



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

**Facultad de Contaduría y Administración**

**LA PROBLEMATICA DE LA COMERCIALIZACION  
DE LOS ALIMENTOS NECESARIOS EN  
MEXICO DE 1976 A 1984.**

**Seminario de Investigación Administrativa**

QUE EN OPCION AL GRADO DE:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

P R E S E N T A N :

SOTO JUAREZ MARIA LETICIA

VEGA FIGUEROA ELVIRA ANGELICA

DIRECTOR DEL SEMINARIO:

**L. E. JOSE SILVESTRE MENDEZ MORALES**

México, D. F.

1984



## **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 está 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.

## INDICE

	PAG.
Introducción	
Capítulo 1. Metodología de la investigación .....	1
1.1. Selección del tema .....	2
1.2. Planteamiento del problema .....	4
1.3. Marco Teórico .....	8
1.4. Investigación de campo .....	9
1.5. Tabulación y análisis de la información .....	30
1.6. Presentación de los resultados .....	31
Capítulo 2. Aspectos esenciales de la comercialización .....	33
2.1. Definiciones de comercialización .....	36
2.2. Selección del mercado meta .....	37
2.3. Sistema de comercialización .....	38
2.4. Tipos de comercialización .....	56
Capítulo 3. La alimentación en México .....	62
3.1. Antecedentes de la alimentación en México .....	64
3.2. Factores que influyen en la alimentación .....	66
3.3. Situación nutricional en México .....	85
Capítulo 4. Política alimentaria en México .....	119
4.1. Plan Global de Desarrollo .....	121
4.2. Sistema Alimentario Mexicano .....	126
4.3. Plan Nacional de Desarrollo .....	144
4.4. Programa Nacional de Alimentación .....	150

	PAG.
Capítulo 5. Comercialización de alimentos necesarios .....	176
5.1. Concepto de alimentos necesarios .....	178
5.2. Selección del mercado meta .....	181
5.3. Mezcla comercial .....	183
5.4. Sistema de comercialización .....	204
Conclusiones y recomendaciones .....	211
Bibliografía .....	219

# I N T R O D U C C I O N

## Introducción.

La crisis por la que atraviesa actualmente el país - ha ocasionado grandes desajustes en la economía nacional, --- crisis que afecta principalmente a sectores amplios de la --- población, específicamente a aquéllos que por sus niveles de - ingreso no alcanzan a cubrir sus necesidades mínimas de alimentación, educación, salud y vivienda.

La alimentación tiene una importancia relevante en - nuestro país, ya que parte de la población, específicamente la de menores ingresos, tiene una gran deficiencia, ocasionada en su mayor parte por el sistema de comercialización de los alimentos.

El propósito de la presente investigación es mos --- trar la manera en que influye el sistema de comercialización - para que la población de bajos ingresos pueda tener acceso a - los alimentos que denominamos necesarios para tener una adecuada alimentación

En el capítulo uno, describimos la metodología ---- para llevar a cabo nuestro estudio. En el capítulo dos, se -- presentan los aspectos esenciales de la comercialización como son mercado meta, sistema de comercialización, mezcla comercial y los tipos de comercialización que existen.

En el tercer capítulo analizamos los antecedentes de la alimentación en nuestro país, los factores que influyen en ésta, así como la situación nutricional que prevalece en los medios rural y urbano. El capítulo cuarto muestra la política alimentaria que se ha seguido en los dos últimos sexenios con el objeto de solucionar los problemas existentes en esta materia.

En el capítulo cinco presentamos los resultados que muestran la forma en que influye el sistema de comercialización en el consumo de los alimentos necesarios. Y por último destinamos un apartado que contiene las conclusiones de nuestra investigación, así como recomendaciones para mejorar el sistema de comercialización y la alimentación de la población de bajos ingresos.

## Capítulo 1

### Metodología de la Investigación

## Capítulo 1

### Metodología de la Investigación.

Para la realización de cualquier investigación, el hecho de establecer un orden para llevarla a cabo es de primordial importancia, ya que constituye la base para el desarrollo de la misma, es decir, es necesario definir una metodología.

De acuerdo a lo anterior, la metodología que seguimos a lo largo de este trabajo es una elaboración propia basada en la propuesta por Raúl Rojas Soriano (1) \*; nuestra metodología consta de seis pasos: selección del tema, planteamiento del problema, marco teórico, investigación de campo, tabulación y análisis de la información y presentación de los resultados, puntos que a continuación explicamos:

#### 1.1. Selección del tema.

Con el objeto de seleccionar el tema de la presente investigación, recurrimos a revisar una serie de libros y artículos de revistas y periódicos que nos proporcionaran temas de interés general, con base en esto, nuestra atención se centró-

---

\* Para todos los capítulos, las citas correspondientes a cada uno, se encuentran al final de los mismos.

en lo que sería motivo de nuestro estudio, es decir, la problemática que existe en torno a la comercialización de los productos alimenticios de la población, por lo que titulamos el presente trabajo como:

"La problemática de la comercialización de los alimentos necesarios en México de 1976 a --- 1984".

#### 1.1.1. Justificación del tema.

El haber seleccionado el tema antes mencionado, se debe principalmente a las siguientes razones:

- La crisis económica que sufre actualmente el país, deja sentir sus efectos en gran parte de la población, especialmente aquella que por su nivel de ingreso no alcanza a satisfacer sus necesidades básicas principalmente la alimentación.
- Hasta donde sabemos no se ha realizado un estudio de esta -- naturaleza, ya que en el problema alimentario no se ha tomado en cuenta que la comercialización es un factor determinante.
- Consideramos que la comercialización de los alimentos necesarios es un tema de gran importancia, y al no encontrar estudios en este campo, creemos que llevar a cabo una investigación de este tipo constituye un apoyo a futuras investigaciones.

### 1.1.2. Cronograma.

Después de haber elegido el tema de la investigación diseñamos un cronograma que nos permitió tener una idea del -- tiempo en que se llevaron a cabo cada una de las etapas del -- estudio (Véase cronograma, Página 5 ).

### 1.2. Planteamiento del problema.

Una vez fijado el tiempo de cada etapa, procedimos - a plantear los problemas a resolver en la presente investiga - ción mismos que son:

- ¿En qué medida influye la comercialización, para que la po - blación de bajos ingresos pueda alcanzar los alimentos nece - sarios a precios accesibles?
- ¿Han cumplido realmente sus objetivos los programas aliment<sup>u</sup> - cios gubernamentales?
- ¿Existe una canasta básica que cumpla con los requerimientos necesarios en cuanto a nivel nutricional y precio que deman - da la población de bajos ingresos?
- ¿La población de bajos ingresos tiene acceso a todos los -- alimentos necesarios?

#### 1.2.1. Objetivos.

En función de los problemas planteados, los objeti - vos que nos fijamos para la realización de nuestra investiga - ción son los siguientes:

## CRONOGRAMA

TIEMPO ACTIVIDADES	MESES																															
	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
SELECCION DEL TEMA																																
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA																																
MARCO TEORICO																																
INVESTIGACION DE CAMPO:																																
DISEÑO DEL CUESTIONARIO																																
DISEÑO DE LA MUESTRA																																
RECOPIACION DE LA INFORMACION																																
TABULACION Y ANALISIS DE RESULTADOS																																
PRESENTACION DE LOS RESULTADOS																																
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES																																

- Determinar hasta que grado la población de bajos ingresos -- tiene acceso a todos los alimentos necesarios.
- Definir cuáles son los principales canales de distribución - que se deben usar para hacer más eficiente el consumo de -- alimentos necesarios.
- Determinar cuáles son los alimentos necesarios que realmente debe contener una canasta básica en cuanto a nivel nutricional y precio que pueda alcanzar la población de bajos ingresos de nuestro país.
- Proponer medidas para mejorar los programas alimenticios -- existentes.

### 1.2.2. Hipótesis.

Una vez determinados nuestros objetivos, procedimos a elaborar una serie de hipótesis; de las tres hipótesis planteadas, una de ellas es la de trabajo y las restantes las --- consideramos como alternativas. Las hipótesis a probar o dis- probar son las siguientes:

#### Hipótesis de Trabajo:

- Los deficientes sistemas de comercialización aumentan en --- precio de los alimentos necesarios.

Variable independiente; Los deficientes sistemas de comer- cialización.

Variable dependiente; El precio de los alimentos necesa- rios.

Hipótesis alternativas:

- Debido a los precios altos de los alimentos necesarios, la población de bajos ingresos no pueda comprarlos.

Variable independiente:            Los precios altos.

Variable dependiente:            La población de bajos ingresos no puede comprar los alimentos necesarios.

- Los programas alimenticios gubernamentales no han solucionado los problemas existentes en esta materia.

Variable independiente:            Los problemas existentes en esta materia.

Variable dependiente:            Los programas alimenticios gubernamentales.

## 1.2.3. Alcances y limitaciones de la investigación.

El presente estudio, es una investigación descriptiva propositiva, ya que su objetivo es presentar un panorama de la magnitud de los problemas planteados, con el objeto de tener elementos de juicio que permitan dar solución a dichos problemas; a la vez es una investigación mixta, pues reúne información tanto documental como de campo.

Dada la naturaleza de la investigación es posible que algunos puntos no sean tratados con mayor profundidad, debido a que no existe bibliografía, es decir, el tema de la comercialización de los alimentos necesarios no ha sido tratado como tal, sino que se encuentra por un lado información

de los alimentos necesarios, y por otro la comercialización - en forma general.

Es posible, que en nuestro estudio algunos aspectos puedan mostrar falta de conocimiento, pero dadas las condiciones a que nos enfrentamos en cuanto a tiempo y recursos, no -- fue posible tratar todos los puntos con mayor amplitud.

### 1.3. Marco Teórico.

Como consecuencia de los alcances y limitaciones de que adolece nuestra investigación, decidimos tratar los aspectos necesarios para poder fundamentar nuestras afirmaciones, - es decir, nuestro marco teórico, que contemplamos en los capítulos dos, tres y cuatro, o sea, los aspectos esenciales de la comercialización, la alimentación y la política alimentaria -- en México.

#### 1.3.1. Recopilación de la información documental.

Para la realización de la investigación documental - elaboramos fichas de trabajo, donde concentramos y resumimos - la información recopilada en las siguientes fuentes:

- Presidencia de la República. Departamento de Publicaciones.
- Secretaría de Programación y Presupuesto. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
- Banco Nacional de Comercio Exterior. Departamento de Publicaciones.
- Biblioteca y Hemeroteca Nacional, UNAM.

- Biblioteca de la Facultad de Contaduría y Administración, -  
UNAM.

#### 1.4. Investigación de campo.

Una vez obtenidas las bases teóricas, es decir, la información documental, procedimos a llevar a cabo, nuestra investigación de campo, para lo cual se seleccionó una colonia del Distrito Federal que fuera representativa de la población objeto de nuestro estudio, que es la población de bajos ingresos, la que definimos con base en la clasificación propuesta por el Instituto Nacional del Consumidor (INCO), ---- quien considera esta población como aquella que percibe al -- mes hasta dos veces el salario mínimo (2), pero la situación actual del país, este parámetro lo ampliamos a aquella población que perciba hasta 3.0 veces el salario mínimo mensualmente.

De acuerdo a lo anterior, la colonia seleccionada fue el Pedregal de Santo Domingo, ya que su población cae dentro del parámetro que establecimos. Es necesario aclarar que no es la única colonia en el D.F. que se caracteriza por su población de bajos ingresos ya que existen otras que también contemplan esta particularidad.

Pero debido a la cercanía que representaba el Pedregal de Santo Domingo, el tiempo de que disponíamos, así como el fácil acceso a ella, fue que decidimos llevar a cabo nuestra investigación en dicha colonia, la cual se encuentra ubi-

cada en la delegación política de Coyoacán, y limitada al norte por las colonias Romero de Terreros, fraccionamiento Pedregal de San Francisco y por el Barrio del Niño Jesús; al sur -- por la Universidad Nacional Autónoma de México; al este por la colonia Copilco el Alto y la UNAM; al oeste por las colonias - Pueblo de los Reyes y Ajusco (Véase mapa uno punto uno, página 11 ).

#### 1.4.1. Diseño del cuestionario.

Al haber elegido la colonia Pedregal de Santo Domingo, diseñamos un cuestionario, que consideramos facilitaria -- a los entrevistados la respuesta del mismo, por lo que se utilizaron básicamente preguntas cerradas, que son aquellas que - "presentan las alternativas de respuesta a continuación de las preguntas" (3), con el objeto de facilitar el trabajo de --- tabulación de la información.

Cabe aclarar, que utilizamos preguntas cerradas de -- dos tipos:

- Dicótomas; que ofrecen dos opciones de respuesta solamente.
- Opción múltiple; se presenta un cierto número (más de dos), - de opciones de respuesta, entre las cuales se elige una.

Se diseñó en principio, un cuestionario al que denominamos piloto, con el fin de diseñar la muestra (punto que - trataremos más adelante), y conocer la funcionalidad de dicho-



cuestionario, para detectar errores de redacción, claridad en las preguntas, etc.; al aplicar el cuestionario surgió la necesidad de corregir algunas preguntas ya que eran confusas, quedando así constituido el cuestionario definitivo. Ambos cuestionarios se presentan a continuación.

Cuestionario Piloto

Cuestionario para la realización del Seminario de Investigación Administrativa "La problemática de la comercialización de los alimentos necesarios en México de 1976 a 1984", en el Área de Dinámica Social, elaborado por Soto Juárez María --- Leticia y Vega Figueroa Elvira Angélica, con fines docentes.

---

1. ¿Aproximadamente, cuál es el ingreso total familiar?

\_\_\_\_\_

2. De este ingreso total, aproximadamente ¿cuánto le destina a la compra de alimentos?

\_\_\_\_\_

3. ¿Actualmente ha reducido su consumo de alimentos en relación con 1982?

a) si ( )      b) no ( )

4. Si contestó sí, ¿a que se debe esta disminución?

- |  |     |
|--|-----|
| a) Precios altos                           | ( ) |
| b) Bajos ingresos                          | ( ) |
| c) Cambio de gustos                        | ( ) |
| d) Por problemas de escasez de productos   | ( ) |
| e) Malos hábitos alimenticios              | ( ) |
| f) Acaparación y ocultamiento de productos | ( ) |

5. De la siguiente lista de alimentos, anote cuáles son los que ha reducido en su consumo:

- |   |     |                     |     |
|---|-----|---------------------|-----|
| a) Aceite   | ( ) | i) Harina de maíz   |     |
| b) Arroz  | ( ) | (nixtamalizado)     | ( ) |
| c) Azúcar   | ( ) | j) Harina de trigo  | ( ) |
| d) Café   | ( ) | k) Huevo            | ( ) |
| e) Carne;   |     | l) Leche            | ( ) |
| Aves  | ( ) | m) Pan              | ( ) |
| Otras   | ( ) | n) Pastas para sopa | ( ) |
| f) Frijol   | ( ) | ñ) Pescado          | ( ) |
| g) Frutas y legum<br>bres (enlata -<br>dos y no enla-<br>tados) | ( ) | o) Tortillas        | ( ) |
| h) Galletas   | ( ) | p) Sal              | ( ) |

6. De la siguiente lista de alimentos, anote cuáles son los que ha aumentado en su consumo:

- |   |     |                     |     |
|---|-----|---------------------|-----|
| a) Aceite   | ( ) | i) Harina de maíz   |     |
| b) Arroz  | ( ) | (nixtamalizado)     | ( ) |
| c) Azúcar   | ( ) | j) Harina de trigo  | ( ) |
| d) Café   | ( ) | k) Huevo            | ( ) |
| e) Carne;   |     | l) Leche            | ( ) |
| Aves  |     | m) Pan              | ( ) |
| Otras   | ( ) | n) Pastas para sopa | ( ) |
| f) Frijol   | ( ) | ñ) Pescado          | ( ) |
| g) Frutas y legum<br>bres (enlata -<br>dos y no enla-<br>tados) | ( ) | o) Tortillas        | ( ) |
| h) Galletas   | ( ) | p) Sal              | ( ) |

7. Lugar donde compra sus alimentos regularmente:
- a) Mercado Local ( )
  - b) Mercado sobre ruedas ( )
  - c) Tiendas de autoservicio privadas (Aurrerá, Gigante, Comercial Mexicana, etcétera) ( )
  - d) Tiendas de autoservicio oficiales (tiendas del --- DDF., tiendas del ISSSTE, tiendas de la UNAM, ---- CONASUPO, etcétera) ( )
8. A qué se debe que usted realice sus compras en ese lugar:
- a) Compra más barato ( )
  - b) Le permite devolver los alimentos si están en mal estado. ( )
  - c) No paga impuesto ( )
  - d) Le permite escoger la calidad de sus alimentos ( )
  - e) Encuentra ofertas en alimentos ( )
9. En su opinión, los mecanismos de venta utilizados para hacer llegar los alimentos anteriormente mencionados del productor al consumidor son:
- a) Buenos ( )      b) Malos ( )      c) Regulares ( )
10. Considera usted, que los mecanismos de venta hacen que el -- precio de estos alimentos:
- a) sea más alto ( )
  - b) sea más barato ( )
  - c) no influyen en el precio ( )
11. Si considera que los precios son altos, esto se debe principalmente a:

- a) El exceso de intermediarios ( )
- b) No hay suficiente producción de estos alimentos ( )
- c) Ocultamiento y acaparación de estos alimentos ( )
- d) Otros ( )

Especifique:

---

---

---

Cuestionario Definitivo

Cuestionario para la realización del Seminario de Investigación Administrativa "La problemática de la comercialización de los alimentos necesarios en México de 1976 a 1984", en el Área de Dinámica Social, elaborado por Soto Juárez María Leticia y Vega Figueroa Elvira Angélica, con fines docentes.

---

1. ¿La (s) persona (s) que mantiene (n) a su familia cuánto gana (n) aproximadamente?

---

2. ¿De esta cantidad, aproximadamente ¿cuánto le destina a la compra de sus alimentos?

