el 2009, se registraron 4 casos. En el año 2010, hubo 3. En el 2011, 1 caso. En el 2012, 1 caso. En el 2013, fueron 3 casos. En el 2015, 3 casos de paracetamol toxicidad.

AÑO	EXPEDIENTE	GÉNERO	EDAD/años	FUENTE EXPOSICIÓN	Niveles Basal Paracetamol	Niveles Final Paracetamol
2007	70.29.66	F	13	Paracetamol	41 µg/ml	6 µg/ml
2007	70.93.65	M	4	Hongos		
2007	71.99.75	F	30	Tetracloruro de carbono		
2008	72.65.43	M	48	Paracetamol	36 µg/ml	4 µg/ml
2008	72.50.94	M	60	Tetracloruro de carbono		
2008	74.49.03	F	18	Paracetamol	29 µg/ml	0.5 µg/ml
2009	76.45.42	F	19	Raticida (fosforo de Zinc)		
2009	78.45.78	F	45	Hongos (A. Virosa)		
2009	79.52.66	M	47	Herbicida (Paraquat)		
2009	79.56.52	M	39	Raticida		



Tabla obtenida del Hospital Juárez de México a través del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).



				(Fosforo de Zinc)		
2010	83 05 81	M	3 meses	AINES (Naproxen)		
2010	83 13 80	F	24	Paracetamol	42 µg/mL	10 µg/mL
2010	80 59 08	F	37	Paracetamol	30 µg/mL	5 µg/mL
2011	S/E	F	18	Paracetamol	32 µg/mL	7 µg/mL
2013	88 98 92	M	11	Hongos		
2013	88 96 93	F	10	Hongos		
2013	88 96 95	M	35	Hongos		
2013	S/E	F	38	Paracetamol	67 µg/mL	10 µg/dL
2013	S/E	F	38	Paracetamol	78 µg/mL	5 µg/mL
2013	S/E	F	48	Paracetamol	62 µg/mL	8 µg/mL
2015	987744	F	56	Hongos		
2015	987743	M	58	Hongos		
2015	987745	F	25	Hongos		

Sin más por el momento, le envío un cordial saludo.

ATENTAMENTE

DRA. LAURA GONZÁLEZ FLORES
ENCARGADA DE TOXICOLOGÍA CLÍNICA.

Tabla obtenida del Hospital Juárez de México a través del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).

OFICIO NÚMERO: CCINSHAE-DGPIS-DCDA-185-2015

México, D. F. a 25 agosto de 2015.

ASUNTO: Solicitud de información No. **001200317415**

LIC. MARIA EUGENIA GARCÍA GONZÁLEZ
DIRECTORA Y SERVIDORA PÚBLICA
HABILITADA DE LA UNIDAD DE ENLACE
SECRETARÍA DE SALUD
GUADALAJARA 46, MEZZANINE,
COL. ROMA,
DEL. CUAUHTÉMOC,
MÉXICO D. F. 06700


Para dar cumplimiento a lo dispuesto por los artículos 1, 2, 28, 41, 43 y demás relativos de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental y correspondientes de su Reglamento, atendiendo de conformidad con los procesos, actividades y tiempos del manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Transparencia vigentes, a la solicitud de información No. **0001200317415**:

¿Existen registros sobre casos de daño hepático, renal e intoxicación por consumo de suplementos alimenticios y/o productos para bajar de peso a nivel nacional? Si los hay, ¿cuáles son? II. ¿Cuáles son los principales estados de la República donde se desarrollan éstos padecimientos? III. ¿Existen casos registrados de alguno de los anteriores padecimientos ligados directamente con el consumo de los productos de origen estadounidense de la marca Herbalife?

Me permito informarle que después de haber realizado una búsqueda exhaustiva en los archivos de esta Unidad Administrativa (UA) y en los inventarios de transferencia primaria al archivo de concentración de la propia UA, no se tienen registros de casos de daño hepático porque no se han reportado, tampoco se tiene registros de casos ligados directamente a la marca referida.

Aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE,


DR. FRANCISCO JAVIER DÍAZ VÁSQUEZ
DIRECTOR DE CONCERTACIÓN Y DIFUSIÓN ACADÉMICA
Servidor público designado como enlace para el seguimiento y atención de las solicitudes de acceso a información o a datos personales que formulen los particulares a la Dirección General de Políticas de Investigación en Salud y demás obligaciones de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.

Respuesta por parte de la Secretaría de Salud a través del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).



Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información
y Protección de Datos Personales.

Procuraduría Federal del Consumidor
Unidad de Transparencia

México, D. F., 05 de agosto de 2015

Solicitud: 0436/15-1

Folio Infomex-IFAI: 103150000436/15-1

Área Responsable de la Respuesta: Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor

Solicitud de Información:

*"...I. ¿Existen estudios de calidad sobre los productos nutritivos de la empresa Herbalife?
II. ¿Cuáles son los criterios por los cuales PROFECO los ha aprobado para su venta en todo el país? III. ¿Cuál es la cantidad límite de plomo que puede contener algún producto nutricional como éstos?... "[sic].*

Respuesta:

I. ¿Existen estudios de calidad sobre los productos nutritivos de la empresa Herbalife?

El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor no ha realizado estudios a los productos de la empresa Herbalife

II. ¿Cuáles son los criterios por los cuales PROFECO los ha aprobado para su venta en todo el país?

La Procuraduría Federal del Consumidor, no es la institución encargada de evaluar si un producto puede o no salir al mercado para su venta en el país.

III. ¿Cuál es la cantidad límite de plomo que puede contener algún producto nutricional como éstos?..

La cantidad límite de plomo la establece la Secretaría de salud y es distinta para diversos alimentos, por citar, el REGLAMENTO DE CONTROL SANITARIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS establece que los chocolates no deberán sobrepasar de 1,0 mg/kg, las botanas elaboradas con semillas 0,5 mg/kg y para los suplementos alimenticios señala que no deberán contener contaminantes químicos y biológicos que puedan poner en riesgo la salud del consumidor

Respuesta por parte de la Procuraduría Federal del Consumidor a través del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).

"2015, Año del Generalísimo José María Morelos y Pavón".

OFICIO No. COS/11UE/ 352 /2015

México, D.F. a 15 de septiembre de 2015

LIC. JUAN LEONARDO MENES SOLÍS
Coordinador General Jurídico y Consultivo y
Titular de la Unidad de Enlace
Monterrey No. 33, Colonia Roma
C.P. 06700, Cuauhtémoc, D.F.

PRESENTE

En atención al Oficio No. CGJCIUDE/2465/2015, a través del cual se remite la solicitud de acceso a la información pública número 1215100182315, enviada por el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública, solicitud que a continuación se transcribe:

Número de solicitud 1215100182315

"I. ¿Cuáles son las normas que deben cumplir los productos de nutrición como son los suplementos de la marca Herbalife? II. ¿Cuáles son los criterios por los cuales COFEPRIS aprueba la venta de los productos Herbalife en todo el país? III. ¿Existen estudios de calidad sobre los productos nutritivos de esta empresa?" (Sic).

Modalidad de entrega de información: INFOMEX

En atención a la solicitud de información, respecto a "I. ¿Cuáles son las normas que deben cumplir los productos de nutrición como son los suplementos de la marca Herbalife (...)", se informa que cualquier producto que quiera ser comercializado como suplemento alimenticio en México deberá dar cumplimiento al marco jurídico vigente conformado por la Ley General de Salud, Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios, Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, Acuerdo por el que se determinan las plantas prohibidas o permitidas para téis, infusiones y aceites vegetales comestibles, Acuerdo por el que se determinan los aditivos y coadyuvantes en alimentos, bebidas y suplementos alimenticios, su uso y disposiciones sanitarias; señalado en la página de internet www.cofepris.gob.mx sección INFORMACIÓN RELEVANTE, Suplementos Alimenticios.

Respecto a "(...) II. ¿Cuáles son los criterios por los cuales COFEPRIS aprueba la venta de los productos Herbalife en todo el país (...)", se hace de su conocimiento que tratándose de suplementos alimenticios no existe una autorización por parte de esta Comisión Federal, únicamente los establecimientos que comercialicen dichos productos deben cumplir con lo estipulado en el artículo 200 bis de la Ley General de Salud que se transcribe para pronta referencia:

"Artículo 200 Bis.- Deberán dar aviso de funcionamiento los establecimientos que no requieran de autorización sanitaria y que, mediante acuerdo, determine la Secretaría de Salud.

El acuerdo a que se refiere el párrafo anterior clasificará a los establecimientos en función de la actividad que realicen y se publicará en el Diario Oficial de la Federación.

El aviso a que se refiere este artículo deberá presentarse por escrito a la Secretaría de Salud o a los gobiernos de las entidades federativas, por lo menos treinta días anteriores a aquel en que se pretendan iniciar operaciones y contendrá los siguientes datos:

- I. Nombre y domicilio de la persona física o moral propietaria del establecimiento;
- II. Domicilio del establecimiento donde se realiza el proceso y fecha de inicio de operaciones;
- III. Procesos utilizados y líneas o líneas de productos;
- IV. Declaración, bajo protesta de decir verdad, de que se cumplen los requisitos y las disposiciones aplicables al establecimiento;
- V. Clave de la actividad del establecimiento, y

DGS/11UE/COMARCI/FOI/dgpp

Volante 000515027501215100182315

Oklahoma No. 14, Colonia Nápoles, Del. Benito Juárez, México D.F., C.P. 03810
Tel. 5080-5200 Ext. 1229 y 1164 www.cofepris.gob.mx

1

Respuesta por parte de la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios a través del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos

FUENTES

Bibliografía

- Caparrós Martín, *Taller de periodismo y literatura*, Cartagena, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y Corporación Andina de Fomento, 2003.
- Comboni Sonia y Juárez José M., *Introducción a las técnicas de investigación*, Editorial: Trillas, 3ª ed., 2007.
- Dallal Alberto, *Lenguajes Periodísticos*, México, Editorial: Instituto de Investigaciones Estéticas, UNAM, 2007.
- García P. Víctor Manuel y Gutiérrez C. Liliana María. *Manual de Géneros Periodísticos*, Bogotá, Editorial: ECOE ediciones: Universidad de la Sábana, 2011.
- Gomis Lorenzo, *Teoría de los géneros periodísticos*, Barcelona, Editorial: UOC, 2008.
- González Reyna Susana, *Géneros Periodísticos I: Periodismo de opinión y discurso*, México, Editorial Trillas, 1999.
- Huezó Tatiana, *El viaje...Rutas y caminos andados para llegar a otro planeta*, México, documentada Madrid, CCC, 2012.
- Jaramillo Agudelo Darío, *Antología de crónica latinoamericana actual*, México, Editorial Alfaguara, 2012.
- Kapuściński Ryszard, *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*”, México, Fondo De Cultura Económica (FCE), 2003.
- Kapuściński Ryszard, *Los cínicos no sirven para este oficio/Sobre el buen periodismo*, Barcelona, Editorial Anagrama, 2002.
- Leñero Vicente y Marín Carlos, *Manual de Periodismo*, México, Editorial Grijalbo, 1986.
- Ulibarri Eduardo, *Idea y vida del reportaje*, México, Trillas 1994.
- Villoro Juan, *Safari Accidental*, México, Joaquín Mortiz (Contrapuntos) / Planeta 2005.

