



PROPOSICIÓN CON PUNTO DE ACUERDO POR EL QUE SE EXORTA RESPETUOSAMENTE AL EJECUTIVO FEDERAL Y, EN PARTICULAR, A LA SECRETARÍA DE DESARROLLO RURAL Y LAS TREINTA Y DOS DELEGACIONES ESTATALES A PROMOVER A TRAVÉS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN CAMPAÑAS PARA FOMENTAR EL CONSUMO DEL FRIJOL

La que suscribe, diputada Noemí Berenice Luna Ayala e integrantes del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional en la LXIV Legislatura, con fundamento con fundamento en los artículos 58, 59 y 60 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, somete a esta soberanía la presente proposición con punto de acuerdo, al tenor de las siguientes:

Consideraciones

Según un estudio realizado por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)¹, el frijol es el principal representante de las leguminosas en la dieta de los mexicanos y combinado con el maíz representan una sana y sabia tradición.

Sin embargo, el consumo per cápita de esta semilla en nuestro país ha caído en las últimas décadas, debido a que está muy estigmatizado por considerársele proteína de una dieta de pobres, y se prefiere consumir más alimentos procesados.

Menciona que, las leguminosas son claves para una alimentación rica, variada y nutritiva, y el frijol es el principal representante de este tipo de alimentos en la dieta de las y los mexicanos. Consumir tortillas y frijoles es ingerir proteína que no tiene colesterol proveniente de leguminosas, baja en grasa y que al combinar con la proteína de cereales se obtiene prácticamente el mismo valor nutrimental de la carne.

Estudios han demostrado que los colores que tienen los frijoles en su cascarilla son compuestos antioxidantes. Además, contienen almidón resistente a la digestión, lo que resulta fundamental para la salud.

El mismo estudio señala que 1980, el consumo del frijol por persona era de 16 kilogramos mientras que para el 2021, el consumo disminuyó a tan sólo 9 kilogramos por persona, según datos de "Panorama Agroalimentario 2021"² de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural.

¹ <https://www.gaceta.unam.mx/cae-consumo-de-frijol-entre-los-mexicanos/>

² https://nube.siap.gob.mx/gobmx_publicaciones_siap/pag/2021/Panorama-Agroalimentario-2021



En 2020 la producción mejoró respecto al año anterior, se generaron un millón 56 mil toneladas, lo que significó 20.1% más de lo obtenido en 2019, pero todavía 0.3% menor al promedio de los últimos 10 años.

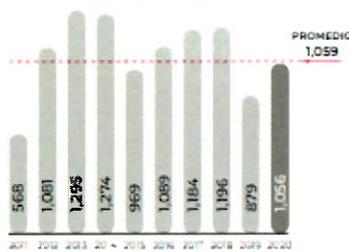
Consumo anual per cápita



Participación en la producción nacional de legumbres secas

85.8%

Volumen de la producción nacional 2011-2020 (miles de toneladas)



Top 10 en volumen de producción Principales entidades

Ranck	Entidad Federativa	Región	Volumen (toneladas)	Variación (%) 2019-2020
Total nacional				
			1,056,071	20.1
1	Zacatecas	Noreste	381,671	47.1
2	Sinaloa	Noreste	140,963	8.1
3	Nayarit	Noreste	100,837	37.2
4	Chiapas	Sur-Sureste	87,600	3.7
5	Durango	Noreste	50,861	4.4
6	Guerrero	Centro-Occidente	48,766	5.0
7	San Luis Potosí	Centro-Occidente	46,229	465.9
8	Puebla	Centro	36,956	0.4
9	Chihuahua	Noreste	32,803	14.1
10	Veracruz	Sur-Sureste	30,056	7.7
Resto			120,020	8.5

Porcentaje del valor de la producción por entidad federativa



En Zacatecas la comercialización de 381 mil 671 toneladas generó 5 mil 672 millones de pesos, 33.5% del valor de producción nacional. Seis de los 49 municipios zacatecanos productores de frijol aportaron 55% al valor de la producción estatal, entre estos destaca Sombrerete con 18.4%.