---

3. ¿Actualmente ha reducido su consumo de alimentos en relación con 1982?

a) si ( )      b) no ( )

4. Si contesto sí, ¿a que se debe esta disminución?

- |  |     |
|--|-----|
| a) Precios altos                             | ( ) |
| b) Bajos ingresos                            | ( ) |
| c) Cambio de gustos                          | ( ) |
| d) Por problemas de escasez de productos     | ( ) |
| e) Malos hábitos alimenticios                | ( ) |
| f) Acaparamiento y ocultamiento de productos | ( ) |

5. De la siguiente lista de alimentos, anote cuáles son los -- que ya no consume con la misma frecuencia que antes:

- |                             |     |                     |     |
|-----------------------------|-----|---------------------|-----|
| a) Aceite                   | ( ) | i) Harina de maíz   |     |
| b) Arroz                    | ( ) | (nixtamalizado)     | ( ) |
| c) Azúcar                   | ( ) | j) Harina de trigo  | ( ) |
| d) Café                     | ( ) | k) Huevo            | ( ) |
| e) Carne;                   |     | l) Leche            | ( ) |
| Aves                        | ( ) | m) Pan              | ( ) |
| Otras                       | ( ) | n) Pastas para sopa | ( ) |
| f) Frijol                   | ( ) | o) Tortillas        | ( ) |
| g) Frutas y legum <u>br</u> |     | p) Sal              |     |
| <u>es</u> (enlata -         |     |                     |     |
| dos y no enla-              |     |                     |     |
| tados)                      | ( ) |                     |     |
| h) Galletas                 | ( ) |                     |     |

6. De la siguiente lista de alimentos, anote cuáles son los -- que ha aumentado en su consumo, al haber dejado de consumir otros:

- |                             |     |                     |     |
|-----------------------------|-----|---------------------|-----|
| a) Aceite                   | ( ) | i) Harina de maíz   |     |
| b) Arroz                    | ( ) | (nixtamalizado)     | ( ) |
| c) Azúcar                   | ( ) | j) Harina de trigo  | ( ) |
| d) Café                     | ( ) | k) Huevo            | ( ) |
| e) Carne;                   |     | l) Leche            | ( ) |
| Aves                        | ( ) | m) Pan              | ( ) |
| Otras                       | ( ) | n) Pastas para sopa | ( ) |
| f) Frijol                   | ( ) | ñ) Pescado          | ( ) |
| g) Frutas y legum <u>br</u> |     | o) Tortillas        | ( ) |
| <u>es</u> (enlata -         |     | p) Sal              | ( ) |
| dos y no enla-              |     |                     |     |
| tados)                      | ( ) |                     |     |
| h) Galletas                 | ( ) |                     |     |

7. Lugar donde compra sus alimentos regularmente:

- a) Mercado local ( )
- b) Mercado sobre ruedas ( )
- c) Tiendas de autoservicio privadas (Aurrerá, Gigante, Comercial Mexicana, etcétera). ( )
- d) Tiendas de autoservicio oficiales (Tiendas del DDF, tiendas del ISSSTE, tiendas de la UNAM, CONASUPO, - etcétera). ( )

8. A qué se debe que usted realice sus compras en ese lugar:

- a) Compra más barato ( )
- b) Le permite devolver los alimentos si están en mal estado ( )
- c) No paga impuesto ( )
- d) Le permite escoger la calidad de sus productos ( )
- e) Encuentra ofertas en alimentos ( )

9. En su opinión, los mecanismos de venta utilizados para hacer llegar los alimentos anteriormente mencionados, de la persona que los produce hasta usted son:

- a) Bueno ( )    b) Malos ( )    c) Regulares ( )

10. Considera usted que los mecanismos de venta hacen que el precio de estos alimentos:

- a) Sea más alto ( )
- b) Sea más barato ( )
- c) No influyen en el precio ( )

11. Si considera que los precios son altos, esto se debe principalmente a:

- a) El exceso de intermediarios ( )
- b) No hay suficiente producción de estos alimentos. ( )
- c) Ocultamiento y acaparación de estos alimentos. ( )
- d) Otros ( )

Especifique:

---



---



---

#### 1.4.2. Diseño de la muestra

Una vez seleccionado nuestro universo, es decir la colonia Pedregal de Santo domingo, y debido al tamaño de ésta (237 manzanas) no era posible por cuestión de tiempo, examinar a toda la población, por lo que fue necesario seleccionar una muestra, que es "una parte de la población que contiene teóricamente las mismas características que se desean de aquélla". (4)

Para efectos de la investigación el tipo de muestreo

que utilizamos, es el muestreo por conglomerados \* que es --- "un simple muestreo al azar en que cada unidad de la muestra es una colección o conglomerado de elementos". (5)

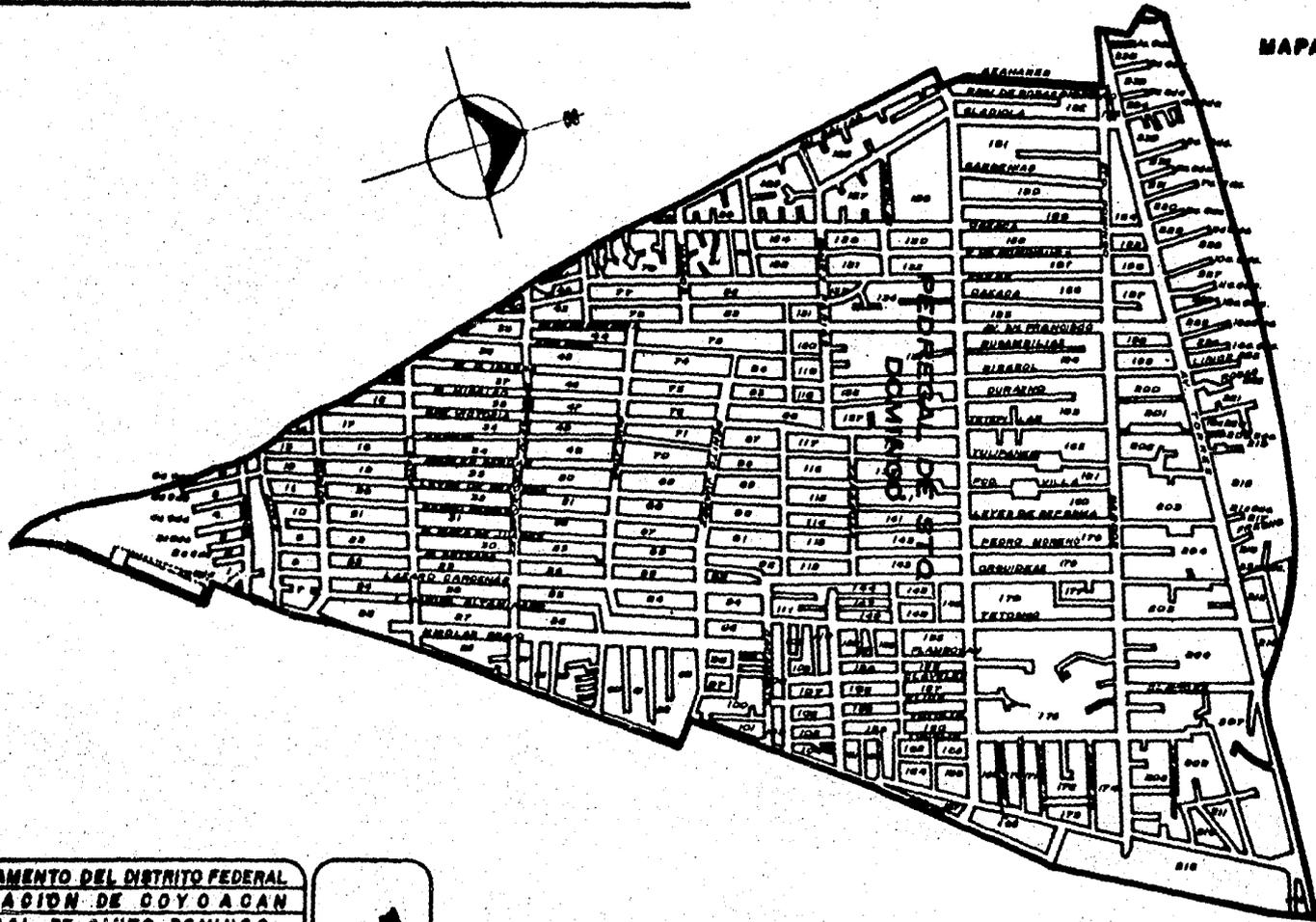
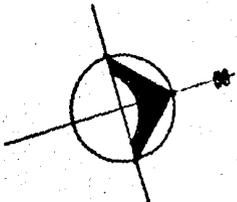
En otras palabras, como nuestra investigación estaba dirigida hacia aquellas personas que tuvieran ingresos hasta 3.0 veces el salario mínimo, es decir el conglomerado de personas que perciben este ingreso, y como no era posible tener una lista exacta de todas las personas que alcanzan este salario, fue que seleccionamos la colonia Pedregal de Santo Domingo.

A su vez, esta colonia la dividimos en manzanas (llamado también, conglomerado de familias) y le asignamos un número a cada una de ellas; del uno al 237 (Véase mapa uno punto dos, página 22) a fin de que cada manzana tuviera la misma oportunidad de ser seleccionada para integrar la muestra.

Ahora bien, para efectos de seleccionar el número de manzanas que deberíamos encuestar, llevamos a cabo una encuesta piloto de diez manzanas que seleccionamos de acuerdo a la tabla de números aleatorios (Véase cuadro uno punto uno, página 23). Esta prueba piloto la realizamos debido a que nuestro cuestionario contiene una pregunta clave para poder diseñar la muestra total; la pregunta es la número tres, que se --

---

\* Para diseñar la muestra por conglomerados, el libro que utilizamos está escrito en inglés, por lo que es posible que la traducción pueda tener algún error.



DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL  
 DELEGACION DE COYOACAN  
 PEDREGAL DE SANTO DOMINGO  
 VÍA HAYEN AVIATE VIL PUER  
 EST. AVIACIONAL DEL DISTRITO FEDERAL  
 EST. AVIACIONAL LOMA SANDOVAL  
 Oficina de la Delegación de Coyoacán  
 Escala Aproximada: 1:2,000



3690	2497	774	720	6809	7549	7330	5733	4730
0813	6790	6858	1489	2669	3743	1901	4971	8280
6477	5289	4092	4223	6454	7632	7577	2816	9202
0772	2660	736	0812	4195	5589	0830	8261	9232
5692	9870	3583	8997	1533	6466	8830	7271	3809
7080	3828	7880	0586	8482	7811	6807	3309	2729
1039	4382	7600	1077	4455	8806	1822	1669	7501
7227	0104	4141	1521	9104	5563	1392	8238	4882
8506	6348	4612	8252	1062	1757	0964	2983	2244
5086	0303	7423	3298	3979	2831	2257	1508	7642
0092	1629	0377	3590	2209	4839	6332	1490	3092
0935	5565	2315	8030	7651	5189	0075	9353	1921
2605	9073	8204	4143	2677	0034	8601	3340	8383
7277	9889	0390	8579	4620	5650	0210	2082	4664
5484	3900	3485	0741	9069	5920	2326	7704	6525
6905	7127	5933	1137	7583	6450	5658	7678	3444
8387	8323	3753	1859	6043	0294	5110	6340	9137
4094	4957	0163	9717	4118	4276	9465	8820	4127
4951	3781	5101	1815	7068	6379	7252	1086	8919
9047	0199	5065	7447	1664	9278	1708	3625	2864
7274	9512	0074	6677	8676	0222	3335	1976	1645
9192	4011	0255	5458	6942	8043	6201	1587	0972
0554	1690	6333	1931	9433	2661	8690	2313	6999
9231	5627	1815	7171	8036	1832	2031	6298	6073
6995	9677	7765	3194	3222	4191	2734	4469	8617
2402	6250	9362	7373	4757	1716	1942	0417	5921
5295	7385	5474	2123	7035	9983	5192	1840	6176
5177	1191	2106	3351	5057	0967	4538	1246	3374
7315	3365	7203	1231	0546	6612	1038	1425	2709
5775	7517	8974	9961	2183	5295	3096	8536	9442
5500	2276	6307	2346	1285	7000	5306	0414	3383
3251	8902	8843	2112	8567	8131	8116	5270	5994
4675	1435	2192	0874	2897	0262	5092	5541	4014
3543	6130	4247	4859	2660	7852	9096	0578	0097
3521	8772	6612	0721	3899	2999	1263	7017	8057
5573	9396	3464	1707	9204	3389	5678	2589	0288
7478	7569	7551	3380	2152	5411	2647	7242	2800
3339	2854	9691	9862	3252	9848	6030	8472	2266
5505	8474	3167	8552	5409	1556	4247	4652	2953
6381	2086	5457	7705	2758	2963	8167	6712	9820

Fuente: Donal B. Owwn, Handbook of Statistical Tables, Reading Mass:

Addison-Wesley, 1962, (Cortesía de U.S. Energy Research and Development Adm), tomado de Stevenson, William-J., Estadística para Administración y Economía, Ed. -- Harla, 1981, p. 194.

refiere a la disminución del consumo de alimentos en relación con 1982.

Para efectos de poder diseñar la muestra, los datos obtenidos en la prueba piloto son los que presentamos en el cuadro uno punto dos (página 25 ).

Después de haber encuestado las diez manzanas de --- nuestra prueba piloto, procedimos a determinar en forma matemática la muestra definitiva, utilizando la siguiente fórmula --- (6):

$$n = \frac{N \quad S_c^2}{ND + S_c^2}$$

Donde:

n: es la muestra que es una parte de la población -- que reúne las mismas características de la población total.

N: número total de conglomerados conocidos (en este caso, es el número total de manzanas en la colonia Pedregal de Santo Domingo).

$S_c^2$  varianza, es decir, la dispersión máxima que tengan los datos respecto a la media poblacional.

D: es un valor que no tiene un nombre en específico y se obtiene con la siguiente fórmula:

$$D = \frac{E^2 \quad \bar{M}^2}{Z^2} \quad \text{donde:}$$

E: es el error máximo fijado

$\bar{M}$ : promedio de familias en el conglomerado

Z: nivel de confianza.

Nos fijamos un nivel de confianza (Z) de 97%, el --- cual se determina dividiendo 97 entre dos, el resultado (48.50) se busca en la tabla de la curva tipificada (Ver cuadro uno punto tres, página 26 ); en dicho cuadro el resultado se encontró en el punto 2.17, lo que quiere decir, que el nivel de confianza del 97% equivale a 2.17. Asimismo fijamos un error de el 3%

Cuadro 1.2  
Resultados de la prueba piloto

No. del conglomerado (No. de manzana).	No. de familias en el conglome- rado.	Respuesta afir- mativa a la --- pregunta tres - del cuestiona - rio.
N	$m_i$	$A_i$
35	54	50
36	52	47
43	28	26
57	22	18
68	46	41
118	17	13
152	15	10
183	52	43
204	37	32
222	21	17
	$*\Sigma 344$	$*\Sigma 297$
* Sumatoria = Total de cada columna		

Cuadro 1.3  
 Areas bajo la curva normal tipificada

x	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0,0	0,0000	0,0040	0,0080	0,0120	0,0160	0,0199	0,0239	0,0279	0,0319	0,0359
0,1	0,0358	0,0438	0,0478	0,0517	0,0557	0,0596	0,0636	0,0675	0,0714	0,0754
0,2	0,0793	0,0832	0,0871	0,0910	0,0948	0,0987	0,1026	0,1064	0,1103	0,1141
0,3	0,1179	0,1217	0,1255	0,1293	0,1331	0,1368	0,1406	0,1443	0,1480	0,1517
0,4	0,1554	0,1591	0,1628	0,1664	0,1700	0,1736	0,1772	0,1808	0,1844	0,1879
0,5	0,1915	0,1950	0,1985	0,2019	0,2054	0,2088	0,2123	0,2157	0,2190	0,2224
0,6	0,2258	0,2291	0,2324	0,2357	0,2389	0,2422	0,2454	0,2486	0,2518	0,2549
0,7	0,2580	0,2612	0,2642	0,2673	0,2704	0,2734	0,2764	0,2794	0,2823	0,2852
0,8	0,2881	0,2910	0,2939	0,2967	0,2996	0,3023	0,3051	0,3078	0,3106	0,3133
0,9	0,3159	0,3186	0,3212	0,3238	0,3264	0,3289	0,3315	0,3340	0,3365	0,3389
1,0	0,3413	0,3438	0,3461	0,3485	0,3508	0,3531	0,3554	0,3577	0,3599	0,3621
1,1	0,3643	0,3665	0,3686	0,3708	0,3729	0,3749	0,3770	0,3790	0,3810	0,3830
1,2	0,3849	0,3869	0,3888	0,3907	0,3925	0,3944	0,3962	0,3980	0,3997	0,4015
1,3	0,4032	0,4049	0,4066	0,4082	0,4099	0,4115	0,4131	0,4147	0,4162	0,4177
1,4	0,4192	0,4207	0,4222	0,4236	0,4251	0,4265	0,4279	0,4292	0,4306	0,4319
1,5	0,4332	0,4345	0,4357	0,4370	0,4382	0,4394	0,4406	0,4418	0,4429	0,4441
1,6	0,4452	0,4463	0,4474	0,4484	0,4495	0,4505	0,4515	0,4525	0,4535	0,4545
1,7	0,4554	0,4564	0,4573	0,4582	0,4591	0,4599	0,4608	0,4616	0,4625	0,4633
1,8	0,4641	0,4649	0,4656	0,4664	0,4671	0,4678	0,4686	0,4693	0,4699	0,4706
1,9	0,4713	0,4719	0,4726	0,4732	0,4738	0,4744	0,4750	0,4756	0,4761	0,4767
2,0	0,4772	0,4778	0,4783	0,4788	0,4793	0,4798	0,4803	0,4808	0,4812	0,4817
2,1	0,4821	0,4826	0,4830	0,4834	0,4838	0,4842	0,4846	0,4850	0,4854	0,4857
2,2	0,4861	0,4864	0,4868	0,4871	0,4875	0,4878	0,4881	0,4884	0,4887	0,4890
2,3	0,4893	0,4896	0,4898	0,4901	0,4904	0,4906	0,4909	0,4911	0,4913	0,4916
2,4	0,4918	0,4921	0,4922	0,4925	0,4927	0,4929	0,4931	0,4932	0,4934	0,4936
2,5	0,4938	0,4940	0,4941	0,4943	0,4945	0,4946	0,4948	0,4949	0,4951	0,4952
2,6	0,4953	0,4955	0,4956	0,4957	0,4959	0,4960	0,4961	0,4962	0,4963	0,4964
2,7	0,4965	0,4966	0,4967	0,4968	0,4969	0,4970	0,4971	0,4972	0,4973	0,4974
2,8	0,4974	0,4975	0,4976	0,4977	0,4977	0,4978	0,4979	0,4979	0,4980	0,4981
2,9	0,4981	0,4982	0,4982	0,4983	0,4984	0,4984	0,4985	0,4985	0,4986	0,4986
3,0	0,4987	0,4987	0,4987	0,4988	0,4988	0,4989	0,4989	0,4989	0,4990	0,4990
3,1	0,4990	0,4991	0,4991	0,4991	0,4992	0,4992	0,4992	0,4992	0,4993	0,4993
3,2	0,4993	0,4993	0,4994	0,4994	0,4994	0,4994	0,4994	0,4995	0,4995	0,4995
3,3	0,4995	0,4995	0,4996	0,4996	0,4996	0,4996	0,4996	0,4996	0,4996	0,4997
3,4	0,4997	0,4997	0,4997	0,4997	0,4997	0,4997	0,4997	0,4997	0,4997	0,4998
3,5	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999
3,6	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999
3,7	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999
3,8	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999	0,4999
3,9	0,5000	0,5000	0,5000	0,5000	0,5000	0,5000	0,5000	0,5000	0,5000	0,5000

Fuente: Soriano, Raúl, Guía para realizar investigaciones -  
 sociales, México, UNAM, 1980, p. 268

Una vez determinadas las bases sobre las cuales que---  
ríamos trabajar, es decir, un alto grado de confianza en que ----  
nuestra encuesta tuviera resultados satisfactorios procedimos ---  
a desarrollar nuestra fórmula de la siguiente manera:

Comenzamos por acomodar los valores que se conocen:

$$E = 0.3$$

$$Z = 2.17$$

$$N = 237$$

$$m_i = 344^*$$

$$A_i = 297^*$$

Posteriormente, para encontrar los valores de las va---  
riables desconocidas en nuestra fórmula original procedimos de---  
la siguiente manera:

Para conocer la varianza aplicamos la siguiente fõr---  
mula:

$$S_c^2 = \frac{(A_i - \hat{p} m_i)^2}{n - 1}$$

El único elemento que desconocemos es p que es la ----  
probabilidad de éxito de la encuesta y se obtiene con la -----  
siguiente fórmula:

$$\hat{p} = \frac{\sum A_i}{\sum m_i} = \frac{297}{344} = .8634$$

Para simplificar la fórmula de la varianza empleamos -  
los datos contenidos en el cuadro uno punto dos (Página 25 ), ---  
quedando acomodados dichos datos de la siguiente manera:

---

\*  
Ambos valores fueron obtenidos en la prueba piloto (Véase cua --  
dro uno punto dos, Página 25 ).

n	$A_i$	p	$m_i$
1	(50 - .8634		$(54))^2 = (50 - 46.62)^2 = 3.38^2 = 11.42$
2	(47 - .8634		$(52))^2 = (47 - 44.89)^2 = 2.11^2 = 4.45$
3	(26 - .8634		$(28))^2 = (26 - 24.17)^2 = 1.83^2 = 3.34$
4	(18 - .8634		$(22))^2 = (18 - 18.99)^2 = -0.99^2 = 0.98$
5	(41 - .8634		$(46))^2 = (41 - 39.71)^2 = 1.28^2 = 1.64$
6	(13 - .8634		$(17))^2 = (13 - 14.67)^2 = 1.67^2 = 2.78$
7	(10 - .8634		$(15))^2 = (10 - 12.95)^2 = -2.95^2 = 8.70$
8	(43 - .8634		$(52))^2 = (43 - 44.89)^2 = -1.89^2 = 3.59$
9	(32 - .8634		$(37))^2 = (32 - 31.94)^2 = 0.05^2 = 0.002$
10	(17 - .8634		$(21))^2 = (17 - 18.13)^2 = 1.13^2 = 1.28$
10*			$\Sigma 38.18$

Una vez obtenidos los datos necesarios para desarrollar la fórmula de la varianza, el valor de la misma es el siguiente:

$$S^2 = \frac{\sum (A_i - \hat{p} m_i)^2}{n - 1} = \frac{38.18}{10-1} = 4.24$$

El siguiente elemento de nuestra fórmula original es D, el cual desconocemos, y lo podemos obtener con la siguiente fórmula:

$$D = \frac{E^2 - \bar{m}^2}{z^2}$$

En este caso el único elemento que desconocemos es:

m que es el promedio de familias en cada una de las diez manzanas de la encuesta piloto, el cual obtenemos con la fórmula que sigue:

\*  
Total de manzanas encuestadas en la prueba piloto.

$$\bar{m} = \frac{m_i}{n^*} = \frac{344}{10^*} = 34.4$$

De este modo el valor de D es:

$$D = \frac{E^2 \bar{m}^2}{Z^2} = \frac{(.03)^2 (34.4)^2}{2.17^2} = \frac{.0009 (1183.36)}{4.70}$$

$$D = \frac{1.0650}{4.70} = 0.2266$$

Una vez reunidos todos los valores desconocidos para poder despejar nuestra fórmula original, así como los valores que ya conocíamos desde el inicio del diseño de la muestra, procedimos a sustituir los valores:

$$\begin{aligned} E &= .03 & S_c^2 &= 4.24 \\ Z &= 2.17 & D &= .2266 \\ N &= 237 \end{aligned}$$

$$n = \frac{N S_c^2}{ND + S_c^2} = \frac{237 (4.24)}{(237) (.2266) + 4.24} = \frac{1.004.88}{53.70+4.24}$$

$$n = \frac{1004.88}{57.94} = 17.34$$

---

\* Total de manzanas encuestadas en la prueba piloto.