Artículos Académicos

- Baile Ayensa José I, *Obesos pero malnutridos: un grave problema en Latinoamérica*, [en línea], Revista Médica de Chile, Chile, Dirección URL: <http://www.revistamedicadechile.cl/ojs/index.php/rmedica/article/view/4362/1534>, [consulta: 02 de febrero de 2016].
- Carbonell Amiot Tania Delia, Moné Martínez Miriela, García Fresneda Jorge Luis, *Algunas consideraciones clinicopatogénicas de las hepatitis tóxicas*, [en línea], Hospital Provincial Docente Clínicoquirúrgico “Saturnino Lora Torres”, de Santiago de Cuba, Cuba, Dirección URL:

<http://www.medigraphic.com/pdfs/medisan/mds-2012/mds121p.pdf>, [consulta: 23 de noviembre de 2015].

- Carrillo Esper Raúl, Lara Caldera Bolívar, Ruiz Morales José Manuel, *Hierbas, medicina herbolaria y su impacto en la práctica clínica*, [en línea], Revista de Investigación Médica Sur, 2010, Vol. 17, No. 3, (Julio-Septiembre): Dirección URL: <http://www.medigraphic.com/pdfs/medsur/ms-2010/ms103a.pdf>, [consulta: 29 de agosto de 2015].
- Chao, Sara, Anders, Margarita, Turbay, Maximiliano, Olaiz, Emiliano, McCormack, Lucas, Mastai, Ricardo, *Hepatitis aguda asociada al consumo de Herbalife® a propósito de un caso*, [en línea], Acta Gastroenterológica Latinoamericana, 2008, 38, (Diciembre-Sin mes): Dirección URL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199317374009>> ISSN 0300-9033 [consulta: 21 de agosto de 2015].
- Chirino Sprung Ruby Ann, *Daño hepático por fármacos y herbolaria*, [en línea], Hospital Ángeles del Pedregal, Dirección URL: <http://hepatologia.org.mx/app/media/pdf/2010/C/41.pdf> [consulta: 22 de noviembre de 2015].
- Garrido Gallego Francisco, Muñoz Gómez, Raquel, Muñoz Codoceo Carolina, Delgado Álvarez Pilar, Fernández Vázquez Inmaculada y Castellano Tortajada Gregorio, *Fallo hepático agudo en paciente consumidora de productos de Herbalife y zumo de Noni*, [en línea], España, Revista Española de Enfermedades Digestivas, 2015, Vol. 107, No. 4, pp. 245-246, Dirección URL: <https://medes.com/publication/97162>, [consulta: 29 de agosto de 2015].
- Jiménez Cruz Arturo, *Obesidad, diabetes y pobreza: costos e implicaciones*, [en línea], México, RevistaCiencia/Academia Mexicana de Ciencias, S/F, Dirección URL: http://www.revistaciencia.amc.edu.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=107, [consulta 22 de marzo del 2016].
- Lifshitz Alberto, *Diabetes Mellitus*, [en línea], México, Seminario de medicina y salud, 2008, Dirección URL: http://www.facmed.unam.mx/sms/seam2k1/2008/may_01_ponencia.html, [consulta: 08 de febrero de 2016].
- Manso G, López-Rivas L, Salgueiro ME, et al, *Continuos reporting of new cases in Spain supports the relationship between Herbalife products and liver injury*, [en línea], España, Pharmacoepidemiol Drug Saf 2011;20:1080-7. Dirección URL: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/21751292>, [consulta 29 de agosto 2015].
- Mayor M.C. Medina-Vázquez Jorge Dante, M.C. Aguilar-Mata Dulce María y M.C. Almanza-Méndez Carlos Fernando, *Hepatotoxicidad, suplementos naturistas. Presentación de dos casos clínicos*, [en línea], México, Revista de Sanidad Militar, Dirección URL: <http://new.medigraphic.com/cgi-bin/resumen.cgi?IDREVISTA=88&IDARTICULO=42268&IDPUBLICACION=4413&NOMBRE=Revista%20de%20Sanidad%20Militar>, [consulta 23 de agosto 2015].

- Méndez Romero Yolanda, *Hepatotoxicidad de medicamentos para el tratamiento de la obesidad*, [en línea], México, Sitio Web Revista Gastroenterología de México, Dirección URL: <http://www.revistagastroenterologiamexico.org/es/hepatotoxicidad-medicamentos-el-tratamiento-obesidad/articulo/X0375090611354274/#affa>, [consulta 03 de agosto 2015].
- Mengual-Moreno Edgardo, Lizarzábal-García Maribel, Ruiz-Soler María, Silva-Suarez Niniveth, Andrade-Bellido Raúl, Lucena-González Maribel, Bessone Fernando, Hernández Nelía, Sánchez Adriana e Medina-Cáliz Inmaculada, *Reporte de casos de lesión hepática inducida por medicamentos en un centro hospitalario de referencia del estado Zulia, Venezuela*, [en línea], Venezuela, Universidad del Zulia, Dirección URL: <http://200.74.222.178/index.php/investigacion/article/viewFile/19858/19796>, [consulta 13 de agosto 2015].
- Molinar O. y Márquez S., *Use of nutritional supplements in sports: risks, knowledge, and behavioural-related factors*, [en línea], España, Nutrición Hospitalaria, Dirección URL: <http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v24n2/revision2.pdf>, [consulta 05 de noviembre 2015].
- O. Jorge, et al., *Síndrome de Obstrucción Sinusoidal asociado a la ingesta de Herbalife*, [en línea], Acta Gastroenterológica Latinoamericana, 2010, Vol. 40,ISSN 0300-9033, pp. 9-38, Dirección URL: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19931800200>, [consulta: 22 de agosto de 2015].
- Oliver Palou Andreu, *Informe del Comité Científico de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) sobre una hipótesis metabólica relativa a la hepatotoxicidad asociada al consumo de ciertos complementos alimenticios y a productos alimenticios destinados a una alimentación especial, relacionados con dietas de control de peso*, [en línea], España, Revista del Comité Científico N0.9, Dirección URL: http://aesan.msssi.gob.es/AESAN/docs/docs/evaluacion_riesgos/comite_cientifico/HEPATOTOXICIDAD_DIETAS_CONTROL_PESO.pdf [consulta 25 de agosto 2015].
- Rojas-Loureiro G., Lázaro-Pacheco I., Martínez-Saldívar B., Erá-Maor L., Pérez-Torres E., *Acute Liver Failure After the Intake of Herbalife Products*, [en línea], México, Annals of Hepatology, Dirección URL: <http://www.medigraphic.com/pdfs/hepato/ah-2014/ah145u.pdf> [consulta 23 de agosto 2015].
- S/A, *¿Qué es un ambiente obesogénico?*, [en línea], América Latina, Simposio 2013, Serie Científica Latinoamericana, Dirección URL: <http://www.seriecientifica.org/es/serie-cientifica-latinoamericana-2013/que-es-un-ambiente-obesogenico>, [consulta: 13 de febrero de 2016].
- S/A, *Association between consumption of Herbalife nutritional supplements and acute hepatotoxicity*, [en línea], Israel, National Center for Biotechnology Information, U.S. National Library of Medicine, Dirección URL: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17692424>, [consulta 11 de agosto 2015].

- Shamah Levy Teresa, Castellanos Amaya Alejandra, Cuevas Nasu Lucía, *Desnutrición y obesidad: doble carga en México*, [en línea], México, Revista Digital Universitaria, UNAM, Dirección URL: <http://www.revista.unam.mx/vol.16/num5/art34/>, [consulta 08 de febrero 2016].
- Varaldo Carlos, *Divulgando por solitacao da Herbalife®*, [en línea], Brasil, Agência de Notícias das Hepatites, Dirección URL: http://hepato.com/p_tratamentos_alternativos/020_alternat_port.php, [consulta 23 de noviembre 2015].
- Varaldo Carlos, *Intoxicação do fígado pelo Herbalife®*, [en línea], Brasil, Agência de Notícias das Hepatites, Dirección URL: http://hepato.com/p_tratamentos_alternativos/022_alternat_port.php, [consulta 23 de agosto 2015].
- Vidal Casero María del Carmen, *El desarrollo de la Legislación sobre plantas medicinales en la comunidad europea y su incorporación en el Ordenamiento jurídico español. Su problemática*, España, Facultad de Farmacia, Valencia, Dirección URL: <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/500295.pdf>, [consulta 29 de agosto 2015].
- Waksman de Torres Noemi, *El control de calidad de productos herbolarios en la Salud Pública*, [en línea], México, Revista Salud Pública y Nutrición, Vol. 13, No.1, Dirección URL: <http://www.medigraphic.com/pdfs/revsalpubnut /spn-2012/spn121a.pdf>, [consulta 29 de agosto 2015].