Indicadores 2020

Indicador	Superficie			Volumen	Valor	Rendimiento	Precio Medio Rural
	Sembrada	Sinsembrada	Cosechada	Miles de toneladas	Miles de pesos	Toneladas/hectárea	Pesos/Tonelada
	Miles de hectáreas						
2020	1712	145	1587	1038	16,907	0.7	16,009
Anual 2019-2020	21.2	29.3	29.8	20.1	29.7	-7.5	8.0
TMAC 2011-2020	1.4	14.8	6.4	7.1	10.5	0.7	3.1

Producción mensual nacional (%)

En los meses de abril a septiembre se obtienen los mayores volúmenes por lo que la oferta nacional se cubre a través de importaciones.

Entidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Producción (%)	3.7	13.1	7.4	3.0	1.6	0.8	0.9	1.9	4.4	9.3	34.8	19.1

Según Amanda Gálvez Mariscal especialista de la UNAM, desde siempre a las y los mexicanos les han gustado los tacos, los sopos, los tlacoyos a base de maíz y frijol, pero éstos no son los responsables de los altos índices de obesidad en el país, sino el cambio en nuestra dieta, al abandonarlos por consumir alimentos procesados, generalmente altos en carbohidratos, grasas y sal.

Esto ha generado que seamos la nación número uno con niños obesos, quienes a largo plazo podrían ser diabéticos y/o tener problemas de colesterol y salud graves. "Por eso también tenemos un 11 por ciento de mortandad en casos de Covid-19, pues la obesidad implica que el organismo está inflamado y a ello se suma la inflamación causada por el virus SARS-CoV-2", alerta la académica.



El cultivo de leguminosas está vinculado a diversos Objetivos de Desarrollo Sostenible, como el de "Hambre Cero", "Salud y Bienestar", "Producción y Consumo Responsables" y "Acción por el Clima", exponen las expertas.

Gálvez Mariscal indica que el cultivo de leguminosas contribuye a la producción responsable y la agricultura sostenible, pues éstas tienen micorrizas y rizobias, que son hongos y bacterias las cuales forman nódulos en las raíces, que absorben el nitrógeno del aire y ayudan a la fertilidad del suelo.

Sin duda, como mencionan las especialistas de la UNAM, esta reducción en su consumo se debe a que **se está estigmatizado al frijol**, pues se le considera la proteína en la "**dieta de pobres**", por lo que en su lugar se prefiere consumir más alimentos procesados, algo que tanto Gálvez Mariscal como Sandoval Bosch, consideraron un "**gravísimo error**", pues se trata de una fuente de proteína baja en grasa y sin colesterol.

En este contexto, el secretario de Agricultura y Desarrollo Rural, Víctor Villalobos Arámbula, refirió que el frijol es el tercer cultivo por superficie sembrada en el país, con un promedio anual de un millón 490 mil hectáreas y una cosecha que en los últimos años ha promediado más de un millón de toneladas³.

A nivel mundial se reconocen ciento cincuenta especies de frijol, de ellas la tercera parte es cultivable en nuestro país.

La denominación científica del frijol es: *Phaseolus vulgaris* L.⁴

Descripción: Planta herbácea perteneciente a la familia de las fabaceae, de tallos delgados y débiles, cuadrangulares, a veces rayados de púrpura, hojas trifoliadas, ápice acuminado con laterales más o menos tubulosos y estandarte redondeado. Alcanza una altura de 50 a 70 cm y sus raíces se desarrollan con una pivotante principal y muchas ramificaciones.

Producto: El fruto es una vaina suavemente curvada que se abre naturalmente cuando está madura. Esta vaina puede medir de 10 a 12 cm y es de color verde, morado o casi negra. En su interior, las semillas pueden ser oblongas, ovals o redondeadas según la variedad, poco comprimidas y de color rojo, amarillo, café o negro.

Como podemos observar en la siguiente lamina, México es el octavo productor de frijol del mundo con una producción de 1,056,071 toneladas anuales. En los campos mexicanos se cosecha 4% de la leguminosa que se produce en el mundo.

³ <https://www.gob.mx/agricultura/prensa/estima-agricultura-crecimiento-de-11-4-de-la-produccion-de-frijol-en-2021-mantiene-tendencia-al-alza>

⁴ <file:///C:/Users/noemi.luna/Downloads/Panorama-Agroalimentario-2021.pdf> Pág. 84 y 85.