Como puede observarse, después de haber realizado el -- proceso matemático teníamos que encuestar 17.34 manzanas, este -- resultado lo ajustamos a 17 que fue el total de manzanas que -- entrevistamos, éstas al igual que las diez de la prueba piloto -- las escogimos al azar por medio de la tabla de números aleato -- rios (Ver cuadro uno punto uno, página 23 ); Las 17 manzanas -- seleccionadas son las que corresponden a los números 34, 35, 36 -- 43, 57, 68, 75, 110, 188, 131, 152, 183, 189, 191, 204, 210 y -- 222.

#### 1.4.3. Recopilación de la información.

Al diseñar nuestra muestra, ésta arrojó un total de 17- manzanas, a fin de cubrirlas todas aplicamos un cuestionario -- por familia, dirigido principalmente a las amas de casa y en -- caso de no encontrarse ellas, el cuestionario se aplicó al --- padre de familia, pues consideramos que son estas personas las -- indicadas para contestarnos el cuestionario.

El total de cuestionarios que aplicamos fue de 440, mis -- mos que cubrían por completo a las familias que habitan en las -- manzanas seleccionadas. De estos 440 cuestionarios encontramos -- que 435 caen dentro del parámetro establecido, es decir tienen -- ingresos menores del salario mínimo hasta 3.0 veces el mismo; -- y los cinco restantes perciben ingresos superiores a 3.0 veces -- el salario mínimo.

#### 1.5. Tabulación y análisis de la información.

Con el fin de tener una apreciación objetiva de la ---- información recopilada, procedimos a vaciar el contenido de --- cada cuestionario en cuadros para obtener los totales de ----- familias con respecto al objetivo específico de cada pregunta.

Una vez obtenidos los totales, procedimos a analizar el resultado de cada pregunta, convirtiendo dichos totales en porcentajes de familias. Ambos procedimientos, es decir, la tabulación y el análisis, se efectuaron en forma manual y pregunta por pregunta.

#### 1.6. Presentación de los resultados.

Para efectos de tener una apreciación más clara de los resultados obtenidos en nuestra investigación, decidimos utilizar las siguientes formas de presentación:

- Cuadros.
- Gráficas; circulares y de barras.

Los cuadros y las gráficas, así como su correcta interpretación se presentan a lo largo del capítulo cinco, a la presentación de los resultados le dedicamos todo el capítulo pues creemos que son la parte más importante de nuestro estudio y por lo cual es necesario un tratamiento más detallado.

## Citas del capítulo 1

- (1) Rojas Soriano Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, México, UNAM, (5a. edición), 1980, p. 47-250.
- (2) Quezada, Angélica, "Inequitativo el consumo anual de alimentos entre la población: 250 Kilos un pobre; 800 un rico: -- INCO", en, Uno más uno, México, 19 de Octubre de 1983, p. 8
- (3) Rojas Soriano, Raúl, op. cit., p. 143.
- (4) Ibid., p. 163.
- (5) Mendenhal, William y otros, Elementary Survey Sampling, --- USA, Ed. Duxbury Press, A. Division of Wadsworth Publishing Company, Inc., 1977, p. 121.
- (6) Ibid., p. 134.

## Capítulo 2

### Aspectos esenciales de la comercialización

## Capítulo 2

### Aspectos esenciales de la comercialización.

Una vez descrita en el capítulo uno la metodología -seguida para el desarrollo de esta investigación, es necesario plantear los aspectos teóricos en los que se basa la misma. En el presente capítulo se tratan los puntos teóricos de mayor --- relevancia tomando a la comercialización como punto de partida para el desarrollo de este trabajo.

Es necesario aclarar que el término comercialización tiene diversas acepciones, debido a que es una traducción de la palabra "marketing" del idioma inglés, se le conoce también como "mercadeo", "mercados", "distribución", "mercología" y "mercadotecnia", siendo esta última propuesta en 1959 por la Asociación de Ejecutivos de Ventas de Latinoamérica. Tomando en cuenta lo anterior, cabe decir, que al no existir diferencia entre un término y otro se emplea por los mismo, a lo largo de este trabajo el término de comercialización.

Se considera a la comercialización como una actividad propiamente de negocios cuyo objeto, es la venta de productos y/o servicios físicos, pero también figuran cada vez más -- alusiones a la comercialización y a sus diversas funciones en - otros contextos institucionales, se comercializa además de productos y/o servicios, las organizaciones, personas, lugares e - ideas sociales.

Para que la función de comercialización se desarrolle adecuadamente, es necesario como punto fundamental la selección mercado al cual va dirigido nuestro producto y/o servicio, es decir, nuestro mercado meta, el cual es escogido mediante la segmentación de un mercado total, puesto que éste dista mucho de ser homogéneo\*.

Una vez seleccionada el mercado meta, en éste van a suceder una serie de intercambios comerciales, constituyéndose lo que se conoce como sistema de comercialización que va a proporcionar la información del ambiente tanto externo como interno de la organización.

En el sistema de comercialización, existen cuatro factores que van a influir en forma decisiva en las ventas de la firma: producto, precio, promoción y plaza, que conjuntamente se conocen como mezcla comercial. Pero primero es necesario dar algunas definiciones acerca del término comercialización.

---

\* A lo largo del capítulo se tratará en forma más específica el contenido de cada uno de los elementos que conforman la comercialización en su conjunto, como mercado meta, promoción, plaza, etcétera.

## 2.1. Definiciones de comercialización.

Hay diferentes definiciones de este concepto entre -- las que podemos citar la de Alfonso Aguilar, el cual dice que - la comercialización "estudia todas las técnicas y actividades - que permiten conocer qué satisfactor se debe producir y que sea costeable, y la forma de hacer llegar ese satisfactor en forma- eficiente al consumidor" (1).

Para William T. Ryan "la comercialización ha sido --- definida como 'un puente entre la producción y el consumo' y -- abarca todas aquellas actividades que se realizan con el propó- sito de hacer llegar productos y servicios a manos de los consu midores" (2). Philip Kotler la define como "el conjunto de --- actividades humanas dirigidas a facilitar y realizar intercam-- bios" (3).

En las anteriores definiciones se observa que la ---- comercialización está encaminada en primer lugar, a reconocer - y satisfacer las necesidades o bien los deseos del consumidor;- en segundo lugar, tiene por objeto facilitar y consumir los --- intercambios entre productor y consumidor, es decir, es un pro- ceso dinámico de trato continuo donde cada una de las partes -- posee algo de valor para las otras.

Y por último se propone crear continuamente una deman da para productos de la clase, calidad, presentación y precio - adecuado, por los canales de distribución convenientes, para -- venderse al público que interese, de modo que se obtengan bene- ficios para ambas partes.

Con base en los elementos analizados, el concepto de-

comercialización que manejaremos a lo largo de este trabajo - es considerado como un conjunto de actividades que se ocupan de reconocer las necesidades del consumidor, de desarrollar - productos y/o servicios para satisfacer dichas necesidades -- proyectando el crecimiento de ambos (productos y/o servicios - y consumidores).

## 2.2. Selección del mercado meta.

Observamos en las anteriores definiciones que la -- comercialización se ocupa de reconocer las necesidades del -- consumidor y de desarrollar productos y/o servicios para que se satisfagan dichas necesidades; para reconocer estas necesidades es indispensable que se conozca el público al que se -- desea llegar puesto que éste en su conjunto, no es homogéneo sino tiene diferentes gustos, deseos y necesidades.

Para explicar en forma más específica lo anterior - comenzaremos por definir qué es un mercado; éste es "un lugar donde se reunen y funcionan vendedores y compradores, se ofrecen en venta bienes y servicios" (4); en un mercado para producto o servicio hay tres factores a considerar:

1. Gente con necesidades tales como, alimentos, --- ropa y vivienda o cualquier cosa que un consumi- dor encuentre deseable o útil;
2. Su poder adquisitivo para satisfacer dichas necesidades; y
3. Su comportamiento de compra, es decir, se refleja la manera en que los consumidores expresan -- sus necesidades y deseos.

Cada mercado general está integrado por una serie de submercados homogéneos más pequeños llamados segmentos que al ser valorados individualmente van a constituir un mercado meta es decir, habrá una diferenciación de las necesidades o intereses del consumidor.

Para dividir un mercado en segmentos pueden utilizarse numerosas variables, distinguiéndose principalmente cuatro clases (5): variables sicográficas, variables geográficas, variables demográficas y variables de conducta del comprador --- (cuadro dos punto uno, página 39 ).

### 2.3. Sistema de comercialización.

Una vez seleccionado el público al cual va dirigido el producto, es decir, nuestro mercado meta, la empresa debe conocer el medio en el cual se desenvolverá, o sea, sus competidores, distribuidores, proveedores, etc., así como, los recursos internos con que cuenta para satisfacer las necesidades del público meta; estos elementos están interrelacionados y para poder entender el grato en que afectan a la empresa --- existe lo que se llama sistema de comercialización que proporcionan y explica la función de cada uno de dichos elementos.

Un sistema de comercialización es un conjunto de --- actividades, instituciones y flujos que interactúan para facilitar las transacciones de intercambio entre una organización (de negocios o no lucrativa) y su mercado. Una compañía opera su sistema de comercialización dentro de una estructura de --- fuerzas cambiantes que constituyen el medio ambiente del siste-

Quadro 2.1.  
Variables para segmenar un mercado.

<u>Variables</u>	<u>Subdivisiones</u>
Geográficas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Región: Golfo, Norte, Centro Occidente, etc.-</li> <li>Tamaño ciudad: 5000 habs., 5000 a 20,000, etc</li> <li>Densidad: urbana, rural</li> </ul>
Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edad: menos de seis años, siete a catorce, -- más de catorce, etc.</li> <li>Sexo: masculino, femenino.</li> <li>Tamaño familia: uno a dos miembros, más de -- tres, etc.</li> <li>Ingresos: menos de \$10,000, 10,000 a 20,000 - etc.</li> <li>Ocupación: empleado, funcionario, artesano, - etc.</li> <li>Educación: primaria completa, secundaria completa, etc.</li> <li>Religión: católica, protestante, otras</li> </ul>
Sicográficas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsividad: impulsivo, no impulsivo.</li> <li>Gregarismo: extrovertido, introvertido</li> <li>Dotes de mando: líder, seguidor.</li> </ul>
Comportamiento de Compra.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Indice de consumo: no consumidor, consumidor-ligero, medio, gran consumidor</li> <li>Ventajas que busca: economía, prestigio --- social, etc.</li> <li>Lealtad a la marca; ligera, fuerte.</li> </ul>

ma. Algunas de estas fuerzas son variables externas que, en general no son controlables por los ejecutivos de una empresa, éstas incluyen la demografía, condiciones económicas, factores socioculturales, limitaciones político legales, tecnología y competencia. Otro juego de factores ambientales como son los proveedores, intermediarios y el mercado en sí, también son externas a la empresa pero forman parte del sistema de comercialización de una empresa (cuadro dos punto dos, página 41 ).

Sin embargo, dentro de una empresa también existen recursos fuera del área de comercialización como son personal, producción, finanzas, etc., también conocidas como variables internas que influyen en el sistema de comercialización, sin embargo, estas variables en general, son controlables por la gerencia.

La parte más importante del sistema de comercialización de una empresa es su "mezcla comercial" constituida por cuatro elementos esenciales: la combinación de sus productos, su estructura de precios, su sistema de distribución o plaza y su programa de promoción.

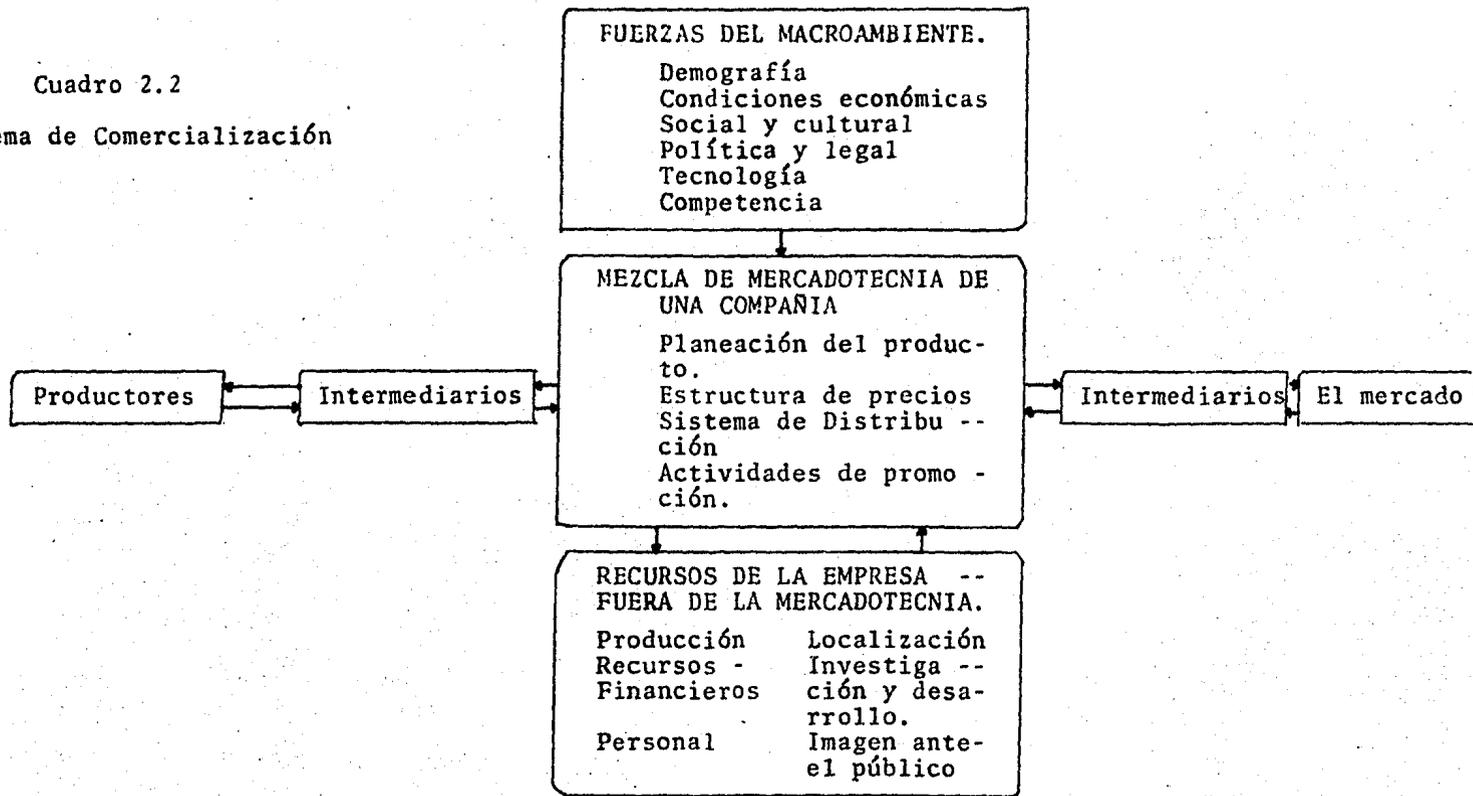
### 2.3.1. Mezcla comercial.

Se utiliza para describir la combinación de los cuatro elementos que constituyen el corazón del sistema de comercialización de una organización: el producto, la estructura de precios, las actividades promocionales y el sistema de distribución también conocido como plaza.

Los cuatro componentes de la mezcla comercial están-

Cuadro 2.2

Sistema de Comercialización

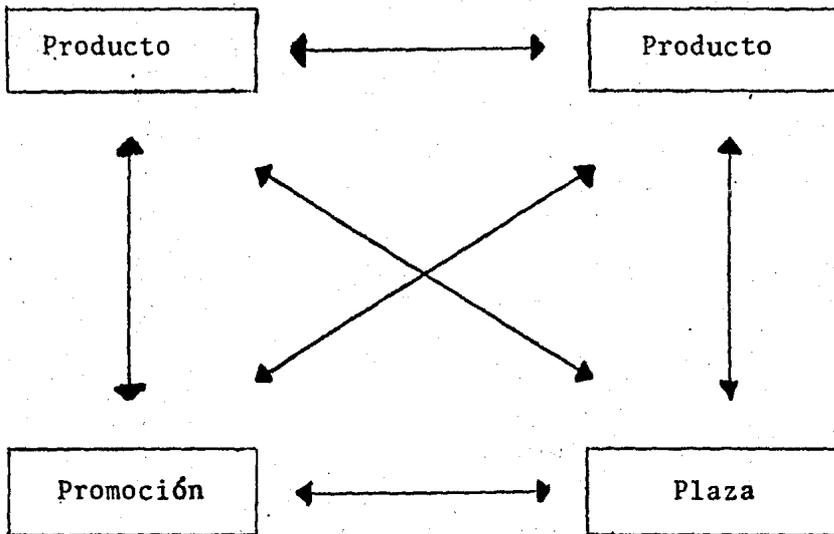


Fuente: Stanton William J., Fundamentos de marketing, México, Ed. Mc. Graw Hill (2a. edición en español), 1980, p. 36.

interrelacionados entre sí (cuadro dos punto tres página 42 ), Las decisiones que se tomen con respecto a uno de los componentes afectará la acción que se tome en torno a los demás, por lo cual es importante escoger la combinación de elementos que se adapte mejor al medio ambiente.

Cuadro 2.3

Relación de los elementos de la mezcla comercial.



Fuente: Ryan, William T., Principios de Comercialización, Buenos Aires, Ed. El ateneo, 1974, p. 3.

#### 2.3.1.1. Producto

Como primer elemento de la mezcla comercial está el producto, el cual es definido como "un conjunto de utilidades consistentes en diversas características del producto con sus servicios concomitantes" (6). Ese conjunto de utilidades (es

decir, las satisfacciones físicas y psicológicas que el comprador recibe) lo proporciona el vendedor al dar en venta una determinada combinación de características del producto, con sus servicios correlativos.