Documentos Institucionales

- *Acuerdo por el que se determinan las plantas prohibidas o permitidas para tes, infusiones, aceites vegetales comestibles y suplementos alimenticios*, Diario Oficial, [en línea], México, S/F, Dirección URL: <http://s507474441.onlinehome.mx/masive/ACUERDO.PLANTAS.Final.pdf>, [consulta: 13 de febrero de 2016].
- *Acuerdo por el que se determinan los aditivos y coadyuvantes en alimentos, bebidas y suplementos alimenticios, su uso y disposiciones sanitarias*, Diario Oficial, [en línea], México, 16 de julio de 2012, Dirección URL: http://www.salud.gob.mx/cdi/nom/compi/Acuerdo_aditivos_160712.pdf, [consulta: 11 de febrero de 2016].
- *Comunicado de Prensa Herbalife*, [en línea], España, 22 de abril 2008, Dirección URL: http://www.herbalifeww.com/es/images/Comunicado_Herbali fe.pdf, [consulta: 25 de octubre de 2015].
- *Consideraciones acerca de la Regulación Sanitaria de Productos Herbolarios y Vitamínicos*, Dr. Alberto C. Frati Munari, Dr. Everardo Martínez Valdés (Comité Científico, Cofepris), M. en C. Rachel Antonio Ocampo (Gerencia de Herbolarios y Medicina Alternativas. Comisión de Autorizaciones Sanitarias. Cofepris), S/D, [consulta 02 de noviembre de 2015].

- *Informe de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo sobre la utilización de sustancias distintas de las vitaminas y los minerales en los complementos alimenticios*, Comisión de las Comunidades Europeas, [en línea], México, Dirección URL: http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/supplements/documents/COMM_PDF_COM_2008_0824_F_ES_RAPPORT.pdf, [consulta: 15 de noviembre de 2015].
- *Kilos de más, pesos de menos. Los costos de la obesidad en México*, Instituto Mexicano para la Competitividad A.C, [en línea], México, Dirección URL: http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2015/01/20150127_ObesidadEnMexico_DocumentoCompleto.pdf, [consulta: 22 de marzo de 2016].
- *Ley General de Salud*, [en línea], México, Artículos 215 y 224, Dirección URL: http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/legis/lgs/LEY_GENERAL_DE_SALUD.pdf, [consulta: 15 de octubre de 2015].
- *Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios*, México, Dirección URL: <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/compi/rcsps.html>, [consulta 15 de noviembre de 2015].
- *Reglamento de Insumos para la salud*, México, Dirección URL: <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/compi/ris.html>, [consulta 15 de septiembre de 2015].
- *Regulaciones Federales FDA/ Title 21 Food and Drugs, Volume 2, Part 101, Department of Health and Human Services*, Estados Unidos, Dirección URL: http://www.ecfr.gov/cgi-bin/retrieveECFR?gp=1&SID=4bf49f997b04dcacdfbd637db9aa5839&ty=HTML&h=L&mc=true&n=pt21.2.101&r=PART#se21.2.101_136, [consulta 17 de noviembre de 2015].
- *Respuesta de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) sobre criterios de evaluación de suplementos alimenticios*, a través del portal INFOMEX. S/D. [recibida 15 de septiembre de 2015].
- *Respuesta de la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) sobre registros de casos de hepatotoxicidad*, a través del portal INFOMEX. S/D. [recibida 31 de agosto de 2015].
- *Respuesta de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) sobre criterios de evaluación*, a través del portal INFOMEX. S/D. [recibida en agosto de 2015].
- *Respuesta de la Secretaría de Salud*, a través del portal INFOMEX. S/D. [recibida 31 de agosto de 2015].
- *Respuesta del Hospital General de México*, a través del portal INFOMEX. S/D. [recibida 19 de agosto de 2015].

- *Respuesta del Hospital Juárez de México*, a través del portal INFOMEX. S/D. [recibida 18 de agosto de 2015].

Trabajo de campo

- Daniel Carmona, asesor de nutrición y negocios de Herbalife. Extravaganza 2014, Palacio de los Deportes. [21 de septiembre 2014]
- Graciela Varela Mier. Conferencia para distribuidores de su línea directa de distribuidores, en el Estado de México. [30 de abril 2014].
- Primera visita a un club de nutrición [15 de noviembre de 2013].
- Primera visita al club de nutrición de Benito Juárez en Yecapixtla, Morelos. [octubre 2014].

Entrevistas

- Alan Juárez, distribuidor de Herbalife. Yecapixtla, Morelos, [05 de septiembre 2015].
- Angélica Arias, cliente de Herbalife. Yecapixtla, Morelos, [05 de septiembre 2015].
- Catalina García, cliente del club de nutrición Delegación Gustavo A. Madero, [25 de mayo 2014 y 15 de octubre del 2015].
- Doctor Israel Gamiño Sabagh, Médico Cirujano con especialidad en Cirugía neurológica egresado de la Universidad La Salle y postgrado en la UNAM. Médico en el Hospital Médica Sur. [11 de febrero de 2016].
- Doctor Pedro Francisco González Luis, miembro del Instituto Latinoamericano de Obesidad y Sobrepeso y médico nutricional de la Asociación Mexicana para el Estudio de la Obesidad, [28 de julio de 2015].
- Doctora Angélica Rodríguez Guerra, licenciada en Nutrición Humana de la Universidad Autónoma Metropolitana, plantel Xochimilco, [20 de noviembre de 2015].
- Fernanda Frausto, estudiante de la carrera de Relaciones Internacionales en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. [12 de enero de 2016]
- Guillermina Hernández, cliente del club de nutrición Delegación Gustavo A. Madero, [25 de mayo 2014 y 15 de octubre del 2015].
- Guillermina, secretaria en la Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente. [08 de enero 2016].
- Lucía Díaz, distribuidora de Herbalife. Ocuituco, Morelos. [septiembre 2015].

- Mariana González, distribuidora de Herbalife. (Parte I). Delegación Gustavo A. Madero, [01 de mayo 2014].
- Mariana González, distribuidora de Herbalife. (Parte II). Delegación Iztacalco, [27 de septiembre 2015].
- Olivia Contreras, distribuidora de Herbalife. Yecapixtla, Morelos. [octubre 2014].
- Trinidad, distribuidora de Herbalife. Ocuituco, Morelos. [septiembre 2015].

Notas periodísticas

- Alshawwa Yasmeen, “Piden que la fiscal de California investigue a Herbalife”, [en línea], *La Opinión*, 05 de marzo del 2015, Dirección URL: <http://www.laopinion.com/2015/03/05/piden-que-la-fiscal-de-california-investigue-a-herbalife/>, [consulta 02 de septiembre 2015].
- Altolaguirre Carolina, “Casi 14% de los adultos en el DF tienen diabetes”, [en línea], *Noticieros Televisa*, 31 de diciembre del 2015, Dirección URL: <http://noticieros.televisa.com/mexico-df/1512/casi-14-adultos-df-tienen-diabetes/>, [consulta 07 de enero 2016].
- Anderson Bárbara. “El invento mexicano que hizo explotar a Herbalife”, [en línea], *Milenio*, 31 de marzo del 2014, Dirección URL: http://www.milenio.com/firmas/barbara_anderson/invento-mexicano-hizo-explotar-Herbalife_18_272552788.html, [consulta 17 de septiembre 2015].
- Arteaga José Roberto. “Amway, el imperio que crece desde México”, [en línea], *Forbes*, 04 de octubre del 2014, Dirección URL: <http://www.forbes.com.mx/amway-el-imperio-que-crece-desde-mexico/>, [consulta 25 de marzo 2016].
- B. Nieto Ana, “Abre investigación a Herbalife Comisión Federal de Comercio”, [en línea], *El Diario*, 12 de marzo 2014 Dirección URL: <http://www.eldiariony.com/investigacion-comision-federal-comercio-herbalife-compania-suplementos-naturales-sistema-piramidal-ventas-eeuu>, [consulta 06 de agosto 2015].
- B. Nieto Ana, “Exdistribuidores de Herbalife contra la empresa”, [en línea], *El Diario*, 03 de mayo 2014 Dirección URL: <http://www.eldiariony.com/exdistribuidores-empresa-productos-naturales-herbalife-esquema-piramidal-eeuu>, [consulta 03 de septiembre 2015].
- Cabrera Rafael/Fernández Rubelio. “Ejecutan a dueño de Herbalife”, [en línea], México, *El Universal*, 24 de noviembre de 2004, Dirección URL: <http://archivo.eluniversal.com.mx/ciudad/64085.html>, [consulta 30 de septiembre 2015].

- Camacho Ana, “Multa de 2,5 millones a la dieta Herbalife por publicidad engañosa”, [en línea], España, *El País*, 03 de junio de 1994, Dirección URL: http://elpais.com/diario/1994/06/03/sociedad/770594405_850215.html, [consulta 06 de agosto 2015].
- Castillo Lilliana, “La falta de disciplina alimentaria provoca sobrepeso y obesidad”, [en línea], México, *El Sol de Morelia*, 29 de abril de 2015, Dirección URL: <http://www.oem.com.mx/elsoldemorelia/notas/n3789520.htm>, [consulta: 13 de febrero de 2016].
- Castrejon Rebecca, “Las 20 mejores compañías de venta directa, listado del 2014”, [en línea], México, *Businessreview Americalatina.com.*, 29 de abril de 2015, Dirección URL: <http://www.businessreviewamericalatina.com/leadership/1194/Las-20-mejores-compa%C3%B1as-de-venta-directa-listado-del-2014>, [consulta: 28 de marzo de 2016].
- Celis Fernanda, “Herbalife pierde fuerza en México; sus ventas caen 13% durante el 1T15”, [en línea], México, *El Financiero*, 5 de mayo 2015, Dirección URL: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/ventas-de-herbalife-caen-13-en-mexico-durante-1t15.html>, [consulta 17 de julio del 2015].
- Celis Fernanda, “Herbalife va por México ante acusaciones en EU”, [en línea], México, *El Financiero*, 28 de junio 2015, Dirección URL: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/herbalife-va-por-mexico-ante-acusaciones-en-eu.html>, [consulta 02 de septiembre del 2015].
- Cerón Meléndez Mariel, “Desnutrición, tema tan relevantes como la obesidad: nutriólogos”, [en línea], México, *E-consulta*, 27 de enero 2016, Dirección URL: <http://www.e-consulta.com/nota/2016-01-27/universidades/desnutricion-tema-tan-relevante-como-la-obesidad-nutriologos>, [consulta 02 de febrero del 2016].
- Contreras Torres Amador, “La obesidad es multifactorial: Muñiz”, [en línea], México, *ColimaNoticias*, 01 de septiembre 2014, Dirección URL: <http://colimanoticias.com/la-obesidad-es-multifactorial-muniz/>, [consulta 11 de enero del 2016].
- Cooper Aaron, “Obesidad: la pandemia que afectará el futuro del mundo”, [en línea], México, *CNNMéxico*, 26 de agosto 2011, Dirección URL: <http://mexico.cnn.com/salud/2011/08/26/obesidad-la-pandemia-que-afectara-el-futuro-del-mundo>, [consulta 22 de marzo del 2016].
- Corona Sonia, “Los productores de refresco en México dicen que el impuesto es inútil”, [en línea], España, *El País*, 09 de julio 2015, Dirección URL: http://economia.elpais.com/economia/2015/07/09/actualidad/1436465166_152142.html, [consulta 08 de enero del 2015].
- Cruz Martínez Ángeles, “Resultados pobres' en tratamiento de niños y adolescentes”, [en línea], México, *La Jornada*, 30 de septiembre 2015, Dirección