El comercio internacional del frijol mexicano está supeditado a los niveles de cosecha interna y los precios de mercado, en especial los registrados en Estados Unidos. Durante 2020 las importaciones alcanzaron 142 mil 601 toneladas, mientras que las exportaciones 46 mil 470.

La interrelación comercial que sostiene nuestro país con Estados Unidos determina un flujo transfronterizo de hasta 225 mil toneladas por año.

Ranking mundial

8° productor mundial México

1,056,071 toneladas

En los campos mexicanos se cosecha el 4% de la leguminosa que se produce en el mundo. Myanmar e India tienen la capacidad para producir cada uno más de 5.3 millones de toneladas de frijol al año.

Comercio exterior 2020
El comercio internacional del frijol mexicano está supeditado a los niveles de cosecha interna y los precios de mercado, en especial los registrados en Estados Unidos. Durante 2020 las importaciones alcanzaron 142 mil 601 toneladas, mientras que las exportaciones 46 mil 470.

Origen-destino comercial
La interrelación comercial que sostiene nuestro país con Estados Unidos determina un flujo transfronterizo de hasta 225 mil toneladas por año.

Cliente principal
36,546,310*
Estados Unidos

Proveedor
Estados Unidos • China • Canadá

Cliente
República de Corea • Perú • El Salvador • Guatemala • Italia • Angola • Venezuela • República Dominicana • Cuba

Importador y Exportador
Estados Unidos • Canadá

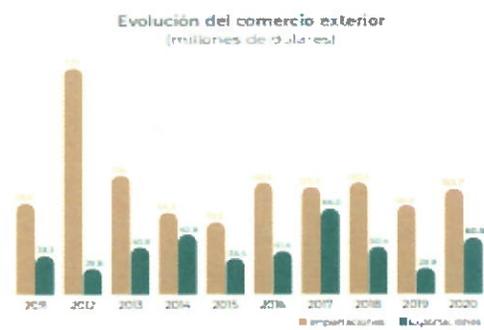
Durante 2020, India se posicionó como el mayor importador con 564 mil toneladas. Sin embargo, Reino Unido, China, Estados Unidos y Japon realizaron compras individuales significativas de al menos 207 mil toneladas.

Frijol

Phaseolus vulgaris L.

Descripción
Planta herbácea perteneciente a la familia de las fabáceas, de tallos delgados y débiles, suaves y erguidos, a veces rayados de púrpura, hojas trifolioladas, apice acuminado con lóbulos más o menos tubulosos y estándar redondeado. Alcanza una altura de 90 a 70 cm y sus raíces se desarrollan con una puertería principal y raíces ramificadas.

Producto
El fruto es una vaina suavecita o curvada que se abre refrajándose cuando está madura. Esta vaina puede medir de 10 a 12 cm y su diámetro varía, variando a una región. En su interior las semillas pueden ser abigarras, oscuras o recubiertas de azúcar. La variedad, peso, composición y de color negro, amarillo, café o rojo.



Distribución mensual del comercio exterior (%)

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Importaciones	7.6	8.1	9.1	4.7	4.2	4.5	3.2	4.3	10.7	13.2	15.2	15.2
Exportaciones	2.4	4.4	16.9	19.0	11.0	13.3	12.4	5.3	2.4	4.2	6.1	2.6

Flujo comercial

Variación (%) 2019-2020

	Importaciones	Exportaciones	Saldo	Importaciones	Exportaciones
Volumen (toneladas)	142,601	46,470	96,131	16.1	94.1
Valor (millones de dólares)	1.4	60.8	-62.8	25.1	103

Beneficios

Por su alto contenido de proteínas, antioxidantes, fibra y minerales, los frijoles negros pueden ayudar a proveer todos los aminoácidos que el organismo necesita. Contribuyen al manejo de la glucosa, controlan el colesterol y de igual manera, previenen el estreñimiento y fortalecen el organismo.

El frijol tiene varios beneficios por su alto contenido de antioxidantes, fibra y minerales, los frijoles negros pueden ayudar a proveer todos los aminoácidos que



el organismo necesita, disminuir el riesgo de padecer cáncer de colon y seno, reducir los niveles de colesterol y de azúcar en sangre, prevenir el estreñimiento y desintoxicar el organismo. Estas leguminosas son ricas en hierro y fibra; nutritivas como la carne, pero sin el colesterol. Además, su consumo es sustentable económica y ambientalmente.