Al igual que segmentamos los mercados, es necesario también dividir los productos en clasificación homogéneas. Primero se dividen todos los productos en dos clases: A. bienes de consumo y B. bienes industriales (7):

A. Los bienes de consumo son todos los productos --- destinados para el uso de últimos consumidores y hogares que - pueden ser utilizados sin procesar, su clasificación se hace - con base en los hábitos de compra del consumidor de la siguiente manera:

a. Bienes de conveniencia; el consumidor tiene conocimiento -- completo del producto en particular (o de un sustituto, que -- desea antes de comprar), el producto se compra con un mínimo - de esfuerzo. El consumidor está dispuesto a aceptar cualquier sustituto y comprará el más accesible. Este tipo de bienes -- tiene precio unitario bajo, son pequeños y la moda no los afecta, como por ejemplo, los adornos navideños o tarjetas de --- felicitación, dulces, etcétera.

b. Bienes de compra: son productos acerca de los cuales los -- clientes, en general, desean comparar calidad, precio y estilo en varias tiendas antes de efectuar la compra. Tiene mayor -- valor unitario y se adquiere con menos frecuencia que los bienes de conveniencia. Como por ejemplo, ropa de mujer, joyería zapatos, etcétera.

c. Bienes de especialidad; son aquellos que tienen características únicas y/o una marca identificada por los cuales un grupo de compradores está dispuesto a hacer un esfuerzo de compra especial, los compradores conocen bien los productos particulares que desean antes de comprarlos aceptando solo una marca, sin aceptar sustitutos, como por ejemplo, equipo fotográfico, automóviles, etcétera.

B. Los bienes industriales son aquellos destinados a producir otros bienes y servicios en comparación con los bienes destinados a ser vendidos a últimos consumidores, y se clasifican en cinco tipos:

a. Materias primas; son bienes industriales que se convierten en parte de otro producto físico y que no han sido procesadas, como por ejemplo, minerales, productos del bosque, etcétera.

b. Materiales de fabricación y accesorios; son bienes que se convierten en parte virtual del producto terminado, es decir, ya han sido procesados hasta cierto grado, como por ejemplo, algodón que se teje en tela, la harina que se convierte en pan, etcétera.

c. Instalaciones; son productos manufacturados, el equipo mayor de larga vida, de gran precio de un usuario industrial, como por ejemplo, generadores de una empresa, un edificio de fábrica etcétera.

d. Equipo complementario; se utiliza para ayudar en las operaciones de una empresa, no se convierte en parte actual del producto terminado, por ejemplo, equipo de oficina, cajas registra

doras, etcétera.

e. Suplementos de operación; son de vida corta y baratos, que en general, se compran con un mínimo de esfuerzo, no son parte del producto terminado, por ejemplo, aceite de lubricación, --- lápices, papel. etcétera.

Con el objeto de identificar los productos o servi -- cios de un vendedor y distinguirlos de la competencia, es necesaria la asignación de ciertas características como son la marca, siendo ésta un símbolo que da un nombre; un envase, que encierra el artículo y que no forma parte integral del mismo; un empaque, que guarda el artículo con o sin envase con el fin --- de facilitar su entrega al cliente; y por último, una etiqueta, que junto con las características anteriores permitirá, como ya se dijo, identificar el producto.

Desde el momento en que se concibe la idea de un producto, durante todo su desarrollo y hasta su lanzamiento al mercado, el producto pasa por varias etapas de gestación es decir, fases evolutivas que forman parte del desarrollo de productos.

Su vida inicia al salir al mercado, vive luego un período durante el cual se mercado crece con rapidez, después --- de cierto tiempo alcanza su madurez en el mercado. A partir -- de entonces, su mercado va declinando hasta que por último su vida termina; a esta serie de etapas se les conoce con el nombre de ciclo de vida de un producto. Específicamente cada una de estas cuatro etapas consisten en (8):

a. Etapa de lanzamiento; es de intensa promoción, de obtener -- distribución inicial y de eliminar dificultades y problemas al-

producto, de ser posible los canales se mantienen abastecidos con existencias suficientes del producto.

b. Etapa de crecimiento; la competencia aumenta a ritmo acelerado, por lo que la eficiencia en la fabricación y en la distribución es clave para el éxito comercial. Al principio, la venta personal se encamina a obtener nuevos cauces de venta y a mantenerlos debidamente abastecidos, pero a la larga ésta se intensifica.

c. Etapa de madurez; debido a la competencia, los precios se abaten y los gastos de comercialización se elevan. Las ventas siguen aumentando, pero a un ritmo decreciente, hasta que a la larga, se nivelan con la saturación del mercado. Por primera vez la oferta sobrepasa a la demanda.

d. Etapa de caída del mercado; se caracteriza por el progresivo desplazamiento del producto por alguna innovación más avanzada, o bien, por el cambio en la conducta de los consumidores. Las ventas decaen notoriamente, y el número de competidores se reduce, el precio se convierte en la principal arma competitiva.

#### 2.3.1.2. Precio.

El segundo elemento de la mezcla comercial lo constituye el precio, que es un determinante principal en la demanda de mercado de un producto; sin embargo, al tratar de definir que es el precio surgen problemas, debido a que no se conoce con precisión su significado, aunque el precio ha sido definido como "la cantidad de dinero (más, posiblemente algunos bienes)-

que se necesita para adquirir en intercambio una combinación de un producto y los servicios que lo acompañan" (9).

Cuando una empresa trata de poner un precio a un producto o servicio, es necesario saber cuáles son los objetivos - que desea alcanzar; las metas en la determinación de precios -- pueden ser cinco, las cuales son (10):

1. Lograr la tasa de retorno sobre la inversión o sobre las --- ventas netas, es decir, lograr un porcentaje de utilidad sobre- la inversión o sobre las ventas netas.
2. Estabilizar los precios; por lo general se emplea cuando --- existe un líder de precios, se usa cuando se pretende evitar -- las guerras de precios, con esto se pretende fijar una relación entre los precios del líder y de las demás empresas.
3. Mantener o mejorar la participación en el mercado; con el -- fin de saber si la empresa está obteniendo el porcentaje de ven- tas deseado.
4. Enfrentar o evitar la competencia; la competencia se base -- principalmente en los precios, por lo que cada empresa pone a - sus productos al mismo precio que sus competidores, un precio - inferior o bien un precio superior al de sus competidores.
5. Maximizar las utilidades; en este caso la meta principal es- obtener mayores utilidades sobre la producción total y no sobre cada producto unitario.

Una vez determinadas las metas para establecer el --- precio, es necesario tomar una serie de decisiones para la fijación del mismo, mejor conocidas como políticas de precios, éstas "configurar el marco general dentro del cual se toman decisiones encaminadas a alcanzar los objetivos perseguidos por la determinación de precios. Así pues, proporcionan las directrices por las cuales se formula y se lleva a la práctica la estrategia de precios" (11).

La estrategia o procedimiento para fijar precios a -- los productos varía según las condiciones de la competencia; en un extremo el caso de las "mercancías puras" (sin sustituto), - la fijación de precio es un factor incontrolable, y los precios del mercado están determinados por la oferta y la demanda del - bien o servicio en cuestión. En el extremo opuesto, donde existen monopolios, la fijación de precios es casi enteramente un - factor controlable, la empresa establece y conserva estables -- los precios. A pesar de esto no se ha determinado un procedi-- miento que sea aceptado por todas las compañías para determinar los precios base, el procedimiento que se tomará en cuenta consta de cinco pasos (12):

1. Estimación de la demanda para el producto; determinar si hay un precio que el mercado espera y, estimar el volumen de ventas de distintos precios.
2. Proyectar la reacción competitiva; la amenaza de la competencia es mayor cuando es fácil entrar en el campo y son buenos -- los proyectos de utilidades, la competencia puede ser de tres - tipos: cuando los productos son similares en forma directa, --- cuando existen sustitutos disponibles, o bien, cuando hay pro--

ductos no relacionados que buscan el mismo ingreso del consumidor.

3. Establecer la participación esperada en el mercado; determinar que participación en el mercado espera lograr la compañía, - estará influida por la capacidad de producción actual y por la facilidad de entradas competitivas.

4. Selección de estrategias de precios para alcanzar el mercado meta; enfocando la atención en dos alternativas completamente o puestas; la primera influye establecer un precio que está en la parte superior del nivel de precios, y la segunda se pone un -- precio bajo para alcanzar el mercado.

5. Considerar las políticas de la compañía en cuanto a productos, canales y promoción; se determina el precio con respecto - al producto en sí, al sistema de distribución y al programa de promoción.

#### 2.3.1.3. Promoción.

Como penúltimo elemento de la mezcla comercial se encuentra la promoción, que va a constituir "el esfuerzo desplegado por la compañía para estimular las ventas a base de dirigir - comunicaciones persuasivas a sus clientes" (13).

La comunicación persuasiva es aquella donde el comuni - cante prepara sus mensajes y elige los canales que ejercen un - efecto calculado sobre la actitud o comportamiento de un público específico.

Dentro de los modelos que se han desarrollado en esta comunicación el más estudiado en los últimos tiempos es el llamado sencillamente modelo de comunicación (cuadro dos punto cuatro, página 51 ).

Los cuatro elementos fundamentales del modelo, se explican de la siguiente manera:

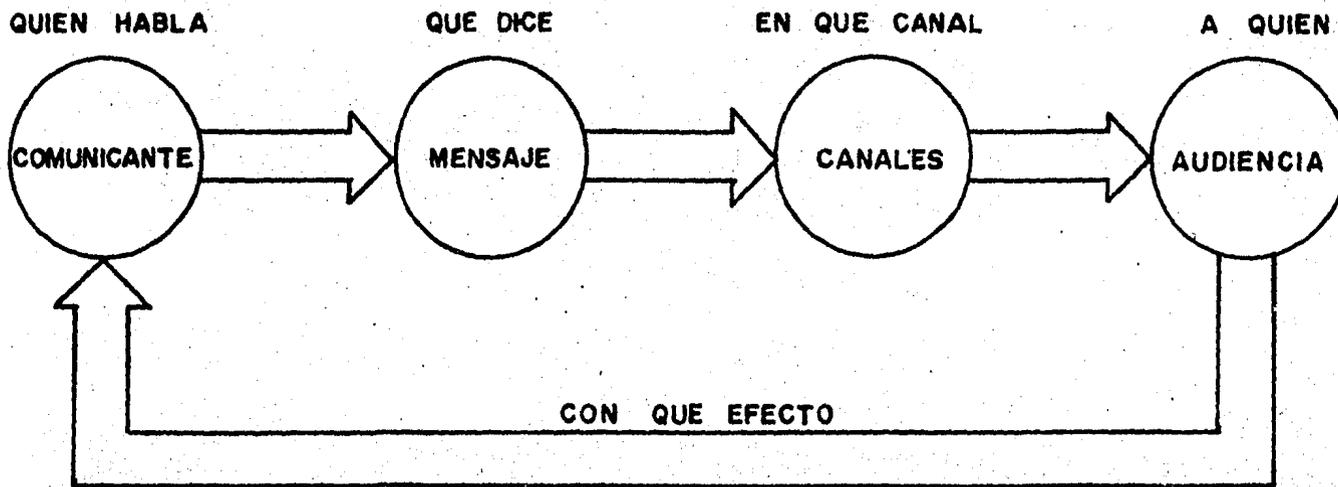
- Comunicante: la fuente o transmisor del mensaje.
- Mensaje : el conjunto de ideas que se transmiten o que son recibidas por el público.
- Canales : los medios por los cuales pueden transmitirse al público los mensajes.
- Público : el que recibe el mensaje, o al que va destinado.

Existen diferentes tipos de públicos ya que la comunicación puede dirigirse a un individuo, a un grupo o al público en general, se tiene que tomar en cuenta al grado de conocimiento de dicho público o a la compañía, además del interés que les inspire; los públicos difieren en sus características demográficas y psicológicas, por consecuencia se debe buscar rasgos que correlacionen las características mencionadas.

Una vez identificados los públicos hay que pensar --- en los canales para llegar a ellos, siendo éstos de dos tipos: los personales, que tienen un contacto directo con determinados individuos o grupos; y los impersonales, en donde los medios -- de comunicación pueden influir en el público.

Otro elemento es el mensaje, cuyo objetivo es servir de vehículo a la idea que se quiere inspire el producto, es de-

CUADRO 2.4  
MODELO DE COMUNICACION



FUENTE: KOTLER, PHILIP, DIRECCION DE MERCADOTECNIA, MEXICO, ED. DIANA  
(2ª EDICION), 1980, P. 774.

cir, es el medio por el cual el comunicante trata de hacer el producto interesante y deseable al comprador.

El comunicante influye en su público directamente - con la elección del mensaje y los canales; si inspira confianza o simpatía, el comunicante ejercerá una mayor influencia - sobre el público.

El modelo de comunicación contiene los elementos -- principales que requiere el esfuerzo del comunicante para hacer llegar un mensaje, del tipo que sea, a su público; el modelo de promoción presenta un conjunto de instrumentos persuasivos controlados por el comerciante, del que puede hechar -- mano el comunicante para transmitir sus mensajes. La promoción está constituida por los cuatro elementos siguientes --- (14):

1. Anuncios
2. Venta personal
3. Publicidad
4. Promoción de ventas.

La actividad de anunciar no es una actividad homogénea, es necesario utilizar diferentes medios como las revistas, periódicos, radio, televisión, espacios exteriores, --- correo, catálogos, directorios, etcétera.

Los anuncios se utilizan para afianzar el prestigio de la empresa, así como para acreditarla, asimismo algún producto o marca en particular, para dar a conocer una venta especial, etcétera. Entre las cualidades del anuncio está el - permitir repetir un mensaje muchas veces, así como el de compararlo con otros mensajes, divulga la importancia del produc

to mediante el uso competente de la imprenta, del sonido y el color.

La venta personal adquiere varias formas como las --- de visitar al consumidor por un representante de la firma, la asistencia de un empleado vendedor, etcétera. Entre sus características esenciales (15) está el que se requiere una relación física inmediata e interactiva entre dos o más personas; se da margen para todo tipo de relaciones, desde la que requiere una venta corriente, es decir, puramente comercial hasta una amistad profunda; y por último, la venta personal hace que el comprador se sienta poco obligado después de haber escuchado la -- presentación de la venta.

En la publicidad, el público muchas veces presta --- atención a una empresa y sus productos por la noticia que impacta; representa un potencial de ventas traduciéndose en la pre--paración de reportajes de artículos diversos de la empresa. La publicidad debe poseer veracidad, espontaneidad y sensacionalismo.

En cuanto a la promoción de ventas, es una serie de - instrumentos dirigidos a los consumidores, como por ejemplo, -- muestras gratuitas del producto, ofertas de devolución de dinero, etc.; al comercio como son las concesiones de la mercancía--rebajas en compras, etc.; y la fuerza de ventas del fabricante--como bonificaciones, concursos de la fuerza de ventas, etcétera

#### 2.3.1.4. Plaza

La plaza como último elemento de la mezcla comercial,

se refiere a las actividades que proporcionan tiempo, ubicación y utilidades de posesión; los bienes y servicios deben estar -- en el lugar adecuado y en el momento oportuno, si se desea que el consumidor responda positivamente a la mezcla comercial.

Con este propósito deben establecerse las estrategias o procedimientos de distribución, es decir, seleccionar los --- canales de distribución que harán llegar el producto hasta el - consumidor final.

Los canales de distribución pueden variar en forma -- extensa: desde el más elemental -como el de productor al consumidor- hasta los más largos y completos -como el del productor- el consumidor pasando por una serie de intermediarios-, en el siguiente cuadro (cuadro dos punto cinco, página 55 ), se --- ilustran las alternativas de utilización más comunes en materia de canales, destacándose el hecho fundamental de que las diversas unidades estructurales de dichos canales, ejercen entre sí una relación jerárquica.

En el cuadro dos punto cinco, se observa que cada --- canal tiene distinto número de etapas. El canal de distribu -- ción de una sola etapa tiene un intercambio vendedor; en los -- mercados de consumo suele ser un comerciante al menudeo, en los mercados industriales un agente de ventas.

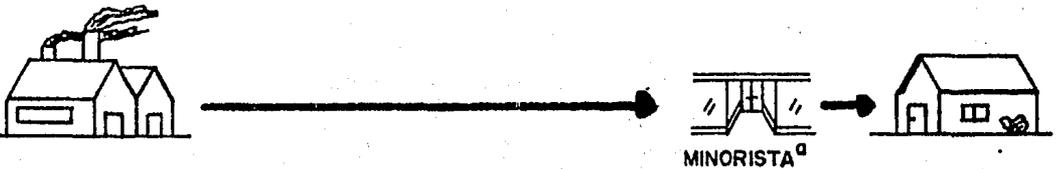
El canal de distribución que tiene dos etapas (es decir, dos intermediarios) casi siempre son un mayorista y un detallista o minorista. El canal de distribución de tres etapas cuenta con tres intermediarios donde generalmente actúa entre - mayoristas y minoristas un intermediarios. Existen canales de-

### CUADRO 2.5 CANALES DE DISTRIBUCION

CERO ETAPAS:



UNA ETAPA:



DOS ETAPAS:



TRES ETAPAS:



<sup>a</sup> COMERCIANTE, A VECES AGENTE CUYA FUNCION PRINCIPAL ES VENDER DIRECTAMENTE AL CONSUMIDOR ULTIMO.

<sup>b</sup> ORGANIZACION DE QUE COMPRA Y VENDE MERCANCIAS A TIENDAS DE MENUEDO, PERO NO VENDE CANTIDADES IMPORTANTES A LOS ULTIMOS CONSUMIDORES.

<sup>c</sup> EMPRESA CUYA ESPECIALIDAD ES REALIZAR OPERACIONES O PRESTAR SERVICIOS RELACIONADOS DIRECTAMENTE EN LA COMPRA O VENTA DE MERCANCIAS EN SU MOVIMIENTO DEL PRODUCTOR AL CONSUMIDOR.

FUENTE: ELABORACION PROPIA CON BASE EN KOTLER, PHILIP, DIRECCION: DE MERCADOTECNIA, MEXICO, ED. DIANA (2a EDICION), 1980, pp. 681 y 683.

más etapas y su número dependerá muchas veces del tipo de producto que se desea comercializar.

#### 2.4. Tipos de comercialización.

En los puntos anteriores hemos visto que la comercialización a la que nos hemos referido está orientada a la venta de productos físicos, pero ésta sólo constituye uno de los cinco tipos de comercialización que existen, adoptando el punto de vista de Philip Kotler observamos la siguiente clasificación -- (16):

1. Comercialización de productos y servicios.
2. Comercialización de organizaciones.
3. Comercialización de personas.
4. Comercialización de lugares.
5. Comercialización de social.

##### 2.4.1. Comercialización de productos y servicios.

El primer tipo de comercialización es la de productos y servicios en donde el comerciante ofrece productos y servicios a cambio de dinero, vende a consumidores, productores, distribuidores y el gobierno, ya sea en el territorio nacional o bien --- en el extranjero. Dentro de esta clasificación podemos enmarcar los bienes durables (automóviles, prendas de vestir, equipo, --- herramientas, etc.), los bienes no durables (alimentos, artículos de limpieza, materias primas, etc.) y los servicios que son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen a la ven

ta, como servicios de reparación, alimentación y hospedaje, -- entretenimiento, profesionales, etcétera.

#### 2.4.2. Comercialización de organizaciones.

Como segundo tipo de comercialización está la de organizaciones que consiste en un conjunto de actividades para crear, mantener, o alterar las actitudes y conductas de los diversos públicos hacia la organización en general para estimular el cambio; tradicionalmente se le conoce a este tipo de -- comercialización como "relaciones públicas", siendo la Public-Relation New quien la define como "la función ejecutiva que -- valora las actitudes del público, identifica las normas y procedimientos de un individuo u organización con el interés público, y planea y ejecuta un programa de acción para granjearse el entendimiento y aceptación del público" (17).

Para llevar a cabo esta función es necesario el conocimiento de las necesidades, deseos y psicología del público; tener habilidad en la comunicación y competencia para diseñar y ejecutar programas destinados a influir en el público. Para ejemplificar este tipo de comercialización se puede citar los hospitales, que son organizaciones de negocios que producen -- servicios relacionados con la salud humana, además de que pueden ser de carácter lucrativo o no lucrativo.