URL: <http://www.jornada.unam.mx/2015/09/30/sociedad/039n2soc>, [consulta 10 de enero del 2016].

- Cruz Martínez Ángeles, “Suplementos alimenticios “altos riesgos para la vida”, [en línea], México, *La Jornada*, 27 de agosto 2009, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2009/08/27/sociedad/036n1soc>, [consulta 29 de marzo del 2016].
- Czubaj Fabiola, “Epidemia de obesidad: ya es el tercer gasto mundial en salud”, [en línea], Argentina, *La Nación*, 23 de diciembre 2014, Dirección URL: <http://www.lanacion.com.ar/1754833-epidemia-de-obesidad-ya-es-el-tercer-gasto-mundial-en-salud>, [consulta 22 de marzo del 2016].
- Douglas P Shuit, “Mark Hughes, Founder of Herbalife, Dies at 44”, [en línea], Estados Unidos, *Los Angeles Times*. Dirección URL: <http://articles.latimes.com/2000/may/22/local/me-32795>, [consulta 18 de mayo del 2015].
- Farrell Maureen, “A Year in the Life of Ackman’s Billion Dollar Herbalife Bet”, [en línea], Estados Unidos, *The Wall Street Journal*, Dirección URL: <http://blogs.wsj.com/moneybeat/2013/12/20/a-year-in-the-life-of-ackmans-billion-dollar-herbalife-bet/>, [consulta 31 de agosto del 2015].
- Forero Aguirre Andrea, “La verdad sobre los suplementos vitamínicos”, [en línea], Colombia, *El Tiempo*, Dirección URL: <http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/salud/suplementos-viaminicos-y-sus-consecuencias/16344375>, [consulta 11 de enero del 2016].
- Gambier Marina, “Obesidad la Guerra de los Kilos”, [en línea], Argentina, *La Nación.com*, 18 de julio 1999, Dirección URL: <http://www.lanacion.com.ar/211695-obesidad-br-la-guerra-de-los-kilos>, [consulta 21 de julio del 2015].
- García Hernández Juan Luis, “Refresqueras están detrás de la obesidad', acusan ONGs, piden claridad con dinero de impuestos”, [en línea], México, *Sin Embargo*, 28 de septiembre de 2015, Dirección URL: <http://www.sinembargo.mx/28-09-2015/1497593>, [consulta 23 de marzo del 2016].
- García Schinkel Cecilia, “Desnutrición y obesidad:¿dos caras de la misma moneda?”, [en línea], México, *CNNMéxico*, 09 de mayo de 2013, Dirección URL: <http://mexico.cnn.com/opinion/2013/05/09/opinion-desnutricion-y-obesidad-dos-caras-de-la-misma-moneda>, [consulta 02 de febrero del 2016].
- Geller Martinne, “Grupo de EEUU dice productos de Herbalife contienen mucho plomo”, [en línea], Estados Unidos, *Agencia Reuters*, Dirección URL: <http://lta.reuters.com/article/worldNews/idLTAN2028935320080520?pageNumber=1&virtualBrandChannel=0>, [consulta 04 de agosto 2015].

- Gómez Mena Carolina, “Mexicanos que creen padecer sobrepeso en realidad están obesos: farmacéutica”, [en línea], México, *La Jornada*, 19 de septiembre de 2015, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2015/09/19/sociedad/047n1soc>, [consulta 09 de enero 2016].
- Gómez Mena Carolina, “Pide la Coparmex revisión exhaustiva y una nueva lista de plantas prohibidas”, [en línea], México, *La Jornada*, 14 de diciembre de 2012, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2012/12/14/sociedad/040n2soc>, [consulta 30 de marzo 2016].
- Guzmán Javier, “El hambre que engorda o el cambio de paradigma”, [en línea], España *El País*, 27 de mayo de 2015, Dirección URL: http://elpais.com/elpais/2015/05/26/planeta_futuro/1432650825_477671.html, [consulta 08 de enero 2016].
- Hernández Lilian, “Seis de cada 10 no tienen tiempo para ejercitarse”, [en línea], México, *Excelsior*, Dirección URL: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/12/20/1064469>, [consulta: 10 de febrero de 2016].
- Hicken Melanie, “Qué hay detrás de Herbalife y Avon?”, [en línea], Estados Unidos, *CNNExpansión*, Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2013/01/10/como-gana-dinero-herbalife>, [consulta 03 de octubre 2015].
- Hoyos Naranjo Juan José, “Un fin de semana con Pablo Escobar”, [en línea], Colombia, *El Malpensante*, Dirección URL: https://www.elmalpensante.com/articulo/1920/un_fin_de_semana_con_pablo_escobar, [consulta 15 de enero 2019].
- Juárez Edna, “Se deslinda Herbalife de toda responsabilidad por muerte de joven?”, [en línea], México- Estados Unidos, *El Mañana Nacional*, Dirección URL: <http://elmanana.com.mx/noticia/48516/Se-deslinda-Herbalife-de-toda-responsabilidad-por-muerte-de-joven-.html>, [consulta 04 de noviembre 2015].
- Juárez Jennifer, “El mercado 'milagro' de 52,000 mdd”, [en línea], México- Estados Unidos, *Forbes*, Dirección URL: <http://www.forbes.com.mx/el-mercado-milagro-de-52000-mdd/>, [consulta 28 de marzo 2016].
- Landau Elizabeth, “Vitaminas y suplementos; te pueden provocar una sobredosis”, [en línea], México, *CNNMéxico*, Dirección URL: <http://mexico.cnn.com/salud/2013/07/02/vitaminas-y-suplementos-te-pueden-provocar-una-sobredosis>, [consulta 19 de noviembre 2015].
- López Linette, “Informe: El FBI está investigando Bill Ackman por Herbalife/REPORT: The FBI is investigating Bill Ackman over Herbalife”, [en línea], Estados Unidos, *Business Insider Australia*, Dirección URL: <http://www.businessinsider.com.au/the-fbi-is-investigating-bill-ackman-over-herbalife-2015-3>, [consulta 05 de octubre 2015].

- M.M., “Laureano López Rivas acaricia la jubilación tras 35 años como médico en Avilés”, [en línea], España, *Ine.es*, Dirección URL: <http://www.ine.es/aviles/2013/12/13/laureano-lopez-rivas-acaricia-jubilacion/1514154.html>, [consulta 22 de julio 2015].
- Martínez Aracely, “Insisten en investigar operaciones de Herbalife”, [en línea], México, *La opinión*, 27 de abril de 2014, Dirección URL: <http://www.laopinion.com/locales/insisten-en-investigar-operaciones-de-herbalife>, [consulta 1 de septiembre 2015].
- Martínez Velázquez Carlos, “El mercado de suplementos alimenticios en México”, [en línea], México, *Animal Político*, 27 de octubre de 2015, Dirección URL: <http://www.animalpolitico.com/blogueros-c-al-cubo/2015/10/27/el-mercado-de-los-suplementos-alimenticios-en-mexico/>, [consulta 04 de noviembre 2015].
- Meraz Andrea, “Cofepris decomisa más de 42 mil productos milagro en Jalisco”, [en línea], México, *Excelsior*, 04 de abril de 2015, Dirección URL: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/04/04/1017093>, [consulta: 13 de febrero de 2016].
- Ochoa Melina, “México ocupa el primer lugar del mundo en obesidad”, [en línea], Estados Unidos, *CBSNews*, 30 de septiembre de 2015, Dirección URL: <http://www.cbsnews.com/videos/mxico-ocupa-el-primer-lugar-del-mundo-en-obesidad-infantil/>, [consulta 09 de enero 2016].
- O'Connor Anahad, “Coca-Cola financia a científicos que buscan explicaciones alternativas para la obesidad”, [en línea], Estados Unidos, *New York Times*, 20 de agosto de 2015, Dirección URL: http://www.nytimes.com/2015/08/20/universal/es/coca-cola-financia-a-cientificos-que-buscan-explicaciones-alternativas-para-la-obesidad.html?_r=0, [consulta 23 de marzo 2016].
- Ortín Ramón Alberto, “Ackman fracasa en su intento de tumbar Herbalife”, [en línea], España, *Cinco Días*, 22 de julio de 2014, Dirección URL: http://cincodias.com/cincodias/2014/07/22/empresas/1406054826_013309.html, [consulta 05 de octubre 2015].
- Pallares Gómez Miguel Ángel, “Herbalife, en busca de alianza con OXXO”, [en línea], España, *El Universal*, 06 de agosto de 2014, Dirección URL: <http://archivo.eluniversal.com.mx/finanzas-cartera/2014/impreso/herbalife-en-busca-de-alianza-con-oxxo-112381.html>, [consulta 29 de marzo 2016].
- Pérez Marcial David, “Crece el 30% la recaudación por el impuesto a los refrescos en México”, [en línea], España, *El País*, 11 de agosto de 2015, Dirección URL: https://elpais.com/economia/2015/08/10/actualidad/1439231747_113760.html, [consulta 08 de enero 2016].
- Pérez Marcial David, “El suculento negocio de la comida chatarra en México”, [en línea], España, *El País*, 03 de julio de 2015, Dirección URL:

http://economia.elpais.com/economia/2015/07/02/actualidad/1435873418_975461.html, [consulta: 08 de febrero de 2016].