Otros beneficios son:

Reducen el riesgo de enfermedades cardiovasculares, son fuente de energía por su elevado contenido en carbohidratos de lenta absorción, mejoran el sistema inmune, contiene una elevada cantidad de proteínas, lo cual lo convierte en un sustituto ideal de la carne. Esta característica lo pone en el foco del desarrollo de nuevos productos de la industria alimentaria ante el crecimiento del mercado de comida vegana a nivel mundial.⁵

Por su parte, La Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) señaló que en el campo mexicano se cosecha 4.0 por ciento de la leguminosa que se produce en todo el mundo, y Zacatecas se posicionó como la entidad líder en producción durante 2021⁶.

De acuerdo con el mismo comunicado de prensa, en la entidad, en 2020, se comercializaron 381 mil 671 toneladas que generaron cinco mil 662 millones de pesos, 33.5 por ciento del valor de producción nacional. Seis de los 49 municipios zacatecanos productores de frijol aportaron 60.1 por ciento al valor de la producción estatal, entre los que destaca Sombrerete, con 18.24 por ciento.

SADER informó que la producción nacional de frijol en 2021 mantuvo su tendencia al alza, al totalizar, de manera preliminar, un millón 177 mil toneladas, que representa un aumento de 11.4 por ciento con respecto al millón 056 mil 071 toneladas cosechadas en 2020.

Al mismo tiempo, otra publicación⁷ señalan *“Sin ánimo de tener rentabilidad en la cosecha 2022 se encuentran los productores de frijol, esto pues a pesar de las estrategias que se buscaron implementar con el almacenamiento del grano, todo apunta a que no habrá rentabilidad este año, lamentó Miguel Ángel López Miranda, presidente de la Liga de Comunidades Agrarias (CNC)”*.

⁵ <https://thefoodtech.com/nutricion-y-salud/los-beneficios-nutricionales-del-frijol-mexicano/>

⁶ <https://www.gob.mx/agricultura/prensa/estima-agricultura-crecimiento-de-11-4-de-la-produccion-de-frijol-en-2021-mantiene-tendencia-al-alza>

⁷ <https://www.inforural.com.mx/pierden-el-animo-productores-de-frijol-no-habra-rentabilidad-en-la-cosecha-2022-en-sinaloa/#:~:text=Sin%20%C3%A1nimo%20de%20tener%20rentabilidad,de%20la%20Liga%20de%20Comunidades>



Ante estos escenarios, la baja autoestima de los productores, la desaceleración en el consumo y el bajo precio, es necesario plantear nuevas estrategias que fortalezcan el mercado productivo del frijol y elevar su consumo para alcanzar la sustentabilidad, la tecnificación, la eficiencia y la competitividad que México requiere.

Hoy en día, las campañas publicitarias cuentan con distintas vertientes y los medios de comunicación son amplios, las redes sociales, las páginas de internet y otros medios sin costo o de bajo costo son los vehículos adecuados para alcanzar un mayor volumen de audiencia y visualización.

Utilizando mecanismos novedosos, de *marketing* que rebasen lo convencional evitaremos gastos elevados o impactos presupuestales altos para cumplir el objetivo y lograr alto impacto a costos bajos.

El objetivo del exhorto es desestigmatizar la creencia y el concepto de que el frijol es *dieta de pobres*.

Por lo anteriormente expuesto, sometemos a consideración la siguiente proposición con:

Punto de Acuerdo

Primero - La Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión, exhorta respetuosamente al Ejecutivo Federal para que, a través de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural y las distintas dependencias Federales a su cargo, impulsen campañas masivas de comunicación, creativas, innovadoras y de alto impacto, encaminadas a difundir los beneficios nutricionales y de salud que brinda el consumo de frijol.

Segundo - La Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión, exhorta respetuosamente a los gobiernos de los 32 Estados y de los 2,471 municipios a efecto de que impulsen campañas masivas de comunicación, creativas, innovadoras y de alto impacto, encaminadas a difundir los beneficios nutricionales y de salud que brinda el consumo de frijol.

Dado en la sede de la Comisión Permanente, a 11 de mayo de 2022

Noemi B. Luna A.

Dip. Noemi Berenice Luna Ayala