#### 2.4.3. Comercialización de personas.

La comercialización de personas son todas aquellas -

actividades desarrolladas para crear, conservar o modificar --- actitudes y conducta hacia un individuo, la persona encargada - de llevarla a cabo debe ser especialmente hábil y preparada para crear en la mente del público una imagen prestigiosa de una personalidad. Para ejemplificar más este tipo de comercialización mencionaremos el caso de un candidato de un partido político que busca un cargo o nombramiento en la política del país.

#### 2.4.4. Comercialización de lugares.

La comercialización de lugares consiste en aquellas - actividades desarrolladas para crear, mantener o modificar las actitudes y comportamiento de las personas hacia los lugares. - A manera de ejemplo, está el desarrollar actividades que tienen por objeto atraer a los vacacionistas a lugares de diversión, - ciudades, estados y hasta naciones enteras; estas acciones son desarrolladas por agentes de viajes, hoteles, etcétera.

#### 2.4.5. Comercialización social.

La comercialización social comprende actividades ---- desarrolladas para crear, mantener o modificar las actitudes -- y el comportamiento hacia una idea o causa, independientemente de la organización o persona que la patrocina.

Philip Kotler la define como "la elaboración, ejecución y control de los programas encaminados a influir en la --- aceptabilidad de las ideas sociales, y que requiere consideraciones sobre la planeación del producto, su precio, su comunica

ción, su distribución y su investigación de mercado" (18).

Otra definición nos dice que "es un intercambio de valores no necesariamente físicos y económicos, sino valores que pueden ser sociales, morales o políticos" (19). "En su operación es más compleja pues trata de intangibles en la mayoría de las ocasiones, en la mayoría de los casos se evaluación y control son a muy largo plazo" (20).

Comercialización social para Javier Cervantes es "aquella rama de la ciencia que se ocupa del uso de técnicas y conceptos de mercadotecnia para promover causas sociales; debe usar modernas técnicas de comunicación para vender si no productos, cuando menos ideas o comportamientos que vayan a mejorar la situación de la población en su conjunto" (21).

Con base en las anteriores definiciones se puede decir que el punto principal de la comercialización social es una transacción de valores en el cual el oferente tiene por lo general un bien no físico que ofrece a su mercado en la forma de un paquete de utilidad o de valor, y el demandante tiene dinero o bien la disposición potencial de dedicar tiempo y esfuerzo para que se complete el proceso de intercambio; el precio de la transacción está dado por el valor del tiempo o por el beneficio no recibido de destinar este tiempo y/o recursos a otra actividad.

Los aspectos esenciales de la comercialización presentados en este capítulo sirven de base al análisis del problema alimentario en nuestro país a tratarse en el siguiente capítulo.

## Citas del capítulo 2

- (1) Aguilar Alvarez de Alba, Alfonso, Elementos de la Mercado -  
tecnia, México, CECSA, 1981, p. 13.
- (2) Ryan, William T., Principios de Comercialización, Buenos --  
Aires, Ed. El. Ateneo, 1974, p. 1.
- (3) Kotler, Philip, Dirección de Mercadotecnia, México, Ed. --  
Diana (2a. edición), 1980, p. 30.
- (4) Stanton, William J., Fundamentos de Marketing, México, Ed. -  
Mc Graw Hill (2a. edición en español), 1980, p. 78.
- (5) Kotler, Philip, op. cit., p. 221.
- (6) Citado por Still, Richard R. y Cundiff, Edward, Fundamen --  
tos esenciales de Mercadotecnia, México, Ed. Herrero (2a. -  
edición), 1975, p. 153.
- (7) Stanton, William J., op. cit., p. 146.
- (8) Véase a Still, Richard R. y Cundiff, Edward W., op. cit., -  
p. 161-165.
- (9) Stanton, William J., op. cit., p. 263.
- (10) Ibid.
- (11) Still, Richard R. y Cundiff, Edward W., op. cit., p. 230.
- (12) Stanton, William J., op. cit., p. 267.
- (13) Kotler, Philip, op. cit., p. 816.
- (14) Ibid., p. 798.
- (15) Ibid., p. 800.
- (16) Ibid., p. 1 061.
- (17) Citado por Kotler, Philip, op. cit., p. 1 065.
- (18) Ibid., p. 1 075.
- (19) Nagli Namakforoosh, Mohammad e Ibarreche Suárez, Santiago,  
Mercadotecnia Social, México, Ed. Limusa, 1983, p. 27.

(20) Ibid., p. 33.

(21) Cervantes Aldana, Javier, "La Mercadotecnia Social: usos y aplicaciones en México, en, Contaduría y Administración -- no. 120, México, FCA - UNAM, 1982, p. 30.

### Capítulo 3

#### La alimentación en México

### Capítulo 3

#### La alimentación en México

En el capítulo anterior se analizaron las generalidades acerca de la comercialización, que involucra actividades -- tanto de distribución, promoción, fijación de precio y diseño -- del producto que sirva al análisis del problema alimentario -- en nuestro país a tratarse en este capítulo.

Primero se menciona en forma breve los antecedentes de la alimentación en México así como los factores que afectan a ésta, después analizamos la situación alimentaria y nutricional en que se encuentra tanto la población rural como la urbana para lo cual utilizamos algunas estadísticas. Dadas las -- limitaciones de la investigación a continuación presentamos -- un panorama general partiendo del concepto de nutrición y cuáles son los nutrientes que requiere el organismo humano para -- encontrarse en las mejores condiciones posibles\*

Una vez establecidos estos conceptos, se presenta -- un análisis de la situación a este respecto que prevalece en -- la población con el objeto de hacer una comparación entre la --

---

\* Más adelante se explica este concepto.

población rural y la urbana, asimismo tomando en cuenta este -- panorama se presenta lo que llamamos un mínimo alimentario, es- decir, la cantidad de alimentos que debe consumir un individuo -- diariamente.

### 3.1. Antecedentes de la alimentación en México.

Históricamente en nuestro país la alimentación de -- las mayorías ha sido deficiente puesto que ha predominado el -- consumo de maíz, frijol, chile y jitomate principalmente.

La alimentación indígena prehispánica era diversifi- cada tanto en productos animales como vegetales. Los animales- que se consumían eran en su mayor parte producto de la caza -- (como el venado, el gamo y el pecarí) así como animales domes- ticados (el guajolote y el perro), por otro lado destaca el con- sumo de alimentos tanto del mar, como de los ríos puesto que -- "se sabe del consumo de lisas, robalos, sardinas y lenguados, - sierra, mojarras, pulpos y mantarrayas" (1) asimismo el manatí- y la tortuga.

Dentro de los productos vegetales destaca principal- mente el maíz, el frijol y la calabaza, teniendo una importan- cia especial el consumo de chile, jitomate y tomate verde; ---- los frutos consumidos eran "el zapote blanco, el nanche, la --- ciruela, la guayaba, el cosahuico, el zapote negro, los capuli- nes, la piña, la chirimoya y el mamey" (2).

Como consecuencia de la conquista, la diversifica --

ción alimenticia existente en los indígenas desapareció, ya que los españoles consiguieron que aquéllos abandonaran gran parte de sus costumbres alimentarias puesto que se les prohibió el consumo de algunos alimentos principalmente los de origen animal como la carne, leche y huevos, destinados al consumo de criollo y españoles, originando que la alimentación de los indígenas se basara en el consumo de maíz, frijol, chile y jitomate.

Después de tres siglos de coloniaje, nuestro país se independizó de España; pero la situación alimentaria de los indígenas y mestizos, en medio de continuas luchas intestinas, no cambio, su alimentación siguió siendo la misma. Con la revolución de 1910, la situación alimentaria no mejoró puesto que la producción agropecuaria no era suficiente y por lo tanto no alcanzaba a satisfacer las necesidades de la población.

Posteriormente, nuestro país entró en un proceso de industrialización que se dió entre la primera y segunda guerra mundiales; en este período al prosperar las industrias se origina una gran demanda de mano de obra, es por ello que la población del campo emigra a las ciudades desarrollándose en gran medida el sector comercial que ocasiona que la alimentación de gran parte de la población sea más diversificada, lo que hace que escoja sus alimentos pero de una forma errónea provocando múltiples alteraciones en la alimentación lo que prevalece hasta nuestros días.

Estas alteraciones están relacionadas con una serie de factores que son consecuencia de la industrialización en nuestro país en los últimos años; entre los factores que destacan encontramos la inequitativa distribución del

del ingreso, la inflación, un defectuoso aparato comercial -- y de distribución y la publicidad entre otros no menos importantes, punto que trataremos a continuación.

### 3.2. Factores que influyen en la alimentación.

Entre los factores generales que influyen en la --- alimentación destacan los siguientes.

- Distribución del ingreso.
- La inflación.
- El aparato comercial y de distribución de alimentos.
- La industria alimentaria.
- La publicidad.

#### 3.2.1. Distribución del ingreso.

La inequitativa distribución del ingreso afecta la alimentación de gran parte de la población en nuestro país ya que trae consigo efectos negativos tales como un deterioro -- en el consumo de alimentos puesto que la gente sacrifica la - calidad de éstos para cubrir otros gastos tales como renta de vivienda, transporte, vestido, calzado.

Para analizar la distribución del ingreso en nues - tro país, es necesario conocer las categorías macroeconómicas que permitan manejar grandes agregados referentes a la economía en su conjunto como el consumo, el ahorro, la inversión - que finalmente nos llevará a conocer cómo se distribuye lo --

lo producido para lo cual nos auxiliamos de la contabilidad nacional que es una técnica que indica el monto de las actividades, operaciones y flujos de la economía nacional.

En el análisis de los componentes macroeconómicos se toma en cuenta el proceso económico en forma global encontrando así un flujo real donde se mueven las mercancías y servicios y un flujo monetario; este proceso económico esta formado por varios elementos tales como un mercado de productos terminados, un mercado de factores productivos (de trabajo, capital y dirección), un sector de producción (representado por todas las empresas productivas del sistema) y un sector de consumo (familias).

La producción nacional es el resultado final del flujo real de mercancías y servicios y el flujo monetario de origen al ingreso de los diferentes factores del proceso productivo, al final del período que se estudia, el ingreso nacional es igual a la producción nacional.

La producción nacional es igual al ingreso nacional, por lo que la mala distribución de éste es una situación que se traduce en bajas condiciones de vida para amplios sectores de la población que tiene acceso a menor cantidad de productos, lo cual se demuestra mediante el análisis estadístico de datos referentes a este problema en los últimos años.

En el estudio de la distribución del ingreso se divide a la población por deciles, es decir, se forman 10 grupos - cada uno de los cuales representa el 10% de la población total donde el decil I representa al 10% de la población con ingreso

más bajos, en tanto que el decil X, está formado con el 10% -- de la población con más altos ingresos, a éste se le ha divi - dido en dos partes, cada una de las cuales representa el 5% -- de la población con mayores recursos (Véase cuadro tres punto - uno, página 69 ).

De acuerdo con los datos del cuadro tres punto uno, - en 1950 el 10% de las familias con menos recursos sólo el --- 2.43% del ingreso total del país, esta participación se redu - jo a 2.32% en 1958, al 1.69% en 1963, al 1.21% en 1968 en ---- 1970 se incrementó un poco a 1.42% pero en 1975 tuvo un decre - mento muy marcado, pues sólo recibieron el 0.35% es decir, ni - siquiera el 1%, esta situación mejoró un poco para 1977 donde - recibieron el 1.08% del total del ingreso nacional.

Si consideramos el 40% de la población con menores - ingresos, encontramos que su participación ha disminuido pues - representa en 1950 el 13.07% del total del ingreso percibido - y en 1977 sólo el 10.94%. Considerando el 50% de las familias con bajos recursos su participación en 1977 (16.67%) es menor - que en 1950 (18%).

Por otra parte, el 10% de familias que recibe mayo - res ingresos ha disminuido relativamente su participación --- puesto que en 1950 recibía el 45.48% y en 1977 el 30%. Toman - do en cuenta esto, los estratos medios han incrementado su -- participación en el ingreso nacional, lo que es más notable -- en el sexenio de Luis Echeverría durante el cual hubo una --- redistribución del ingreso pero en favor de dichos estratos.

De acuerdo a la Secretaría de Programación y Presu - puesto (SPP), los datos presentados confirman el grave proble -

Cuadro 3.1.  
Distribución del ingreso en México  
(Porcentajes del ingreso percibido por las familias)

Deciles <sup>1</sup>	1950	1958	1963	1968	1970	1975	1977
I	2.43	2.32	1.67	1.21	1.42	0.35	1.08
II	3.17	3.21	1.97	2.21	2.34	1.39	2.21
III	3.18	4.06	3.42	3.04	3.49	2.50	3.23
IV	4.29	4.90	3.42	4.23	4.54	3.54	4.42
V	4.93	6.02	5.14	5.07	5.46	4.96	5.73
VI	5.96	7.49	6.08	6.46	8.24	6.57	7.15
VII	7.04	8.29	7.45	8.28	8.24	8.52	9.11
VIII	9.63	10.73	12.38	11.39	10.44	11.51	11.98
IX	13.89	17.20	16.45	16.06	16.61	16.84	17.09
X a	10.38	10.24	13.04	14.90	11.52		12.54
X b	35.10	25.46	28.56	27.15	27.60	43.40	25.45
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

1 Número de familias de cada decil (10% de las familias totales): 1950, 449, 997; 1958, 640, 538; 1963, 732, 964; 1968, 827, 765; 1970, 889, 175; 1975, 1 020 893; 1977, 1 1000 000

Fuente: Secretaría de Programación y Presupuesto, Escenarios económicos de México, 1981-1985, México, 1981, p. --- XXXIII, tomado de Trejo Reyes, Raúl, "Distribución del ingreso, empleo y precios relativos", en Comercio Exterior, vol. 32, núm. 10, México, Octubre de 1982, p. 1 104.

ma que significa la mala distribución del ingreso en nuestro país; en el cuadro tres punto dos, página 71 ), presentamos la situación que afrontan muchas familias por lo reducido de sus ingresos.

Del cuadro tres punto dos se deduce que el 10% de familias con menores ingresos en 1977, recibían salarios mensuales por 405.83 pesos, es decir, 13.53 pesos diarios por familia; el promedio de ingreso nacional para este año era de 4 623.33 pesos mensuales y 154.11 pesos diarios, sin embargo, el 10% de familias con menores ingresos recibían apenas el 8.7% del promedio nacional de ingresos; el 5% de ingresos más altos recibía 54.3 veces lo que recibía el 10% de familias de menores ingresos.

El 70% de las familias recibían un ingreso inferior al promedio nacional siendo el 30% restante quien rebasaba el promedio de ingresos; esto en cierta forma explica que un alto porcentaje de mexicanos no alcanzan a satisfacer sus necesidades mínimas de alimentación.

En 1970 la población del país era de 49.8 millones de habitantes, de los cuales "10 millones no comían carne; 11.2 millones, no comían huevo; 18.4 millones no tomaban leche 33.9 millones no comían pescado y 11.3 millones de personas no comían pan de trigo" (3).

De acuerdo a los últimos estudios realizados, para 1980 la situación no había mejorado; con motivo del Día Mundial de la Alimentación se llevó a cabo el Foro Nacional de Alimentación y Nutrición donde el Instituto Nacional del Consumidor (INCO) presentó un paquete de sugerencias en torno a es-

Cuadro 3.2  
Ingreso corriente monetario, semestral, mensual  
y diario por deciles de hogares en -  
México en 1977.

Ingreso corriente monetario por  
hogar.

Deciles	Semestral	Mensual	Diario
Total	27 740	4 623.33	154.11
I	2 435	405.83	13.53
II	5 664	944.00	31.50
III	8 587	1 431.16	47.70
IV	12 027	2 004.50	66.81
V	16 157	2 692.83	89.76
VI	20 470	3 411.66	113.72
VII	26 388	4 398.00	146.60
VIII	34 673	5 788.83	192.62
IX	49 223	8 203.83	273.46
X	101 770	16 961.66	565.39
X A	70 720	11 786.66	392.88
X B	132 821	22 136.83	737.90

Fuente: Secretaría de Programación y Presupuesto, Coordinación del Sistema Nacional de información, Encuesta de Ingresos y -- Gastos Familiares, 1977, tomado de Méndez Morales, J. Silvestre, Problemas y política económicos de México II. México, Ed. Interamericana, 1982, p. 268.

te problema. Este paquete, que es resultado de un análisis -- realizado por especialistas, reveló que las familias de meno - res ingresos mensuales redujeron sustancialmente su consumo -- inclusive de alimentos básicos.

El sondeo del INCO demostró que en las familias de - medianos ingresos -de 5 a 10 salarios mínimos (4)- hubo una -- sensible disminución en el consumo de pescado y en menor grado de carne, refrescos, productos de harina y frutas. "En el --- caso de la población de elevados ingresos -de 20 salarios --- mínimos mensuales en adelante- su consumo de alimentos prácti- camente novarió. Sin embargo registraron ligeras reducciones- en sus consumos de carne, pescado, mariscos y refrescos" (5)

En este foro se dijo que el "consumo anual de alimen- tos en 1980 fue de 514 kilogramos por habitantes ... las perso- nas de más bajos ingresos consumieron 250 kilogramos mientras- que las de ingresos más altos consumieron 800 kilogramos por - persona" (6); según el INCO, en "los últimos meses las fami -- lias de ingresos más bajos -inferiores a dos salarios mínimos- mensuales-, experimentaron una sustancial disminución en el -- consumo de prácticamente todos los alimentos, a excepción de - frijol, huevo, tortilla" (7).

De las familias de ese estrato, el 11.4% suprimió -- el consumo de carne; el 7.5% eliminó los lácteos; el 6.7%, el- pescado; el 4.4% los refrescos; y el 3.3% las frutas y verdu- ras, registrándose en ese año un rápido proceso de sustitu --- ción de alimentos, es decir, aceite por manteca, leche por --- café o té, pan (bolillo) por tortilla, arroz por sopa de pasta azúcar refinada por tipo morena o piloncillo, verduras por --- frijol y carne por huevo, pastas, frijol, o en su defecto ---- verduras.

Tomando en cuenta estas consideraciones, sólo el -- 10% de los 74 millones de mexicanos como bien, en tanto que - un 16% su alimentación es demasiado "pobre" puesto que consis- te en tortillas, frijoles y chile y el 30% restante es "regu- lar" (8).

Los datos antes presentados nos dan una idea clara- de la manera tan decisiva de la repercusión de la mala distri- bución del ingreso en la alimentación en nuestro país, lo --- cual aunado a la inflación, que explicamos en el siguiente -- punto, agrava aún más la situación.

### 3.2.2. Inflación.

Otros de los factores que afectan la alimentación - de los individuos, en la mayoría de las veces deteriorándola, es la inflación puesto que algunas de sus principales conse- cuencias son el alza de precios y la pérdida del poder adqui- sitivo de la moneda ocasionando una disminución en el consumo de los alimentos, la sustitución de unos por otros de menor - calidad o en el peor de los casos, suprimir gran parte de --- ellos.

Como primer paso es conveniente señalar que la --- inflación es un "desequilibrio, que puede ser entendido desde dos puntos de vista: el de la producción y el de la circula - ción" (9). Desde el punto de vista de la producción, hay un- desequilibrio entre la oferta y la demanda de bienes y servi- cios, es decir, hay un exceso de demanda o una insuficiencia- de oferta.

El segundo punto de vista, es el de la circulación - donde también hay un desequilibrio, o sea, un exceso de circulante en relación con la producción; con esto queremos decir - que hay más dinero del que se necesita para que la gente tiene más dinero, tiene mayor poder adquisitivo; se incrementa entonces la demanda global y esto a su vez produce aumento de precios.

Este desequilibrio es provocado por causas diferentes tanto a nivel interno como a nivel externo, entre las ---- que podemos citar como internas (10):

1. Una producción agropecuaria insuficiente donde la agricultura de temporal que era la que producía básicamente para el mercado interno fue abandonada por el Estado que ha apoyado a la agricultura comercial con el objeto de producir para exportar incrementándose las importaciones de productos agropecuarios básicos.
2. La excesiva emisión de circulante con el objeto de financiar el gasto público ya que el Estado no cuenta con un sistema impositivo adecuado a sus necesidades.
3. El excesivo afán de lucro de los fabricantes de los productos manufacturados.
4. Los comerciantes que tratan de elevar sus ganancias aumentando los precios de los productos.
5. La espiral precios-salarios, es decir, si los precios se --

van, se demandan incrementos de salarios, y éstos provocan nuevos aumentos en los precios.