- Pérez Marcial David, “Los mexicanos tenemos propensión genética al desarrollo de diabetes”, [en línea], España, *El País*, 31 de julio de 2015, Dirección URL: https://elpais.com/internacional/2015/07/31/actualidad/1438293652_048834.html, [consulta 08 de enero 2016].
- Pérez Marcial David, “Seis razones que explican el problema de la obesidad en México”, [en línea], España, *El País*, 31 de julio de 2015, Dirección URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2015/07/31/actualidad/1438295503_202919.html, [consulta 08 de enero 2016].
- Pilotzi Julio, “Herbalife ilegal”, [en línea], México, *El Sol de México*, 18 de junio de 2015, Dirección URL: <http://www.oem.com.mx/elsoldemexico/notas/n3845235.htm>, [consulta 29 de marzo 2016].
- Ramírez Coronel Maribel, “¿Cuánto nos cuesta la obesidad”, [en línea], México, *El Economista*, 18 de noviembre de 2014, Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/columnas/salud-negocios/2014/11/18/cuanto-nos-cuesta-obesidad>, [consulta: 22 de marzo de 2016].
- Ramírez Coronel Maribel, “Para la obesidad, mejor cirugía que medicamento”, [en línea], México, *El Economista*, 24 de noviembre de 2015, Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/columnas/salud-negocios/2015/11/24/obesidad-mejor-cirurgia-que-medicamento>, [consulta: 13 de febrero de 2016].
- Reyes Jaime, “Presionan sobre investigación a Herbalife”, [en línea], Estados Unidos, *Vívelo Hoy*, 14 de abril de 2015, Dirección URL: <http://www.vivelohoy.com/noticias/8441091/presionan-sobre-investigacion-a-herbalife>, [consulta 06 de septiembre del 2015].
- Rodríguez Ruth, “Dinero social genera obesidad en beneficiarios”, [en línea], México, *El Universal*, 15 de septiembre de 2014, Dirección URL: <http://archivo.eluniversal.com.mx/primer-plana/2014/impreso/compran-comidapero-8216chatarra-8217-con-dinero-social-46829.html>, [consulta: 08 de febrero de 2016].
- Rodríguez Ruth, “Se vive emergencia sanitaria en el país por obesidad: salud”, [en línea], México, *El Universal*, 10 de agosto de 2015, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/sociedad/2015/08/10/se-vive-emergencia-sanitaria-en-el-pais-por-obesidad-salud>, [consulta 27 de agosto del 2015].
- Rojas Camargo Jacklin, “Nuevos Beneficios de la vitamina D”, [en línea], Colombia, *El Universal*, 23 de mayo de 2010, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/vida-sana/nuevos-beneficios-de-la-vitamina-d>, [consulta 23 de noviembre del 2015].

- Rooney Ben, “La Guerra contra Herbalife llega a China”, [en línea], Estados Unidos, *CNNExpansión*, 10 de marzo de 2014, Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2014/03/10/ackman-atacara-a-herbalife-a-china>, [consulta 03 de octubre del 2015].
- Russolillo Steven, “FTC Reportedly Investigatin Herbalife; Shares Tumble”, [en línea], Estados Unidos, *The Wall Street Journal*, 04 de febrero de 2013, Dirección URL: <http://blogs.wsj.com/marketbeat/2013/02/04/ftc-reportedly-investigating-herbalife-shares-tumble/>, [consulta 01 de septiembre del 2015].
- S/A, “¿Una pirámide detrás de Herbalife?”, [en línea], Colombia, *El Espectador*, 13 marzo 2014, Dirección URL: <http://www.elespectador.com/noticias/economia/una-piramide-detras-de-herbalife-articulo-480687>, [consulta 02 de septiembre 2015].
- S/A, “¿Update 2-Pershing Square's Ackman tells CNBC Mondelez could be takeover target”, [en línea], Estados Unidos, *Reuters*, 12 septiembre 2015, Dirección URL: <http://in.reuters.com/article/2015/09/11/investing-ackman-idINL1N11H0J920150911>, [consulta 05 de octubre 2015].
- S/A, “10.6 millones de mexicanos padecen diabetes”, [en línea], México, *Forbes*, 13 de junio 2015, Dirección URL: <http://www.forbes.com.mx/10-6-millones-de-mexicanos-padecen-diabetes/>, [consulta 07 de enero 2016].
- S/A, “Acusan a Herbalife de estafar a inmigrantes en EUA”, [en línea], México, *Notimex*, 22 de noviembre de 2013, Dirección URL: <http://www.notimex.gob.mx/acciones/verNota.php?clv=39958>, [consulta 01 de septiembre del 2015].
- S/A, “Alimentarse saludable, un lujo costoso en países emergentes”, [en línea], México, *El Universal*, 11 de mayo de 2015, Dirección URL: <http://archivo.eluniversal.com.mx/sociedad/2015/comida-chatarra-1099026.html>, [consulta: 08 de febrero de 2016].
- S/A, “Arranca entrega de boletos del metro a cambio de sentadillas”, [en línea], México, *Excelsior*, 15 de julio de 2015, Dirección URL: <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2015/07/15/1034865>, [consulta 07 de enero del 2016].
- S/A, “Autoridades de EE.UU. abren investigación a la empresa Herbalife”, [en línea], Colombia, *El Tiempo*, 12 de marzo de 2014, Dirección URL: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-13643842>, [consulta 02 de septiembre del 2015].
- S/A, “Cambiar hábitos de consumo y sedentarismo, necesario para combatir obesidad”, [en línea], México, *Notimex*, 02 de octubre de 2014, Dirección URL: <http://www.notimex.com.mx/acciones/verNota.php?clv=347913>, [consulta 11 de enero del 2016].

- S/A, “Cofepris prohíbe uso de diversas plantas en herbolaria”, [en línea], México, *Vanguardia*, 13 de diciembre de 2013, Dirección URL: http://archivo.vanguardia.com.mx/cofepris_prohibe_uso_de_diversas_plantas_en_herbolaria-1438972.html, [consulta 30 de marzo del 2016].
- S/A, “Consignan a 2 personas que transportaban suplementos alimenticios falsos”, [en línea], México, *Quadratin*, 05 de julio de 2015, Dirección URL: <https://mexico.quadratin.com.mx/Consignan-a-2-personas-que-transportaban-suplementos-alimenticios-falsos/>, [consulta 29 de marzo del 2016].
- S/A, “Consumió un suplemento dietario y contrajo hepatitis”, [en línea], Argentina, *El Capital*, 23 de marzo de 2009, Dirección URL: http://www.lacapital.com.ar/ed_impresa/2009/3/edicion_153/contenidos/noticia_5440.html, [consulta 13 de agosto del 2015].
- S/A, “Consumir productos milagro perjudica a la salud: IMSS”, [en línea], México, *Zacatecas en Síntesis*, 21 de enero de 2015, Dirección URL: <http://zacatecasensintesis.com/zens/?p=8742>, [consulta 11 de enero del 2016].
- S/A, “Debate por supuestos efectos nocivos de Herbalife”, [en línea], Colombia, *El Tiempo*, 23 de abril de 2008, Dirección URL: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-2908752>, [consulta 07 de agosto del 2015].
- S/A, “Demandan al fabricante de un suplemento dietario”, [en línea], Argentina, *El Capital*, 11 de marzo de 2009, Dirección URL: <http://www.lacapital.com.ar/laciudad/Demandan-al-fabricante-de-un-suplemento-dietario-20090311-0002.html>, [consulta 13 de agosto del 2015].
- S/A, “Diabetes causa más temor en mexicanos que cáncer”, [en línea], México, *El Universal*, 14 de noviembre de 2014, Dirección URL: <http://archivo.eluniversal.com.mx/sociedad/2014/diabetes-causa-mas-temor-en-mexicanos-que-cancer--1054143.html>, [consulta 08 de febrero del 2016].
- S/A, “Diabetes”, [en línea], España, *DMedicina*, 14 de noviembre de 2015, Dirección URL: <http://www.dmedicina.com/enfermedades/digestivas/diabetes.html>, [consulta 08 de febrero del 2016].
- S/A, “Diputados exigen terminar con los rumores sobre reformas al sistema de salud”, [en línea], México, *Emeequis*, 16 de julio de 2015, Dirección URL: <http://www.m-x.com.mx/2015-07-16/diputados-exigen-terminar-con-los-rumores-sobre-reformas-al-sistema-de-salud/>, [consulta 04 de marzo del 2016].
- S/A, “El invento mexicano que hizo explotar a Herbalife”, [en línea], México, *Milenio.com.mx*, 31 de marzo de 2014, Dirección URL: http://www.milenio.com/firmas/barbara_anderson/invento-mexicano-hizo-explotarHerbalife_18_272552788.html, [consulta 27 de mayo del 2014].