6. La especulación y acaparamiento, donde el término especulación se refiere a la inversión de los empresarios en actividades que dejan mayores ganancias; y el acaparamiento -- de artículos sobre todo de primera necesidad que incrementa los precios por el afán de lucro tanto de comerciantes -- como de productores.
7. El crédito e intereses, puesto que la gente decide tener -- su dinero en el banco si le garantiza una alta tasa de --- interés y al mismo tiempo el banco debe prestar a una tasa mayor a los inversionistas para poder pagar el interés de los ahorradores.
8. La devaluación de la moneda que representa una desvalorización de la misma disminuyendo su poder adquisitivo.

Por otro lado, hay causas que provocan también --- inflación, pero éstas son a nivel externo, entre las principales encontramos (11):

1. El incremento de precios de artículos importados, es decir si los precios de estos artículos son superiores al índice nacional de precios provocará inflación.
2. La influencia de capitales externos a través de endeudamiento y de inversión directa, o sea que, los préstamos no -- siempre se aplican en forma productiva y la inversión --- extranjera no se destina muchas veces a actividades productivas, es decir, existe mucho dinero en circulación y fal-

ta producción en relación a este circulante.

3. Un exceso de exportaciones que origina una insatisfacción en el mercado interno.

Como habíamos mencionado, la inflación conduce necesariamente al incremento de precios y por lo tanto aquélla será medida a través de índices de precios que son "un valor relativo que expresa en términos porcentuales los cambios en el nivel de precios y en el costo de la vida" (12).

Primero se selecciona un año base a partir del cual se miden los cambios, posteriormente se seleccionan los artículos que se van a considerar así como las cantidades reales vendidas durante los años que se desean comparar.

En este caso el año base ha sido 1954, a partir del -- cual hasta 1975 el índice ha sido de 290.9% es decir, los precios se han triplicado; hay autores como los economistas del Banco ---- Nacional de México que basado en informes del Banco de México afir ma que desde hace 25 años los precios de las mercancías y servi -- cios han crecido casi siete veces (13).

Los economistas del Banco de Comercio nos dicen que de 1956 a 1972, el promedio anual de incremento de precios fue de --- 4.3%. Partir de 1973 los precios se desbordaron, según el Banco - de México los aumentos anuales de precios en relación al año ante- rior fueron:

Para 1973 el 15.72%; en 1974 en 21.87%; para 1975 del 10.52% y ---

para 1976 el 22.27%, es decir, en estos cuatro años los precios rebasaron el 10% llegando en 1974 y 1976 a superar el 20%, lo cual se considera un alto índice inflacionario (14).

De acuerdo a la Secretaría de Programación y Presupuesto, para 1977 el índice inflacionario fue de 29.1%, en 1978 el promedio anual de índice de precios al consumidor fue de 17.5% superior al de 1977. Para 1979 según el Banco de México, el índice de precios al consumidor fue de 20% y hasta mayo de 1980, el índice fue de 13.2%.

Para 1982 la situación es sumamente grave puesto que los precios de diversos artículos se elevaron a diferentes ritmos, "destacando el aumento en los precios de productos cárnicos y lácteos (96%), envasados de frutas y legumbres (119%), molienda de trigo y sus productos (126%), azúcar y derivados (122%) y aceites y grasas vegetales comestibles (110%)" (15).

Ya descrita la inflación como factor determinante en la alimentación así como una de sus principales consecuencias como es el aumento de precios, es necesario mencionar que si los precios se elevan más que los salarios ello se traduce en pérdida del poder adquisitivo de la moneda, es decir, una disminución del salario real lo que permite un menor consumo de alimentos.

La pérdida del poder adquisitivo de la moneda implica que, lo que antes del aumento salarial comprábamos con cierta cantidad ahora lo compramos con una cantidad mayor, por ejemplo, lo que en 1971 obteníamos con 55 centavos, en agosto de 1976, lo comprábamos con 85 centavos.

Otras consecuencias (que también son consideradas -- como causas) de la inflación que afectan a la alimentación es la inversión canalizada en los últimos años a la producción -- de artículos suntuarios destacándose un descenso en la produ -- cción de bienes necesarios (como los alimentarios); debido a -- esto el Estado se ve obligado a incrementar su inversión para -- satisfacer las necesidades de la población mediante el endeuda -- miento externo y el incremento de la emisión de moneda.

Como consecuencia del incremento de inversiones en -- producción de artículos suntuarios y en inversiones especulati -- vas (que dejan mayores ganancias), se genera un encarecimiento de artículos de primera necesidad. Durante el primer semestre de 1979 los precios de los productos básicos se dispararon, -- los precios del pescado y los mariscos se elevaron en un 36% -- en relación a 1978, la leche subió su precio en un 23.8%, las -- hortalizas y legumbres, 29.4%, pan y tortilla, 18.4%, carne -- 13% y fruta, 14.6%.

Este incremento de precios ocasionado por el encare -- cimiento de productos tiene relación con el aparato comercial -- y de distribución porque es ahí donde muchas veces se origina -- el problema del acaparamiento; es por ello que en el siguiente -- punto trataremos de explicar la manera en que influye en la -- alimentación dicho aparato y su relación con varias causas que -- provocan la inflación.

### 2.2.3. Aparato comercial y de distribución.

Otro de los factores que influye en la alimentación -- es el aparato comercial y de distribución de alimentos que -- puede considerarse como una causa interna de la inflación ---

puesto que el excesivo afán de lucro de productores y comerciantes origina un alza de precios.

"Este aparato se caracteriza por la existencia de una densa red de intermediarios y transportistas que se apropian de una importante porción del valor final de los productos, deprimiendo los precios que obtienen los productores primarios y aumentándolos para los consumidores" (16).

Por otro lado, existen deficiencias en la infraestructura y los servicios para la adecuada recepción, acondicionamiento, almacenamiento, transportación y distribución de alimentos.

La infraestructura para el acopio (o reunión) y almacenamiento, es decir, los caminos, los ferrocarriles y otros servicios de transportes de alimentos se encuentran concentrados en las zonas de agricultura de riego y buen temporal y en los grandes centros urbanos.

En las áreas de temporal, el intermediario juega con frecuencia un papel múltiple, o sea, financia la cosecha, promueve insumos, renta maquinaria, vende o apoya la compra de productos de consumo básico y adquiere, almacena y transporta la producción; con esto ejerce el control y obtiene ganancias tanto en el mercado de productores como de consumidores.

Los acopiadores privados captan productos que les reportan mayores márgenes de utilidad dando preferencia a productos perecederos; en cuanto al almacenamiento de productos existe insuficiencia y mala distribución en el territorio nacional, pues no hay centros especializados para el manejo eficiente y rápido de los constantes volúmenes de importación de granos (debida a la caída de la producción interna). Por esta ineficiencia existe la pérdida de grandes volúmenes de productos generando una disminución en la calidad de los alimentos.

La dispersión de la población en gran cantidad de pequeñas localidades y a la vez su excesiva concentración en los grandes centros urbanos plantea grandes dificultades en los sistemas de transporte y distribución, puesto que "alrededor de 7 millones de personas asentadas en localidades dispersas no tienen vías de comunicación terrestres permanentes" -- (17).

En las últimas décadas, las carreteras han tenido un mayor desarrollo frente al transporte ferroviario y fluvial, por lo que un volumen muy amplio de alimentos es transportado por carretera.

Por otro lado, la distribución de alimentos hacia los mercados consumidores se caracteriza, como habíamos dicho por una excesiva intermediación y por grandes márgenes de utilidad de los comerciantes.

La actividad comercial ha tenido un fuerte incremento en cuanto a eficiencia y modernización se refiere, fundamentalmente en el medio urbano a partir de grandes establecimientos y cadenas comerciales contra las cuales difícilmente puede competir el pequeño comercio; estas cadenas comerciales atienden a los grupos de más altos ingresos con los precios más bajos del mercado por su volumen operativo.

No obstante, el pequeño comerciante juega un papel importante en el sector rural, en las pequeñas ciudades y en las zonas marginadas de los grandes centros urbanos, sin embargo, su dependencia de comerciantes mayoristas, el escaso volumen de sus operaciones y el alto costo del dinero hace que se eleven fuertemente sus gastos incrementando el precio de sus productos y a la población de más bajos ingresos le resulte más caro adquirirlos.

Las situaciones descritas muestran que el abasto de alimentos en México ha crecido en respuesta a las necesidades de la población pero propiciando una problemática causada principalmente por la mala organización tanto de productores, transportistas y comerciantes, que se manifiesta en el inadecuado manejo de los alimentos así como en el deterioro de la calidad de los mismos, en la centralización comercial en las grandes ciudades, la existencia de una excesiva intermediación así como el surgimiento de fenómenos de acaparamiento y especulación, todo ello provocando un alza en los precios de los alimentos.

Esta alza de precios aunada al consumo de productos

industrializados cada día prolifera más debido a la creación de numerosas industrias dedicadas a la producción de éstos causando un deterioro en la alimentación, por lo que en el siguiente punto explicaremos la influencia de estas empresas en los hábitos de consumo de la población.

#### 3.2.4. La industria alimentaria.

Actualmente se han expandido varias compañías industriales con una eficiente red de distribución que penetran cada vez más hasta las pequeñas comunidades, vendiendo productos -- atractivos por su sabor y presentación; refrescos, pastelillos, pastas, galletas, bebidas alcohólicas, etcétera.

Estas industrias son principalmente de origen extranjero; aproximadamente la industria alimentaria está conformada por 130 tipos de este ramo, de las cuales el 80% del total de ellas son de origen estadounidense (18); siguen en orden de importancia las empresas Alemanas, Británicas, Suizas, Canadienses, Japonesas, Francesas y Holandesas. En el cuadro tres punto tres, página 83 , se presenta la participación de las empresas extranjeras en la industria alimentaria de acuerdo a su tipo de producción.

La producción de estas empresas en su mayoría, es de tipo "suntuario", es decir, se trata de alimentos preferente -- mente consumidos por la población de ingresos más altos teniendo también un amplio mercado en la población de medios o bajos ingresos; el gasto que implica su compra significa para la --- población de bajos ingresos sacrificar el consumo de productos básicos y esenciales para una alimentación correcta (19).

Cuadro 3.3 Participación de las empresas - transnacionales en la industria en México 1977. (Porcentajes).	
Industria	%
Lechera y productos lácteos	100
Alimentos para niños.	100
Saborizantes.	95
Cereales.	95
Enlatados.	85
Chocolates.	75
Fuente: Elaboración propia con- base en Méndez Morales, J. Silvestre, <u>Problemas y política económicos - de México I.</u> México, Sistema de la - Universidad Abierta, -- UNAM, 1980, p. 345.	

Estas empresas controlan el procesamiento, la producción, la manufactura y la distribución de sus productos, lo cual prácticamente hace que la alimentación de los mexicanos esté en manos de estas empresas, imponiendo hábitos alimenticios de su país de origen, valiéndose principalmente y en --- medida de campañas publicitarias que hacen que el consumo de dichos productos se eleve.

### 3.2.5. Publicidad.

Debido al rápido crecimiento de los medios masivos-

de comunicación, tanto en el medio urbano como en el rural -- se ha incrementado el uso de aparatos electrónicos tales como el radio y la televisión siendo esta última, el medio idóneo para que las empresas transnacionales principalmente transmitan los mensajes referentes a los productos que desean vender ocasionando el consumo de productos derivados del azúcar y de las harinas refinadas, que combinados con saborizantes están deformando cada vez más la alimentación de la población de -- menores ingresos.

Tal es el caso del consumo de productos como son -- los refrescos y los pastelillos industrializados que de acuerdo a investigaciones realizadas por el Instituto Nacional del Consumidor se sabe que en 1978 se consumieron en el país --- 4 500 millones de litros de refrescos y sólo 100 millones de litros de leche (20), lo que da un promedio de consumo por -- habitante de 78.4 litros de refrescos (21).

En lo que se refiere a los pastelillos industrializados (Gansitos, Roles, Pingüinos, Submarinos, etc.) implicó en un solo mes (julio de 1980) un gasto de 16 millones de -- pesos de publicidad en televisión (22); de acuerdo con estimaciones para 1979, el consumo de estas golosinas entre los -- niños de hasta 14 años de edad fue de 6.7 kilos al año en promedio y de 156 piezas en promedio por niño. -

Lo anterior equivale a más de la mitad del consumo nacional de pescado (52.6%), más de la mitad del consumo nacional de carne de aves (55.7%), casi las dos terceras partes del consumo nacional de arroz (64.7%) y un poco más de la tercera parte del consumo nacional de huevo (34%) (23).

Las cifras dadas a conocer indican que lo anterior es uno de los saldos lamentables que ha dejado una mala ----- educación alimenticia aunada a una excesiva campaña pro-consumo de estos productos. Actualmente no son raras las familias que dan de desayunar a sus hijos refrescos con pastelillos u otras combinaciones semejantes, sin darse cuenta que lo único que -- están proporcionando es azúcar en distintas formas y a precio-alto.

Todos los factores anteriormente citados, de una --- u otra forma, se traducen en un detrimento en la alimentación- ocasionando problemas nutricionales en la mayor de la pobla -- ción, es por ello que en el siguiente punto presentamos cual -- es la situación a este respecto que impera en nuestro país.

### 3.3. Situación nutricional en México.

Con el objeto de conocer cual es la situación nutri- cional de la población en nuestro país es necesario conocer -- en principio algunos antecedentes históricos de la nutrición.

La alimentación ha sido una de las necesidades y -- preocupaciones fundamentales del hombre y uno de los factores- determinantes de la formación y progreso de las sociedades; -- los hombres primitivos dependían para su alimentación de la -- caza, de la pesca y la recolección de productos vegetales --- silvestres; vivían en forma nómada y organizados en pequeños-- grupos para poder efectuar más eficazmente esas actividades.

Posteriormente, el hombre se hace sedentario cuando aprende a domesticar animales y a cultivar plantas para la --- obtención de sus alimentos, éstos eran seleccionados con el --

propósito inicial de satisfacer el hambre que el individuo --- sentía fortaleciéndose dicha selección con el paso del tiempo --- sobre la base de la experiencia adquirida.

La importancia de la selección de alimentos ha sido reconocida ya como tal desde la época de Aristóteles, puesto --- que éste advertía que no todos los alimentos son adecuados --- para todas las personas; esta importancia estaba enfocada a --- aspectos negativos, es decir, a la posibilidad de enfermar por el consumo de ciertos alimentos, o al efecto perjudicial de algunos alimentos para individuos con determinadas enfermedades. En otras palabras, se concedió mucha importancia a la rela --- ción entre la alimentación y la enfermedad, prevaleciendo este concepto por muchos años e influyendo en forma decisiva en los hábitos alimenticios del individuo.

No ha sido sino hasta muy recientemente cuando se --- ha aceptado el concepto de la necesidad de una alimentación --- adecuada comenzando por identificar los distintos elementos --- que contienen los alimentos y las necesidades cuantitativas --- y cualitativas de éstos para el hombre en sus distintas etapas de vida, es decir, nace el concepto de nutrición, mismo que es el siguiente punto a tratar.

### 3.3.1. Concepto de nutrición.

Existen diferentes definiciones del concepto de nu--- trición, entre las cuales se cita la de Pedro Escudero (24) --- por ser una definición sencilla, clara y que se adecúa a los --- fines de la presente investigación, la cual dice textualmente:

"La nutrición es un conjunto de funciones armónicas y solidarias entre sí, que tiene por objeto mantener la integridad de la materia y conservar la vida".

Esta definición de nutrición implica que el individuo tenga una vida plena, que sea activo, física, mental y -- biológicamente, manteniendo al organismo en las mejores condiciones posibles de vida.

En el estudio de la nutrición intervienen una serie de especialistas que buscan mejorar los hábitos alimentarios de las personas así como el efecto que tienen los alimentos en el organismo humano; sin embargo, dicho estudio no se limita exclusivamente al organismo humano como tal, puesto que se ocupa y toma en cuenta aspectos sociales, económicos, culturales y psicológicos relacionados con los alimentos y la -- alimentación con el objeto de conocer cuál es la situación -- nutricional de un individuo o de una población.

### 3.3.2. Nutrientes esenciales.

Como ya se dijo, el concepto de nutrición tiene un interés primordial; el mantener el organismo humano en las -- mejores condiciones posibles tanto física como mental y biológicamente; para ello el organismo humano necesita ingerir una gran variedad de elementos contenidos en los alimentos y que el organismo aprovecha transformándolos en sustancias químicas que posteriormente se hacen parte del cuerpo (25), es decir, lo que se conoce como "nutrientes esenciales".

La medida científica de los requerimientos humanos-

de alimentación es un desafío para quienes trabajan en esto, puesto que determinar cuáles son los alimentos más adecuados y esenciales así como la cantidad del o los nutrientes contenidos en dichos alimentos es tarea de científicos especializados, es por ello que trataremos sólo aspectos generales para una mejor comprensión de este problema.

Todas las personas tienen la necesidad de los mismos factores nutritivos durante su vida, pero en diversas cantidades, éstas dependen de la edad, el sexo y el tamaño del cuerpo (26).

Estos nutrientes pueden agruparse en cinco grandes rubros --- (27):

- A. Azúcares o carbohidratos;
- B. Lípidos o aceites y grasas;
- C. Proteínas;
- D. Vitaminas; y
- E. Sustancias inorgánicas.

La alimentación tiene que servir a numerosos propósitos fisiológicos, uno de ellos es mantener la actividad y el calor corporales; su contribución al mismo puede medirse con precisión en términos de una unidad de energía, la caloría.

Las fuentes donde se obtiene esa energía son los dos primeros grandes rubros, los carbohidratos y las grasas. Los carbohidratos son la base de la alimentación de casi todos -- los pueblos del mundo y están presentes en todos los cereales: trigo, arroz, maíz, avena, cebada y centeno, y en las -- tuberosas tropicales (papa, yuca, camote, etcétera).

Las grasas tienen un alto valor energético, pues ---

suministran dos veces y un cuarto más calorías que los carbohidratos; pueden obtenerse directamente de algunos alimentos de origen animal como son las carnes, leche, huevo, etc., así como otros de origen vegetal como son las nueces y semillas de muchas plantas (soya, cártamo, girasol, etcétera).

Los requerimientos de calorías están relacionados, aunque no son directamente proporcionales, con el peso del cuerpo; también influyen factores ambientales, es decir, se requiere menos alimentos de alto valor calórico para mantener la temperatura del cuerpo en climas cálidos que en los fríos; el trabajo intenso, así como los estados de embarazo y lactancia demandan más calorías.

Con base en lo anterior, presentamos en el cuadro tres punto cuatro, página 90, las necesidades calóricas diarias que necesita un individuo, propuestas por la Coordinación General del Plan Nacional de Zonas Deprimidas y Grupos Marginados (Coplamar) de acuerdo a las recomendaciones del Instituto Nacional de Nutrición (INN).

Después de la provisión de energía, otro destino importante que tienen los alimentos es la función plástica, es decir, la formación de los diversos tejidos y órganos que es desempeñada por el tercer rubro de nutrientes esenciales llamados proteínas.

Las proteínas están conformadas por elementos llamados moléculas que reciben el nombre de aminoácidos; cabe aclarar que no todas las proteínas contienen todos los aminoácidos existentes, en otras palabras, no hay una proteína ideal-

Cuadro 3.4  
Necesidades calóricas básicas diarias. 1981.

Edades (meses y años cumplidos)	Peso teórico (Kg) <sup>a</sup>	Energía (Kcal) <sup>b</sup>
Niños ambos sexos		
0 - 3 meses	4.515	542
4 - 11 meses	8.105	892
12 - 23 meses	10.600	1 000
2 - 3 años	13.900	1 250
4 - 6 años	18.200	1 500
7 - 10 años	26.200	2 000
Adolescentes masc.		
11 - 13 años	39.300	2 500
14 - 18 años	57.800	3 000
Adolescentes fem.		
11 - 18 años	53.300	2 300
Varón adulto.		
18 - 34 años	65.000	2 750
35 - 54 años	65.000	2 500
55 y más años	65.000	2 250
Mujeres.		
18 - 34 años	55.000	2 000
35 - 54 años	55.000	1 850
55 y más años	55.000	1 700
Embarazadas <sup>c</sup>		+ 200
Lactantes <sup>c</sup>		+ 1 000

a Pesos para la edad central del período en kilogramos

b Calorías

c Sin alterar las recomendaciones correspondientes, éstas se expresan como cantidades adicionales que habrá que agregar en su caso a las recomendaciones para las mujeres no embarazadas ni en estado de lactancia.

Fuente: Coplamar, Alimentación, Serie Necesidades esenciales de México, vol. 1, México, Ed. Siglo XXI (2a. edición), 1983, p. 54.

que ofrezca una combinación de aminoácidos en cantidades requeridas. No obstante, existen alimentos de mejor calidad en --- términos de su aporte protéico, estos serían los que contienen una mayor cantidad de proteína y una mayor concentración de -- aminoácidos.

Tomando en cuenta estas consideraciones, presentamos en el cuadro tres punto cinco, página 92 , las recomendaciones de proteínas que debe consumir un individuo diariamente pro--- puestas por Coplamar a partir de la recomendaciones dadas por el INN.

La mayoría de los alimentos contienen proteínas pero en proporción muy variable; así por ejemplo, los azúcares y -- las grasas no las contienen, los vegetales frescos son muy --- pobres en proteínas, en cambio los alimentos de origen animal-- contienen estos nutrientes esenciales en mayor cantidad: el -- queso, la leche, la carne, el huevo y por último las legumino-- sas en forma de semillas secas.

El cuarto rubro de nutrientes esenciales en la ali-- mentación lo constituyen las vitaminas, que son sustancias que se encuentran en los alimentos en cantidades sumamente peque-- ñas; actualmente se conocen 14 vitaminas, de las cuales sólo - mencionaremos cinco por ser las más importantes puesto que ---- representan un problema nutricional, es decir, no se consumen en las cantidades adecuadas y requeridas por el organismo huma-- no. Estas vitaminas son (28):

- a. Vitamina A o retinol;
- b. Tiamina;
- c. Rivo flavina;
- d. Niacina; y
- e. Acido ascórbico.

Cuadro 3.5  
Recomendaciones diarias de proteínas. 1981.

<u>Edades</u> (meses y años cumplidos)	<u>Peso teórico</u> (Kg) <sup>a</sup>	<u>Proteínas</u> (g) <sup>b</sup>
Niños ambos sexos		
0 - 3 meses	4.415	10
4 - 11 meses	8.105	20
12 - 13 meses	10.600	27
2 - 3 años	13.900	32
4 - 6 años	18.200	40
7 - 10 años	26.200	52
Adolescentes masc.		
11 - 13 años	39.300	60
14 - 18 años	57.800	75
Adolescentes fem.		
11 - 18 años	53.300	67
Varón adulto		
18 - 34 años	65.000	83
35 - 54 años	65.000	83
55 y más años	65.000	83
Mujeres		
18 - 34 años	55.000	71
35 - 54 años	55.000	71
55 y más años	55.000	71
Embarazadas <sup>c</sup>		+ 10
Lactantes <sup>c</sup>		+ 30

a Pesos para la edad central del período en kilogramos

b Gramos

c Sin alterar las recomendaciones correspondientes, éstas se expresan como cantidades adicionales que habrá que agregar en su caso a las recomendaciones para las mujeres no embarazadas ni en estado de lactancia.

Fuente: Coplamar, Alimentación, Serie Necesidades esenciales de México, vol. I, México, Ed. Siglo XXI (2a. edición), 1983, p. 54.

Las vitaminas las encontramos en una gran variedad de alimentos que a continuación presentamos (29):

Alimentos ricos en vitamina A: hígado, margarina, mantequilla, yema de huevo, crema de leche, queso, crema, zana -- horía.

Alimentos ricos en tiamina: carne de cerdo, frijoles, cacahuete, hígado, lenteja.

Alimentos rico en rivo flavina: hígado, riñones, carnes, leche, queso, huevo, habas.

Alimentos ricos en niacina: cacahuete, hígado, carnes rojas, -- frijoles.

Alimentos ricos en ácido ascórbico: mango verde, guayaba, fresa, naranja, piña, papaya, camote, rábano, melón, -- tomate, papas.

Mencionados los principales alimentos donde se encuentran estas vitaminas, es necesario conocer, como en los casos anteriores, cuáles son las cantidades que requiere el organismo humano en su alimentación; al igual que los rubros anteriores los requerimientos varían de acuerdo a la edad, -- sexo y peso del cuerpo, en el cuadro tres punto seis, página -- 94 , se presentan las recomendaciones que se deben consumir -- diariamente en las cinco vitaminas mencionadas; las propuestas son de Coplamar a partir de las recomendaciones dadas por el -- INN.

El último rubro de los nutrientes esenciales que necesita el organismo humano en su alimentación, lo constituyen las sustancias inorgánicas también llamadas minerales, encontrándose éstos en la alimentación común del individuo, sin -- embargo, hay minerales cuyo contenido en los alimentos puede -- ser escaso en relación con la cantidad que el organismo requiere, ellos son principalmente el calcio y el hierro.

**Cuadro 3.6**  
**Recomendaciones diarias de vitaminas. 1981.**

<b>Edades</b> <b>(meses y años cumplidos)</b>	<b>Peso teórico</b> <b>(kg)<sup>a</sup></b>	<b>Retinol</b> <b>(µgEq)<sup>b</sup></b>	<b>Tiamina</b> <b>(mg)<sup>c</sup></b>	<b>Riboflavina</b> <b>(mg)<sup>c</sup></b>	<b>Niacina</b> <b>(mgEq)<sup>d</sup></b>	<b>Acido Ascórbico</b> <b>(mg)<sup>e</sup></b>
<b>Niños ambos sexos</b>						
0 - 3 meses	4.515	500	0.3	0.3	5.0	40
4 - 11 meses	8.105	500	0.4	0.5	8.1	40
12 - 23 meses	10.600	500	0.6	0.8	11.0	40
2 - 3 años	13.900	500	0.6	0.8	11.0	40
4 - 6 años	18.200	500	0.8	0.9	13.5	40
7 - 10 años	26.200	500	1.1	1.3	18.9	40
<b>Adolescentes masc.</b>						
11 - 13 años	39.300	1 000	1.3	1.6	23.0	50
14 - 18 años	57.800	1 000	1.5	1.8	27.0	50
<b>Adolescentes fem.</b>						
11 - 18 años	53.300	1 000	1.2	1.4	20.7	50
<b>Varón adulto.</b>						
18 - 34 años	65.000	1 000	1.4	1.7	24.8	50
35 - 54 años	65.000	1 000	1.3	1.5	22.5	50
55 y más años	65.000	1 000	1.1	1.4	20.3	50
<b>Mujeres.</b>						
18 - 34 años	55.000	1 000	1.0	1.2	18.0	50
35 - 54 años	55.000	1 000	1.0	1.2	16.6	50
55 y más años	55.000	1 000	1.0	1.2	16.0	50
<b>Embarazadas<sup>e</sup></b>		+ 500	+ 0.2	+ 0.3	+ 3.0	+ 30
<b>Lactantes<sup>e</sup></b>		+ 500	+ 0.7	+ 0.7	+ 7.0	+ 30

**a** Pesos para la edad central del periodo en kilogramos.  
**b** Microgramos de equivalente  
**c** Miligramos

**d** Miligramo de equivalente  
**e** Sin alterar las recomendaciones correspondientes, éstas se expresan como cantidades adicionales que habrá que agregar en su caso a las recomendaciones para las mujeres no embarazadas ni en estado de lactancia.

**Fuente:** Copiamar, Alimentación, Serie Necesidades esenciales de México, vol. 1, México, Ed. Siglo XXI (2a. edición), 1983, p. 54.

El calcio lo podemos encontrar en los quesos, la leche, las tortillas de maíz procesadas por cal y el hierro en las carnes, puesto que son la mejor fuente siguiéndole las leguminosas.

En cuanto a la cantidad de estos minerales que necesita el organismo humano, las recomendaciones, al igual que los demás nutrientes esenciales, se dan con base en la edad, sexo y tamaño del cuerpo, mismas que presentamos en el cuadro tres punto siete, página 96, propuestas por Coplamar de acuerdo a las recomendaciones hechas por el INN.

De forma general hemos mencionado en que alimentos se encuentran estos nutrientes esenciales, ahora de manera específica citaremos en el apartado siguiente además de los alimentos donde están contenidos, la cantidad en que están presentes estos nutrientes esenciales, en otras palabras, el valor nutritivo de cada alimento.

### 3.3.3. Valor nutritivo de los alimentos

La posibilidad de un conocimiento más concreto del nivel en que se satisfacen los requerimientos de nutrientes esenciales, está planteada a partir del conocimiento de la calidad de cada alimento, o sea, cual es su valor nutritivo lo que permitirá afinar el cálculo del contenido nutricional de la alimentación de los individuos.

Los alimentos que mencionaremos son 86 y están listados conforme a la "Encuesta de Ingresos y Gastos Familiares en 1975" utilizada por Coplamar para elaborar el siguiente cuadro (Cuadro tres punto ocho, página 97) que contiene la porción comestible y contenido de nutrimentos en 100 gramos

Cuadro 3.7  
Recomendaciones diarias de minerales. 1981.

<u>Edades</u> (meses y años cumplidos)	<u>Peso teórico</u> (kg) <sup>a</sup>	<u>Calcio</u> (mg) <sup>b</sup>	<u>Hierro</u> (mg) <sup>b</sup>
<b>Niños de ambos sexos</b>			
0 - 3 meses	4.515	600	10
4 - 11 meses	8.105	600	15
12 - 23 meses	10.600	600	15
2 - 3 años	13.900	500	15
4 - 6 años	18.200	500	10
7 - 10 años	26.200	500	10
<b>Adolescentes masc.</b>			
11 - 13 años	39.300	700	18
14 - 18 años	57.800	700	18
<b>Adolescentes fem.</b>			
11 - 18 años	53.300	700	18
<b>Varón adulto</b>			
18 - 34 años	65.000	500	10
35 - 54 años	65.000	500	10
55 y más años	65.000	500	10
<b>Mujeres</b>			
18 - 34 años	55.000	500	18
35 - 54 años	55.000	500	18
54 y más años	55.000	500	10
Embarazadas <sup>c</sup>		+ 500	+ 7
Lactantes <sup>c</sup>		+ 500	+ 7

a Pesos para la edad central de período en kilogramos

b Miligramos

c Sin alterar las recomendaciones correspondientes, éstas se expresan como cantidades adicionales que habrá que agregar en su caso a las recomendaciones para las mujeres no embarazadas ni en estado de lactancia.

Fuente: Coplamar, Alimentación, Serie Necesidades esenciales de México, vol. 1, México, Ed. Siglo XXI (2a. edición), --- 1983, p. 54.

Cuadro 3.0

Porcentaje comestible y contenido de nutrimentos en 100 gramos de peso seco  
de los alimentos utilizados en la Encuesta de Ingresos y Gastos Familiares 1976.

Alimento	Porcentaje comestible %	Carbohidratos kcal	Proteínas g	Grasas mg	Vitamina A mg	Calcio mg	Hierro mg	Fibra mg	Ácido fólico mg	Vitamina B <sub>12</sub> µg
<b>LEGUMINOSAS</b>										
Milpa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Milpa en grano	0.92	199	6.9	195	2.3	0.36	0.97	1.8	0	1
Miso	1.0	189	6.4	88	1.7	0.17	0.99	6.0	0	0
Frijoles	1.0	124	5.9	198	2.9	0.17	0.90	0.9	0	1
Hojuelas de maíz	1.0	176	6.0	11	1.3	0.93	0.18	1.5	0	0
Otazo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Phaseo	1.0	296	10.7	79	1.7	0.83	0.18	1.3	0	0
<b>GRANOS</b>										
Trigo en grano	1.0	137	10.4	10	0.9	0.99	0.23	6.0	0	1
Maíz	1.0	128	8.9	17	1.9	0.16	0.90	1.0	0	0
Arroz	1.0	167	9.2	92	6.2	0.30	0.90	1.0	0	0
Hojuelas de trigo	1.0	137	10.4	10	0.9	0.99	0.23	6.0	0	1
Chico	1.0	772	9.3	34	2.1	0.16	0.96	1.3	0	0
<b>VERDURAS</b>										
Arroz en grano	1.0	166	7.4	10	1.1	0.23	0.83	1.0	0	0
Brotes de arroz	1.0	163	6.9	9	1.3	0.83	0.83	1.0	0	0
Carrot de arroz	1.0	162	6.9	9	1.3	0.86	0.83	1.0	0	0
<b>FRUTAS</b>										
Arroz	1.0	167	10.0	61	1.3	0.33	0.11	6.0	0	0
Carrot	1.0	139	10.2	67	6.1	0.41	0.23	6.0	0	0
<b>FRUTAS Y VERDURAS</b>										
Milpa	0.0	137	10.2	286	1.5	0.43	0.16	1.7	0	0
Miso	0.0	196	22.0	90	7.3	0.91	0.21	2.3	0	0
Castañas	0.96	373	20.6	195	6.9	0.76	0.17	1.0	0	0
Lentisco	1.0	151	22.7	76	0.8	0.99	0.19	2.0	0	0
Soja	1.0	131	17.3	187	6.3	0.70	0.10	1.0	0	0
Chico	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>FRUTAS Y VERDURAS</b>										
Carrotas	0.71	171	17.4	72	3.0	0.25	0.26	16.0	0	0
Ajónjol	1.0	175	14.9	729	9.5	1.20	0.29	1.0	0	2
Miso	0.65	666	13.7	92	3.3	0.27	0.21	1.0	0	25
Carrot	0.55	90	3.0	16	3.0	0.12	0.83	6.0	1	0
<b>FRUTAS</b>										
Papa	0.51	76	1.0	13	6.7	0.47	0.83	1.2	15	0
Orzo	0.78	185	1.0	61	2.6	0.99	0.83	1.0	23	80
<b>FRUTAS Y VERDURAS</b>										
Jitomate fresco	0.96	11	0.6	99	2.0	0.7	0.99	3.0	17	107
Jitomate escurado	1.0	40	1.3	22	0.7	0.97	0.8	2.2	22	93
Tomate fresco	0.96	24	1.0	18	2.3	0.90	0.90	1.7	2	0
Chico fresco y escurado	0.91	29	1.0	30	1.0	0.90	0.90	1.0	49	43
Zanahoria	0.83	66	0.6	26	1.0	0.96	0.96	6.0	19	650
Chico	0.21	10	1.9	25	6.2	0.97	0.26	6.5	18	73
Cal	0.17	20	2.0	63	1.0	0.10	0.96	6.0	10	2
Espinaca	0.83	16	1.9	66	6.0	0.10	0.16	6.0	90	123
Ajo	0.98	151	3.5	19	1.9	0.68	0.11	6.9	99	7
Caballo	0.96	40	1.1	23	1.7	0.96	0.13	6.0	12	1
Lettuce	0.97	16	1.7	77	6.5	0.10	0.90	2.3	7	60
Orzo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>FRUTAS Y VERDURAS</b>										
Manzana	0.63	40	1.0	66	1.0	0.99	0.96	5.3	70	13
Limon	0.67	30	1.0	55	1.0	0.90	0.93	2.23	62	6
Pimiento	0.98	30	1.4	12	1.0	0.99	0.99	6.5	13	63
Melón	0.67	68	0.3	7	0.8	0.82	0.81	6.2	11	3
Pera	0.81	61	0.8	9	2.0	0.83	0.87	6.2	7	1
Pepino	0.66	31	0.8	23	0.9	0.99	0.96	3.5	66	22
<b>GRANOS</b>										
Maíz	0.60	237	13.0	8	2.6	0.86	0.16	3.2	0	0
Carrot	0.71	194	17.3	6	1.0	0.95	0.23	6.0	1	0
Caballo y carnero	0.78	204	18.0	67	2.3	0.90	0.16	2.6	0	0
Carrot de maíz	1.0	131	17.3	107	6.3	0.78	0.10	1.6	0	0
Papa, galbano, papa	0.56	170	10.2	14	1.0	0.80	0.16	6.0	0	0
Chico y tomate	0.98	395	20.3	30	2.4	0.27	0.27	1.7	0	0
Jitomate y tomate	1.0	40	1.1	23	1.7	0.96	0.13	6.0	12	1
Orzo fresco y seco prep.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>FRUTAS Y VERDURAS</b>										
Papa fresca	0.96	161	20.0	13	1.3	0.87	0.99	6.1	0	13
Manzana fresca	0.80	84	16.9	70	1.6	0.80	0.10	1.0	0	0
Papa fresca, a la mexicana	0.99	174	20.0	50	1.6	0.90	0.40	10.9	0	0
Papa escurada	1.0	162	18.0	231	219	0.93	0.19	1.3	0	19
Melón escurado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>GRANOS</b>										
Lenteja	1.0	56	2.9	113	0.3	0.8	1.10	6.1	1	20
Lenteja escurada	1.0	161	6.1	256	0.6	0.6	6.37	2.1	6	768
Lenteja escurada y en grano	1.0	133	11.0	676	1.7	0.16	16.68	6.3	7	10
<b>FRUTAS Y VERDURAS</b>										
Melón fresco	1.0	747	1.0	19	0.7	0.80	0.91	6.0	0	600
Carrot	1.0	772	7.6	86	6.1	0.96	0.27	6.2	2	223
Chico y tomate	1.0	126	16.7	702	1.0	0.80	0.16	6.0	0	294
Tomate y tomate	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Maíz	0.58	168	11.3	16	2.0	0.16	6.37	6.1	0	125
<b>FRUTAS Y VERDURAS</b>										
Arroz escurado	1.0	896	6.0	0	0.0	0.0	6.60	6.0	0	0
Jitomate escurado y tomate	1.0	896	6.0	0	0.0	0.0	6.60	6.0	0	0
Manzana	1.0	716	6.0	1	6.3	0.0	0.90	6.0	0	660
<b>FRUTAS Y VERDURAS</b>										
Arroz	1.0	360	6.0	0	0.0	0.0	6.60	6.0	0	0
Melón de maíz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Melón de maíz	1.0	263	6.1	20	6.8	0.61	0.87	6.62	6	0
Plátano, escurado, dulce	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Maíz en grano y molido	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Maíz escurado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Maíz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>FRUTAS Y VERDURAS</b>										
Orzo escurado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>FRUTAS</b>										
Maíz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Carrot	1.0	70	7.0	0	0.0	0.90	0.90	6.0	0	0
Carrot	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Orzo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

a. Café  
b. Grano  
c. Miel  
d. Miel de caña  
e. Miel de agave

f. Miel de caña  
g. Miel de agave  
h. Miel de caña y agave  
i. Miel de caña y agave  
j. Miel de caña y agave  
k. Miel de caña y agave

netos de cada alimento"

Conocidos los nutrientes esenciales así como la cantidad de ellos que podemos encontrar en los alimentos, en el siguiente punto, tomando en cuenta lo mencionado anteriormente, se analiza cuál es la situación nutricional que prevalece en nuestro país con base en el consumo de alimentos de la población en promedio, tanto en el medio rural como en el urbano.

#### 3.3.4. Situación nutricional de la población rural y urbana.

Desde el punto de vista histórico se sabe que existe una serie de alimentos originarios de Mesoamérica que todavía son importantes en la alimentación de gran parte de la población en nuestro país. Entre estos alimentos destaca el maíz que continúa siendo la base de la alimentación nacional (30).

En la población rural, el maíz de la mayor parte de la energía consumida, esta alimentación es la llamada "dieta indígena" (31) que incluye también frijol y otros productos, representando problemas nutricionales puesto que no guarda un equilibrio en cuanto a nutrientes se refiere.