- S/A, “Estar sentado es igual de malo que fumar... incluso si corres”, [en línea], México, *Excelsior*, 18 de marzo de 2015, Dirección URL: <http://www.dineroenimagen.com/2015-03-18/52623>, [consulta: 10 de febrero de 2016].
- S/A, “Exceso de vitaminas podría causar daño en niños”, [en línea], Perú, *La Republica*, 20 de junio de 2010, Dirección URL: <http://larepublica.pe/20-06-2010/exceso-de-vitaminas-podria-causar-dano-en-los-ninos>, [consulta 21 de noviembre del 2015].
- S/A, “FBI investiga a Herbalife”, [en línea], México, *Milenio.com.mx*, 12 de abril 2014, Dirección URL: http://www.milenio.com/negocios/FBIinvestiga_Herbalife_0_27_95721_38.html, [consulta 14 de junio 2015].
- S/A, “Herbalife anuncia recall voluntario em shakes”, [en línea], Brasil, *Extra.Globo*, 22 de febrero 2013, Dirección URL: <http://extra.globo.com/noticias/brasil/herbalife-anuncia-recall-voluntario-em-shakes-7655283.html>, [consulta 04 de noviembre del 2015].
- S/A, “Herbalife desmiente que sus productos sean nocivos para la salud”, [en línea], Colombia, *La Nación*, 28 de octubre 2014, Dirección URL: <http://www.lanacion.com.co/index.php/actualidad-lanacion/item/243316-herbalife-desmiente-que-sus-productos-sean-nocivos-para-la-salud?d=f>, [consulta 04 de noviembre del 2015].
- S/A, “Herbalife gana una demanda en su contra”, [en línea], Argentina, *Economía Personal*, 04 de agosto 2014, Dirección URL: <http://www.economiapersonal.com.ar/otro-triunfo-legal-de-herbalife/>, [consulta 18 de mayo del 2015].
- S/A, “Herbalife lucha por su prestigio”, [en línea], Colombia, *Dinero.com*, 19 de mayo 2014, Dirección URL: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/investigacion-contra-herbalife/196312>, [consulta 03 de octubre del 2015].
- S/A, “Herbalife og jurtir sem geta valdið lifrarskaða” [en línea], Islandia, *Vísir*, 17 junio de 2010, Dirección URL: <http://www.visir.is/herbalife-og-jurtir-sem-geta-valdid-lifrarskada/article/201066718560>, [consulta 10 de agosto 2015].
- S/A, “Herbalife profundiza caídas a mínimos de 7 semanas: acción baja 10.74%”, [en línea], México, *El Financiero*, 27 febrero de 2015, Dirección URL: <http://www.elfinanciero.com.mx/mercados/herbalife-se-hunde-por-menores-expectativas-de-ganancias-pierde-52-en-12-meses.html>, [consulta 14 de junio 2015].
- S/A, “Herbalife suma voces en contra”, [en línea], Estados Unidos, *CNNExpansión*, 13 de marzo 2013, Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2013/03/13/herbalife-suma-vozes-en-contra-en-eu>, [consulta 28 de julio 2015].

- S/A, “Herbalife, empresa “criminal”: Ackaman”, [en línea], México, *CNN Expansión*, 23 de julio 2014, Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2014/07/23/bill-ackman-llora-por-herbalife>, [consulta 01 de septiembre del 2015].
- S/A, “Herbalife: ¿fraude o negocio legal?”, [en línea], México, *CNN Expansión*, 12 de agosto 2014, Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2014/08/11/herbalife-un-negocio-bajo-escrutinio>, [consulta 18 de mayo del 2015].
- S/A, “Obesidad, un problema de 5,500 millones de dólares para México”, [en línea], México, *Forbes*, 13 de febrero 2015, Dirección URL: <http://www.forbes.com.mx/obesidad-un-problema-de-5500-mdd-para-mexico>, [consulta 15 de octubre 2015].
- S/A, “Peña Nieto anuncia reforma de seguro universal de salud”, [en línea], México, *Aristegui Noticias*, 21 de julio 2013, Dirección URL: <http://aristeguinoticias.com/2107/mexico/pena-nieto-anuncia-reforma-de-seguro-universal-de-salud/>, [consulta: 21 de marzo de 2016].
- S/A, “Peña Nieto quiere privatizar la salud, denuncia diputado de Morena”, [en línea], México, *Regeneración*, 28 de julio 2015, Dirección URL: <http://regeneracion.mx/pena-nieto-quiere-privatizar-la-salud-denuncia-diputado-de-morena/>, [consulta: 21 de marzo de 2016].
- S/A, “Problemas músculo-esqueléticos prematuros aquejan a jóvenes sedentarios”, [en línea], México, *La Jornada*, 06 de julio 2015, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2015/07/06/problemas-musculo-esqueleticos-prematuros-aquejan-a-jovenes-sedentarios-1305.html>, [consulta: 10 de febrero de 2016].
- S/A, “Profesionistas mexicanos, amantes de comida chatarra”, [en línea], México, *El Universal*, 24 de octubre 2014, Dirección URL: <http://archivo.eluniversal.com.mx/sociedad/2014/profesionistas-mexicanos-amantes-de-la-comida-chatarra-1050152.html>, [consulta: 08 de febrero de 2016].
- S/A, “Pülverchen und Kapseln mit Nebenwirkung”, [en línea], Suiza, *Neue Zürcher Zeitung*, 16 diciembre 2007, Dirección URL: <http://www.nzz.ch/puelverchen-und-kapseln-mit-nebenwirkung-1.599507>, [consulta 11 de agosto 2015].
- S/A, “Reforma de salud de Peña Nieto castigará a enfermos”, [en línea], México, *Regeneración*, 17 septiembre 2007, Dirección URL: <http://regeneracion.mx/reforma-de-salud-de-pena-nieto-castigara-a-enfermos-chronicos-y-pobres/>, [consulta 04 de marzo 2016].
- S/A, “Saldrán más casos de reacciones adversas a Herbalife; en Avilés sólo saltó la liebre”, [en línea], España, *Diario Independiente de Asturias*, 22 de abril 2008, Dirección URL: <http://www.lne.es/aviles/2008/04/23/saldran-casos-reacciones-adversas-herbalife-aviles-salto-liebre/629429.html>, [consulta 26 de agosto 2015].

- S/A, “Sanidad desaconseja los productos de Herbalife por su posible toxicidad”, [en línea], España, *ABC*, 22 de abril 2008, Dirección URL: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-22-04-2008/abc/Sociedad/sanidad-desaconseja-los-productos-de-herbalife-por-su-posible-toxicidad_1641813187014.html, [consulta 03 de agosto 2015].
- S/A, “Sanidad identifica casos de toxicidad hepática presuntamente asociados al consumo de productos de Herbalife”, [en línea], España, *Expansión.com*, 21 de abril 2008, Dirección URL: <http://www.expansion.com/2008/04/21/empresas/1114573.html>, [consulta 03 de agosto 2015].
- S/A, “Sanidad investiga los productos adelgazantes Herbalife tras detectarse nueve casos de toxicidad”, [en línea], España, *El País*, 21 de abril 2008, Dirección URL: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2008/04/21/actualidad/1208728803_850215.html, [consulta 31 de julio 2015].
- S/A, “Se advierte sobre el consumo de fármacos para adelgazar”, [en línea], México, *La Jornada*, 10 de enero 2015, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2015/01/10/salud-advierte-sobre-el-consumo-de-farmacos-para-adelgazar-7285.html>, [consulta: 04 de marzo de 2016].
- S/A, “Sedentarismo, cuarto factor de riesgo de mortalidad en el mundo”, [en línea], México, *El Informador*, 05 de febrero 2016, Dirección URL: <http://www.informador.com.mx/suplementos/2016/642932/6/sedentarismo-cuarto-factor-de-riesgo-de-mortalidad-en-el-mundo.htm>, [consulta: 08 de febrero de 2016].
- S/A, “Siete de cada 10 adultos sufre obesidad”, [en línea], México, *Informador*, 1 de octubre 2015, Dirección URL: <http://www.informador.com.mx/suplementos/2015/617432/6/siete-de-cada-10-adultos-sufre-obesidad-en-mexico.htm>, [consulta 15 de octubre 2015].
- S/A, “Studies of Dietary Supplements Come Under Growing Scrutiny”, [en línea], Estados Unidos, *Nytimes*, 23 de junio 2003, Dirección URL: <http://www.nytimes.com/2003/06/23/us/studies-of-dietary-supplements-come-under-growing-scrutiny.html>, [consulta 21 de julio 2015].
- S/A, “Tras muerte de joven en Chiapas Herbalife se deslinda”, [en línea], México, *El Heroico.com*, 31 octubre 2014, Dirección URL: <http://www.elheroico.mx/2014/octubre/31/Tras%20muerte%20de%20joven%20en%20Chiapas%20Herbalife%20se%20deslinda.html>, [consulta 04 de noviembre 2015].
- S/A, “Ventas de Amway de México crecen 38% en 2014”, [en línea], México, *El Financiero*, 02 febrero 2015, Dirección URL: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/ventas-de-amway-de-mexico-crecen-38-en-2014.html>, [consulta 25 de marzo 2016].
- S/A, “Video publicado por Pershing Square Capital Management muestra como los distribuidores de Herbalife hacen afirmaciones médicas falsas, ilegales y peligrosas

- a posibles consumidores”, [en línea], México, *Agencia de noticias del Estado Mexicano*, 15 diciembre 2014, Dirección URL: <http://www.notimex.gob.mx/acciones/verComunicado.php?clv=220078>, [consulta 13 de agosto 2015].
- S/A, “Vitaminas en exceso dañan el hígado”, [en línea], México, *Agencia de noticias del Estado Mexicano*, 14 junio 2012, Dirección URL: <http://archivo.eluniversal.com.mx/articulos/71419.html>, [consulta 21 de noviembre 2015].
 - S/A., “¿Qué es un ambiente obesogénico?”, [en línea], *BBCMundo*, 29 de mayo 2014, Dirección URL: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/05/140529_salud_ambiente_obesogenico_gtg, [consulta: 13 de febrero de 2016].
 - S/A., “Herbalife se desploma el 12% en dos días en Wall Street”, [en línea], España, *Expansión*, 22 de abril 2008, Dirección URL: <http://www.expansion.com/2008/04/22/empresas/1115194.html>, [consulta 06 de agosto del 2015].
 - S/A., “Herbalife visar fullyrðingum á bug”, [en línea], Islandia, *Morgunbladid*, 4 de junio 2014, Dirección URL: http://www.mbl.is/frettir/innlent/2014/07/04/herbalife_visar_fullyrdingum_a_bug/, [consulta 10 de agosto del 2015].
 - S/A., “IMSS desmiente “privatización”; afirma que seguirá cubriendo todas las enfermedades”, [en línea], México, *Aristegui Noticias*, 17 de julio 2015, Dirección URL: <http://aristeguinoticias.com/1707/mexico/imss-desmiente-en-redes-privatizacion-afirma-que-seguira-cubriendo-todas-las-enfermedades/>, [consulta 22 de marzo del 2016].
 - S/A., “La automedicación y sus riesgos”, [en línea], México, *Revista del Consumidor.*, 17 de febrero 2010, Dirección URL: <http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=7793>, [consulta 11 de enero del 2016].
 - S/A., “La compañía bajo investigación sanitaria”, [en línea], México, *CNN Expansión.*, 28 de octubre 2010, Dirección URL: <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2010/10/28/la-compania-bajo-investigacion-sanitaria>, [consulta 25 de agosto del 2015].
 - S/A., “La Comunidad de Madrid sancionó a Herbalife en 1994”, [en línea], Estados Unidos, *FACUA.*, 21 de abril 2008, Dirección URL: <https://www.facua.org/es/noticia.php?Id=2981>, [consulta 24 de octubre del 2015].
 - S/A., “La predilección por la comida chatarra es culpa de nuestros ancestros: estudio”, [en línea], México, *SDPNoticias*, 05 de febrero 2016, Dirección URL: <http://www.sdpnoticias.com/estilo-de-vida/2016/02/05/la-predileccion-por-la-comida-chatarra-es-culpa-de-nuestros-ancestros-estudio>, [consulta: 08 de febrero de 2016].

- S/A., “Ministerio de Sanidad español previene sobre consumo de Herbalife”, [en línea], España, *El Espectador*, 22 de abril 2008, Dirección URL: <http://www.elespectador.com/noticias/salud/articulo-ministerio-de-sanidad-espanol-previene-sobre-consumo-de-herbalife>, [consulta 06 de agosto del 2015].
- Santa Rita Ilse, “Obesidad en México ‘engorda’ el negocio de las farmacéuticas”, [en línea], México, *El Financiero*, 27 de abril de 2014, Dirección URL: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/obesidad-en-mexico-engorda-el-negocio-de-las-farmaceuticas.html>, [consulta 27 de agosto del 2015].
- Sanz Christian, “Herbalife, El Engaño Interminable”, [en línea], Argentina, *Tribuna de periodistas. Periodismo Independiente*, 21 de abril 2003, Dirección URL: <http://periodicotribuna.com.ar/25-herbalife-el-engano-interminable.html>, [consulta 20 de julio del 2015].
- Sanz Christian, “Herbalife: Segundas Partes si son buenas”, Argentina, *Tribuna de periodistas. Periodismo Independiente*, 14 de julio de 2003, Dirección URL: <http://periodicotribuna.com.ar/157-herbalife-segundas-partes-si-son-buenas.html>, [consulta 21 de julio del 2015].
- Sevillano E. G., “Europa se enfrenta a una epidemia en 2030”, [en línea], España, *El País*, 06 de mayo de 2015, Dirección URL: https://elpais.com/elpais/2015/05/06/ciencia/1430935011_546446.html, [consulta 09 de enero del 2016].
- Sherer García Julio, “En la guarida del Mayo Zambada”, [en línea], México, *Proceso*, 03 de abril de 2010, Dirección URL: <https://www.proceso.com.mx/106967/proceso-en-la-guarida-de-el-mayo-zambada>, [consulta 15 de enero del 2019].
- Sparrow Thomas, “El millonario de Wall Street que quiere destruir a Herbalife”, [en línea], Estados Unidos, *BBC.com.uk*, 9 de octubre de 2014, Dirección URL: http://www.bbc.com.uk/mundo/noticias/2014/10/141007_eeuu_economia_ackman_herbalife_tsb, [consulta 05 de noviembre 2014].
- Stempel Jonathan, “Herbalife wins dismissal of U. S. “pyramide scheme” lawsuit”, [en línea], Estados Unidos, *Reuters*, 18 de octubre de 2015, Dirección URL: <http://www.reuters.com/article/2015/03/18/us-herbalife-lawsuit-idUSKBNOME1LE20150318>, [consulta 05 de octubre del 2015].
- Suárez Alejandro, “Desnutrición causa 45% de muertes en niños”, [en línea], México, *24 Horas*, 18 de marzo de 2015, Dirección URL: <http://www.insp.mx/noticias/nutricion-y-salud/3620-desnutricion-muertes-ninos.html>, [consulta 11 de enero 2016].
- Trejo Leopoldo, “Ponte al 100, una muestra de impacto social rela y constante”, [en línea], México, *El Economista*, 4 de enero de 2016, Dirección URL: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2016/01/04/ponte-100-muestra-impacto-social-real-constante>, [consulta 07 de enero 2015].

- Valadez Blanca, “La obesidad reduce 5 años la esperanza de vida en México”, [en línea], México, *Milenio*, 17 de noviembre de 2015, Dirección URL: http://www.milenio.com/cultura/obesidad_reduce_cinco_anos-esperanza_de_vida_en_Mexico-informe_de_OCDE_0_629937018.html, [consulta: 08 de febrero de 2016].
- Valadez Roberto, “Grupo Omnilife prevé crecimiento de 28%”, [en línea], México, *Milenio*, 02 de noviembre de 2015, Dirección URL: http://www.milenio.com/negocios/Preve-crecimiento-Grupo-Omnilife_0_620937913.html, [consulta: 28 de marzo de 2016].
- Valdéz Ilich, “Ofrece GDF viajes gratis en Metro por 10 sentadillas”, [en línea], México, *Milenio*, 25 de enero de 2015, Dirección URL: http://www.milenio.com/df/viajes_gratis_Metro-viajes_gratis_Metrobus-Estrategia_Estacion_Salud_0_452354916.html, [consulta 07 de enero 2016].
- Varela Ivannia, “El otro yo de Kathryn von Saalfeld”, [en línea], Costa Rica, *Nación.com*, S/F, Dirección URL: <http://www.nacion.com/proa/2009/julio/19/proa2027428.html>, [consulta 21 de julio 2015].
- Vital Galicia José Antonio, “Reforma de salud cuestionada”, [en línea], México, *El Universal*, 18 de octubre de 2015, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/entrada-de-opinion/colaboracion/jose-antonio-vital-galicia/nacion/politica/2015/10/18/reforma-de>, [consulta 07 de enero 2016].
- Yuste José, “Suplementos que quieren ser alimentos”, [en línea], México, *Excélsior.com.mx*, 15 de agosto de 2014, Dirección URL: <http://www.dineroenimagen.com/2014-08-15/41910>, [consulta 14 de junio 2015].
- Zuñiga Norma, “Vitaminan al mercado de suplementos”, [en línea], México, *Fundación Mexicana para la Salud, A.C.*, Salud en la Prensa Digital 2 de julio de 2015, Dirección URL: <http://www.negociosreforma.com/aplicacioneslibre/preacceso/articulo/default.aspx?id=581199&urlredirect=http://www.negociosreforma.com/aplicaciones/articulo/default.aspx?id=581199&urlredirect=http%3A%2F%2Fwww.negociosreforma.com%2Faplicaciones%2Farticulo%2Fdefault.aspx%3Fid&v=5>, [consulta 27 de agosto 2015].

Medio audiovisuales

- *Advierten riesgos en el consumo de Herbalife*, [en línea], Youtube/ 24Horas.cl, 23 de abril de 2008, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Nc0vwCJ9IVA>
- *Aseguramiento de la calidad de nuestros productos Herbalife*, [en línea], Youtube/ 24Horas.cl, 23 de abril de 2008, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Nc0vwCJ9IVA>

- *Biografía de Mark Hughes en español*, [en línea], Youtube, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wfV2U5dMccK>, [consulta 05 de noviembre del 2015].
- *CNN Dinero: Sube y baja Enero 10-2013*, [en línea], Youtube/ 24Horas.cl, 23 de abril de 2008, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=4V8x5gOXnfo> [consulta 16 de julio del 2015].
- *Documental sobre vitaminas y suplementación*, [en línea], BBC/Youtube/ OnlineTrainerTV, 05 de marzo de 2013, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0tVIAjIANRQ>, [consulta 19 de noviembre del 2015].
- *El Plan Tradicional del Fracaso, por Eduardo Salazar*, [en línea], Youtube/GrudeWebCom, 12 de marzo de 2012, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9zAspT4qEOw> [consulta 30 de septiembre 2015].
- *Herbalife en CNN-sube y baja*, [en línea], Youtube/Andres Alvarado, 25 de julio del 2014, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=HT9fxWLXhe4>, [consulta 03 de octubre 2015].
- *Herbalife en El Financiero* [en línea], Youtube/Luis Sleacz, 31 de mayo del 2014, Dirección URL: https://www.youtube.com/watch?v=H_5AMo_AaLY, [consulta 04 de octubre 2015].
- *Herbalife y el "instituto del fraude"*, [en línea], Youtube/ Professorzeta, 5 febrero 2009, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TJzSeSf6wGA>, [consulta 5 de agosto 2015].
- *Herbalife. La malteada millonaria*, [en línea], Youtube/Forbes, 27 de febrero del 2015, Dirección URL: https://www.youtube.com/watch?v=rRt4iuNj3_o, [consulta 23 de julio 2015].
- *Herbalife. Michael O. Jhonson en CNN*, [en línea], Youtube/Carlos Loja Mercado, 16 de octubre del 2009, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oWzaXzFCpDs&spfreload=10>, [consulta 17 de septiembre 2015].
- *Herbalife. Paco Pérez 1*, [en línea], Youtube/Andres Bustamante, 11 de abril del 2011, Dirección URL: https://www.youtube.com/watch?v=_sgIKeDJLIg, [consulta 30 de septiembre 2015].
- *Herbalife. Paco Pérez 2*, [en línea], Youtube/Andres Bustamante, 11 de abril del 2011, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6otEBJFTjUU>, [consulta 30 de septiembre 2015].
- *Herbalife: Reportaje de TV. Española*, [en línea], Carlos Enrique, Youtube/ TV Española, 29 de mayo de 2009, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=FSKYa8dzaLE> [consulta 15 de junio 2015].

- *Historia de Eduardo Salazar*, [en línea], Youtube/ GGGLful, 15 febrero 2012, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CmT8GTLjp9I>, [consulta 15 de octubre 2015].
- *Historia de Mark Hughes Esp*, [en línea], Youtube/ Julio Barrabino, 23 de octubre de 2013, Dirección URL: https://www.youtube.com/watch?v=_CN_w1jj24w4, [consulta 24 de octubre 2015].
- *La confianza, calidad, garantía y eficacia de nuestros productos Herbalife*, [en línea], Youtube/Tu vida plena, 02 de enero de 2012, Dirección URL: https://www.youtube.com/watch?v=CDFL9NOgB_I, [consulta 30 de marzo del 2016].
- *La historia de Mark H. y sus comienzos (español)*, [en línea], Youtube, S/F, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Ab0zqu2zwnw>, [consulta 17 de julio del 2015].
- *¿Los productos de Herbalife son tóxicos?*, [en línea], Youtube, 04 de enero de 2011, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YrvLKPgqZpQ>, [consulta 25 de octubre 2015].
- *¿Los productos Herbalife son una estafa a la salud?*, [en línea], Youtube/ La Ventana Indiscreta, 21 de septiembre de 2008, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kBYMvq4o4Yo>, [consulta 23 de julio 2015].
- *Obesos desnutridos*, [en línea], Youtube/Azteca Noticias, 23 de abril de 2015, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=SI1XzpE9EDo> [consulta 02 de febrero 2015].
- *Raquel Cortes Herbalife*, [en línea], Optimanutrición/ Youtube, 11 de diciembre de 2012, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zC-ilNtBNzg>, [consulta 19 de septiembre 2015].
- *Raquel Cortes la Número uno de Herbalife*, [en línea], Lily Castillo/Youtube, 06 de abril de 2015, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ipdBgC4tV6U>, [consulta 19 de septiembre 2015].
- *Sigue la saga de Herbalife*, [en línea], Serbia Xavier, Youtube, 5 de febrero de 2013, Dirección URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8z2a2NphogY&list=PL4Qj9II--WIBFeuXx-TpJjh3IEjW4nPPF&index=4>, [consulta 1 de septiembre 2015].

Referencias de fuentes web

- Aguilar José Armando, *Adelgazar/productos milagro*, enero 2005, [en línea], PROFECO Dirección URL: http://www.profeco.gob.mx/revista/publicaciones/adelantos_05/prod_milagro_ene05.pdf, [consulta 05 de noviembre del 2015].
- Beas Miguel Ángel, *Millonarios por Multinivel*, [en línea], Editorial Trafford, 2007, Dirección URL: <https://books.google.com.mx/books?id=dO56HxQAO>

ssC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false, [consulta 17 de julio del 2015].

- Gutiérrez Michael, *Declaraciones de Herbalife sobre reportaje ABC News que revela más “acuerdos” financieros secretos del inversionista Bill Ackman*, 24 abril 2014, [en línea], Sitio Oficial Herbalife, Dirección URL: <http://ir.herbalife.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=842809>, [consulta 03 de octubre 2015].
- S/A, “¿Por qué los mexicanos ya no asisten al gimnasio?”, [en línea], México, *ClikiSalud.Net*, 09 de enero de 2016, Dirección URL: <http://www.clikisalud.net/por-que-los-mexicanos-ya-no-asisten-al-gimnasio/>, [consulta: 13 de febrero de 2016].
- S/A, “Herbalife Aloe Products: using the highest quality aloe from farm to bottle”, [en línea], Herbalife Spotlight, Dirección URL: <http://www.herbalifespilight.com/2014/10/herbalife-aloe-products/>, [consulta 30 de marzo 2016].
- S/A, “Herbalife expande su planta de producción en Carolina del norte y crea 300 nuevos puestos de trabajo”, [en línea], Noticias Multinivel, Dirección URL: <http://noticiasmultinivel.com/herbalife-crear-300-nuevos-puestos-de-trabajo-en-carolina-del-norte/>, [consulta 30 de marzo 2016].
- S/A, *Atribuciones, Funciones y Características de la Cofepris*, [en línea], Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (Cofepris), Dirección URL: <http://www.cofepris.gob.mx/cofepris/Paginas/AtribucionesFuncionesYCaracteristicas.aspx>, [consulta 10 de noviembre 2015].
- S/A, *Claudio Zin*, [en línea], Wikipedia, Dirección URL: https://es.wikipedia.org/wiki/Claudio_Zin, [consulta 21 de julio 2015].
- S/A, *Colegio Oficial de Farmacéuticos y Bioquímicos de la Capital Federal (COFyBCF)*, [en línea], Sitio Oficial en Argentina, Dirección URL: <http://www.cofybcf.org.ar/>, [consulta 21 de julio 2015].
- S/A, *Control de calidad*, [en línea], Hebalife, Sitio oficial en México, Dirección URL: <http://compania.herbalife.com.mx/preguntas-frecuentes/producto#a1> y <http://compania.herbalife.com.mx/preguntas-frecuentes/producto#a8>, [consulta 05 de noviembre 2015].
- S/A, *Mark Hughes*, [en línea], Wikipedia, The Free Encyclopedia, Dirección URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Mark_R._Hughes, [consulta 18 de mayo del 2015, 08:40 p.m.].
- S/A, *Normas y Reglas de Club de Nutrición*, [en línea], Hebalife.com, Sitio oficial en México, Dirección URL: http://edge.myherbalife.com/vmba/media/75AE7C3B-A217-4342-8DA6-A9365DDE9320/Web/General/Original/LIBROCLUBNUTRICION_pah_23_260215.pdf, [consulta 30 de septiembre del 2015].

- S/A, *Nuestra historia*, [en línea], Herbalife.com, Sitio oficial en México, Dirección URL: <http://compania.herbalife.com.mx/nuestra-historia/1980-1989>, [consulta 10 de diciembre del 2014].
- S/A, *Nuestro fundador*, [en línea], Hebalife.com, Sitio oficial en México, Dirección URL: <http://compania.herbalife.com.mx/nuestra-historia/nuestro-fundador>, [consulta 17 de mayo del 2015, 01:42 p.m.].
- S/A, *Nutrilite*, [en línea], Nutrilite.co, Sitio oficial en Colombia, Dirección URL: <https://amway.com.co/nutrilite/>, [consulta 25 de marzo del 2016].
- S/A, *Postura Aclaratoria Herbalife México*, [en línea], Hebalife, Sitio oficial en México, Dirección URL: <http://compania.herbalife.com.mx/boletines-de-prensa>, [consulta 14 de junio 2015].
- S/A, *Postura Aclaratoria Hospital General de Huixtla. Chiapas*, [en línea], Hebalife, Sitio oficial en México, Dirección URL: <http://compania.herbalife.com.mx/Content/es-MX/html/Herbalife/about-herbalife/press-room/postura-aclaratoria-hospital-chiapas.html> [consulta 14 de junio 2015].
- S/A, *Quiénes somos*, [en línea], Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), Dirección URL: http://www.profeco.gob.mx/n_institucion/q_somos.asp, [consulta 02 de noviembre 2015].
- S/A, *Respaldo Científico*, [en línea], Hebalife, Sitio oficial en México, Dirección URL: <http://compania.herbalife.com.mx/nuestra-ciencia>, [consulta 05 de noviembre 2015].
- S/A, *Senato de Ila Reppublica*, [en línea], Sitio Web del Senado, Dirección URL: <http://www.senato.it/leg/17/BGT/Schede/Attsen/00029196.htm>, [consulta 21 de julio 2015].
- S/A, *Today-Herbalife*, [en línea], Revista Oficial, Edición Estados Unidos, No. 132, pag. 20-22, Dirección URL: <https://www.herbalifepyramidscheme.com/media/2014/02/JTExhibit-O.pdf>, [consulta 02 de octubre 2015].
- S/A, *Uso adecuado de suplementos dietéticos/ Consideraciones sobre inocuidad*, [en línea], National con el Center for Complementary and Integrative Health (NIH), Dirección URL: <https://nccih.nih.gov/node/3869?lang=es#hed6>, [consulta 22 de noviembre 2015].
- S/A, *Obesos, pero desnutridos* [en línea], Promoción de la Salud/Centro de noticias, Sitio oficial en México, Dirección URL: <http://www.promocion.salud.gob.mx/cdn/?p=3658>, [consulta 02 de febrero 2015].

Tesis

- De la Chica López Iván Guillermo, *Determinación del contenido de Resveratrol en suplementos alimenticios de venta en el Distrito Federal*, Facultad de Estudios

Superiores Zaragoza, Asesor: Dra. Elizabeth Guadalupe Sánchez González, 2015, [consulta: 18 de noviembre de 2015].

- Galán Basurto Zaira Zulim, *Problemática de la Regulación Jurídica de los Productos Milagro en Nuestro País*, Facultad de Estudios Superiores Aragón, Asesor: Martín Lozano Jarillo, Febrero, 2008, [consulta: 18 de octubre de 2015].
- Herrera Orea Josué Efraín, *Las implicaciones de una reglamentación mundial antidopaje desarmonizada a partir de la creación de la Agencia Mundial Antidopaje. El caso de los suplementos nutricionales*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Asesor: Marco Antonio Lopátegui Torres, 2014, [consulta: 05 de noviembre de 2015].
- Mejía Arangure Eréndira, *Elementos para regular suplementos alimenticios destinados al tratamiento de la obesidad*, Facultad de Química, Asesor: Dra. Amelia Ma. Guadalupe Farrés González, 2007, [consulta: 06 de noviembre de 2015].
- Rodríguez Romo Emmanuel, *Análisis del marco jurídico de la publicidad en torno a los productos milagro mostrados en la televisión abierta*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Asesor: Lilia Ramos Ordóñez, Febrero, 2014, [consulta: 16 de octubre de 2015].
- Romero Díaz Carolina y Vicente, “Investigación de los Requisitos Técnicos y Regulatorios de Productos Herbolarios de Fabricación en México”, Facultad de Estudios Superiores, Asesores: M. en C. Lidia Rangel Trujano, Q.F.I. María Guadalupe M. Koizumi Castro, Q.B.P. Martha Elena García Corrales, 2010, [consulta: 15 de noviembre de 2015].