Estos problemas nutricionales no deben ser atribuidos al maíz en sí mismo, sino al "monoconsumo" (32), o sea, la mayor parte de la alimentación la constituye un solo producto pues lo mismo sucede con cualquier otro alimento, en especial cereal, que no sea debidamente complementado.

Por otra parte, en el medio urbano, hay una tendencia a diversificar el consumo de alimentos, representando el

consumo de alimentos, representando el consumo de maíz un porcentaje más bajo en relación al consumo en el medio rural; al igual que existen diferencias en el consumo de este alimento las hay en otros, es por eso que en el cuadro tres punto nueve, página 100, presentamos el consumo promedio diario por persona de alimentos en la población rural y urbana con el objeto de comparar ambos consumos.

De este cuadro (cuadro tres punto nueve, 100) se deduce que existen grandes diferencias entre el consumo en el medio rural y en el urbano; mientras que en la población rural la alimentación está constituida en un 78.68% de alimentos de origen vegetal y en un 20.88% de origen animal, en el medio urbano se consumen diariamente por persona un promedio de 59.22% y 40.45% de alimentos de origen vegetal y animal respectivamente (33)

Esta diferencia se atribuye principalmente a que el medio rural tiene menores recursos económicos y a la vez persisten tradiciones en cuanto a los hábitos de consumo, específicamente su alimentación está basada en el consumo de cereales, no así en la alimentación en el medio urbano, puesto que la mayor parte del consumo alimenticio es de origen animal.

Con el objeto de confirmar lo anteriormente señalado, presentamos en el cuadro tres punto diez, página 101, en qué porcentajes contribuyen los distintos grupos de alimentos a la alimentación diaria per cápita en la población rural y urbana.

Después de presentar en el cuadro tres punto ocho, página 97, el valor nutritivo de los 86 alimentos listados en la Encuesta de Ingresos y Gastos Familiares - 1975 y el cuadro tres punto nueve, página 100, el consumo per cápita diario promedio de alimentos para la pobla

Cuadro 3.9  
Consumo diario per cápita de alimentos  
Población rural y urbana. 1975.

<u>Alimentos</u> <sup>a</sup>	<u>Población rural- Consumo promedio (gramos brutos).</u>	<u>Población urbana Consumo promedio (gramos brutos).</u>	<u>Alimentos</u> <sup>a</sup>	<u>Población rural- Consumo promedio (gramos brutos).</u>	<u>Población urbana Consumo promedio (gramos brutos).</u>
<u>Cereales</u>	446.34 <sup>b</sup>	346.46 <sup>b</sup>	<u>Productos animales</u>	177.93 <sup>b</sup>	470.26 <sup>b</sup>
Maíz en grano	311.03	20.62	Carnes	41.96	103.29
Masa	4.95	1.88	Carne de res	22.62	51.26
Tortillas	68.54	263.35	Carne de cerdo	8.09	15.04
Hojuelas	0.32	0.74	Cabrito o carnero	0.29	3.00
Pinole	0.00	1.10	Pollo, gallina, pavo	10.63	27.12
Trigo en grano	18.70	9.62	Chorizo y longaniza	0.29	0.85
Pan	15.99	36.93	Jamón y tocino	0.04	5.02
Harina de trigo	2.45	3.47	Otras carnes frías y preparadas	0.03	0.99
Hojuelas	0.12	1.46	<u>Pescado y mariscos</u>	5.33	17.60
Otros	1.02	3.04	Pescado fresco	4.19	12.05
Arroz en grano	19.67	24.06	Mariscos frescos	0.93	5.04
Harina de arroz	0.31	0.65	Pescado seco o ahumado	0.08	0.14
Cereal	0.04	5.75	Pescado enlatado	0.12	0.26
Avena	3.05	0.07	Mariscos enlatados	0.01	0.11
Otros	0.01				
<u>Leguminosas</u>	60.39 <sup>b</sup>	56.94 <sup>b</sup>	<u>Leche fresca</u>	109.06	296.71
Frijol	59.60	54.81	Leche fresca	108.09	292.38
Haba	0.30	0.30	Leche evaporada	0.71	1.71
Garbanzo	0.12	0.25	Leche en polvo y conden- sada	0.26	2.62
Lenteja	0.18	0.58	<u>Productos lácteos</u>	2.48	10.14
Soya	0.01	0.21	Mantequilla	0.70	0.79
Otras	0.19	0.93	Crema	0.09	0.59
<u>Oleaginosas</u>	0.28 <sup>b</sup>	1.50 <sup>b</sup>	Quezo y requesón	2.28	8.49
Cacahuate	0.08	0.72	Yogurt y jocoque	0.01	0.27
Ajonjolí	0.02	0.06	<u>Huevo</u>	19.10	42.52
Nuez	0.05	0.10	<u>Aceites y mantecas</u>	14.67 <sup>b</sup>	30.32 <sup>b</sup>
Coco	0.06	0.04	Aceite vegetal comestible	11.78	27.42
Otras	0.06	0.04	Manteca vegetal y animal	2.28	2.20
<u>Verduras y legumbres</u>	34.06 <sup>b</sup>	64.02 <sup>b</sup>	Margarinas	0.01	0.70
Jitomate fresco	24.05	45.14	<u>Azúcares</u>	48.34 <sup>b</sup>	52.48 <sup>b</sup>
Jitomate enlatado	0.20	2.26	Azúcar	47.63	51.91
Tomate verde	1.69	2.58	Miel de maíz	0.07	0.08
Chile fresco y enlatado	2.52	2.29	Miel de abeja	0.07	0.13
Zanahoria	0.55	2.55	Otros azúcares	0.56	0.36
Calabazas	0.81	2.16	<u>Otros productos</u>	12.62 <sup>b</sup>	11.75 <sup>b</sup>
Col	1.04	0.93	Café en grano y molido	8.24	5.81
Espinacas	0.02	0.50	Café instantáneo	0.21	1.01
Ajo	0.25	0.48	Té	0.08	0.10
Cebolla	2.54	3.72	Condimentos	0.06	0.14
Lechuga	0.18	0.86	Sal	3.51	2.34
Otras	0.23	0.75	Otros condimentos	0.15	0.47
<u>Peculetas</u>	25.96 <sup>b</sup>	35.02 <sup>b</sup>	Flanes	0.03	0.15
Papa	25.80	34.02	Gelatinas	0.24	0.81
Otras	0.19	0.24	Cajetas	0.82	0.23
<u>Frutas frescas</u>	46.84 <sup>b</sup>	101.64 <sup>b</sup>	Otros postres	0.02	0.64
Naranja	18.63	37.84			
Limón	8.99	14.52			
Plátano	18.00	40.89			
Manzana	0.75	2.94			
Pera	0.07	1.92			
Papaya	0.79	1.75			
Otras	0.21	1.80			

<sup>a</sup> Esta lista de alimentos fue tomada por Coplamar de la Encuesta de Ingresos y Gastos Familiares - 1975.

<sup>b</sup> Total de gramos consumidos por grupos de alimentos.

Fuente: Coplamar, Alimentación, Serie Necesidades esenciales de México, vol. 1, México, Ed. Siglo XXI (2a. edición), --- 1983, pp. 159-161, 165-167.

Cuadro 3.10  
Estructura porcentual del consumo  
diario per cápita por grupos de -  
alimentos.  
(Promedio)

<u>Grupo de alimentos</u>	<u>Población</u>	<u>Población</u>
	<u>rural</u>	<u>urbana</u>
	%	%
Cereales	51.46	29.60
Leguminosas y oleaginosas	6.99	4.99
Feculentas	2.99	2.99
Verduras y legumbres	3.43	6.47
Frutas frescas	5.40	8.68
Productos animales	20.51	40.18
Aceites y mantecas	1.69	2.59
Azúcares	5.57	4.48
Otros productos	<u>1.46</u>	<u>1.01</u>
T O T A L	100.00	100.00

Fuente: Elaboración propia con base en Coplamar, Alimentación, --  
Serie Necesidades esenciales de México, vol. 1, México, -  
Ed. Siglo XXI (2a. edición), 1983, pp. 162-164, 168-170.

ción rural y urbana, se va a establecer una relación entre ambos --  
que da como resultado cual es la ingesta (cantidad consumida en --  
términos de nutrientes) diaria per cápita de nutrientes esencia --  
les, la que presentamos en el cuadro 3.11, página 102 .

Cuadro 3.11  
Ingesta diaria per cápita de nutrien  
tes esenciales. 1975.

<u>Nutrimento</u> <sup>a</sup>	<u>Unidad de medida</u>	<u>Rural</u> (promedio)	<u>Urbano</u> (promedio)
Calorías	Kcal	2 125	2 085
Proteínas <sup>b</sup>	g	57.0	67.3
Vitaminas			
Retinol	μgEq	202	426
Tiamina	mg	1.9	1.58
Rivoflavina	mg	0.7	1.05
Niacina	mgEq	10.4	9.9
Acido ascórbico	mg	24	4.4
Minerales			
Calcio	mg	875	942
Hierro	mg	15.5	17.4

a Nutriente esencial o nutrimento

b Supone de acuerdo con el INN, que sólo el 55% de la proteína se asimila.

Fuente: Coplamar, Alimentación, Serie Necesidades esenciales de México, vol. 1, México, Ed. Siglo XXI (2a. edición), 1983, p. 176.

Al analizar este cuadro (cuadro 3.11), se observa que en la ingesta de energía, el promedio rural está en mejor situación que el urbano -- así como en tiamina y niacina; esta ventaja es relativa, puesto que el -- tener un buen nivel de ingesta de un nutrimento por importante que éste

nutriente por importante que éste sea, no garantiza una adecuada situación nutricional pues todos los nutrientes esenciales deben obtenerse conjuntamente en cantidad suficiente y en una equilibrada combinación.

La ventaja que se menciona anteriormente se explica por la fuerte contribución de cereales y leguminosas, maíz --- y frijol principalmente, en la alimentación puesto que aportan gran cantidad de nutrientes esenciales aunado al alto consumo de ambos; en el resto de los nutrientes esenciales la ventaja es para el medio urbano, ya que su consumo alimenticio es más diversificado.

En función de la ingesta de nutrientes esenciales -- analizada, en el cuadro anterior (cuadro tres punto once, ---- página 102 ), se analizará a continuación el grado en que se -- cubre la ingesta de aquéllos frente a las recomendaciones dadas por Coplamar basadas en el INN, tanto en la población rural como en la urbana y que presentamos en el cuadro tres punto doce, página 104 .

En este cuadro (cuadro tres punto doce) se observa - que en el medio rural como en el urbano, se presente un déficit de ingesta de retinol, niacina y rivoflavina y ácido ascórbico, aunque los del hombre urbano promedio son menores.

En los casos del calcio, del hierro y de la tiamina, las ingestas cubren recomendaciones que se establecen en versión basada en el INN; en el caso de los requerimientos de --- calorías, el contenido de maíz en la alimentación rural permite cubrir las necesidades de energía, no así en el caso de las proteínas, 102.1% y 90.5% respectivamente; el déficit en proteínas es relativamente bajo.

Cuadro 3.12  
 Porcentajes de adecuación de la alimentación  
 rural y urbana respecto a las recomendaciones  
 de nutrientes esenciales formuladas por  
 Coplamar con base a la propuesta por el  
 INN. 1975.

<u>Nutriemento</u>	<u>Alimentación</u> <u>rural</u> (promedio) %	<u>Alimentación</u> <u>urbana</u> (promedio) %	<u>Recomendaciones de Coplamar con base en el INN<sup>a</sup></u>
Calorías	102.1	100.0	2 082 Kcal
Proteínas <sup>b</sup>	90.5	106.8	63.0 g
<b>Vitaminas</b>			
Retinol	23.3	49.2	866 $\mu$ gEq
Tiamina	175.5	143.6	1.1 mg
Rivoflavina	52.3	80.8	1.3 mg
Niacina	55.0	52.4	18.9 mgEq
Acido ascórbico	49.0	89.8	49 mg
<b>Minerales</b>			
Calcio	147.8	159.1	592 mg
Hierro	110.7	124.3	14.0 mg

a Calculadas como promedio de los diversos grupos de edad, sexo -- y tamaño del cuerpo.

b De acuerdo con el INN, sólo el 55% de la proteína ingerida se -- asimila

Fuente: Coplamar, Alimentación, Serie Necesidades esenciales de -- México, vol. 1, México, Ed. Siglo XXI (2a. edición), --- 1983, p. 180.

### 3.3.4.1. Niveles de nutrición.

En secciones precedentes en este capítulo presentamos aspectos generales sobre cuál es la ingesta de nutrientes esenciales de la población de acuerdo a su consumo de alimentos tanto rural como urbana; los datos son presentados en forma promediada lo que quiere decir que aún dentro de estos medios hay diferencias de consumo de nutrientes esenciales, es decir, existen distintos niveles de nutrición.

Los niveles fueron determinados de acuerdo al promedio de mortalidad preescolar registrada en encuestas realizada en los años de 1963 a 1965 en las 104 regiones geoeconómicas en las que Bassols Batalla divide al país, definiéndolas como "un área geográfica identificable caracterizada por una estructura particular en sus actividades económicas, con referencia a un conjunto de condiciones asociadas físicas --- y/o biológicas y/o sociales que presentan un alto grado de -- homogeneidad y que mantienen un cierto tipo de relaciones --- internas y con el exterior" (34).

Estos niveles son cuatro (35):

- a. De buena nutrición: mortalidad menor de 6 por cada 1000 -- preescolares:
- b. De regular nutrición: mortalidad de 6 a 12 preescolares -- por cada 1000;
- c. Como mala nutrición: mortalidad de 12 a 18 por cada 1000 - preescolares; y
- d. De muy mala nutrición: mortalidad mayor de 18 preescolares por cada 1000.

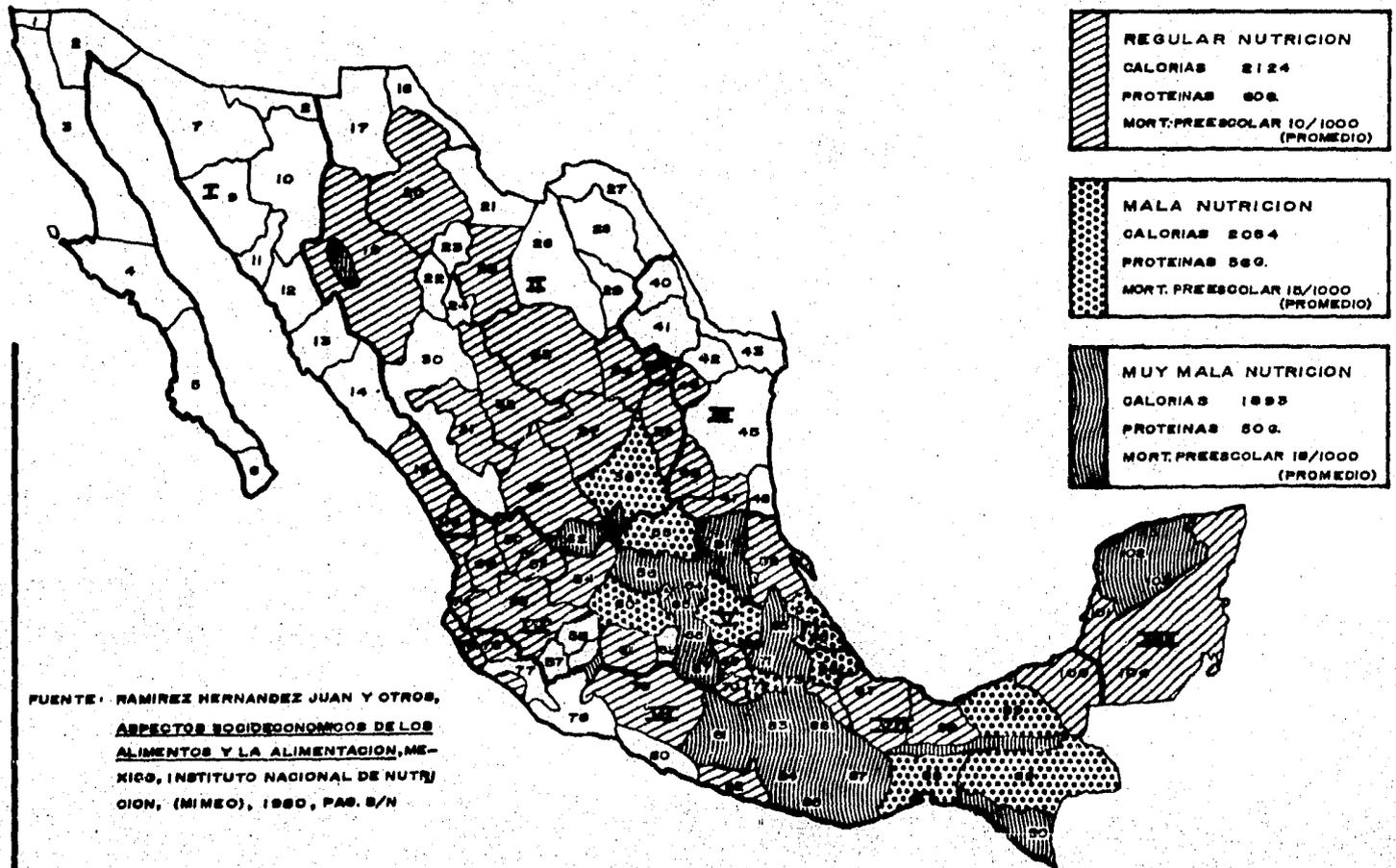
Se aceptó la mortalidad de preescolares, es decir, - niños de 1 a 4 años como base, debido a que ha sido considera- da como un buen índice de la situación nutricional de la pobla- ción puesto que existe una estrecha relación entre la mortali- dad de niños de esa edad y los consumos de alimentos.

En el mapa uno, presentamos la ubicación de los ---- cuatro niveles de nutrición dentro del país así como la inges- ta de los principales nutrientes esenciales (calorías y proteí- nas) en promedio para cada uno de ellos (página 107).

Las zonas de buena nutrición se concentran en la zo- na noroeste, noreste y región fronteriza (las zonas que apare- cen en blanco en el mapa en Guerrero, Michoacán y Campeche, -- nos parece que son errores de método más que realmente regio- nes de buena nutrición); en general estas zonas están escasa - mente pobladas y tienen características culturales económi --- cas diferentes al resto del país. Sin embargo, los diferentes estudios en estas zonas muestran que el problema nutricional - no ha desaparecido totalmente sino más bien se ha ido despla - zando.

Las regiones de regular nutrición están sobre todo - en el área central del norte, en el occidente y las porciones- meridionales de ambas vertientes marítimas. En el norte tam - bién son áreas escasamente pobladas y ganaderas en su mayoría- En la costa del Golfo de México y en las porciones tropiaca -- les del litoral del Pacífico, donde la tierra es mejor y hay - mayor diversificación agrícola, los consumos de alimentos son- aceptables. Asimismo, hay zonas de regular nutrición en la ---- vecindad del D.F., en algunas de ellas por la influencia eco-- nómica de la ciudad y en otras como el estado de Morelos, por- tener caracterísitcas semejantes a las zonas tropicales mencio- nadas.

NIVELES DE NUTRICION EN MEXICO. 1965



**BUENA NUTRICION**  
 CALORIAS 2330  
 PROTEINAS 80 G.  
 MORT. PREESCOLAR 6/1000  
 (PROMEDIO)

**REGULAR NUTRICION**  
 CALORIAS 2124  
 PROTEINAS 80 G.  
 MORT. PREESCOLAR 10/1000  
 (PROMEDIO)

**MALA NUTRICION**  
 CALORIAS 2084  
 PROTEINAS 56 G.  
 MORT. PREESCOLAR 15/1000  
 (PROMEDIO)

**MUY MALA NUTRICION**  
 CALORIAS 1893  
 PROTEINAS 50 G.  
 MORT. PREESCOLAR 18/1000  
 (PROMEDIO)

FUENTE: RAMIREZ HERNANDEZ JUAN Y OTROS,  
ASPECTOS SOCIOECONOMICOS DE LOS  
ALIMENTOS Y LA ALIMENTACION, ME-  
XICO, INSTITUTO NACIONAL DE NUTRI-  
CION, (MIMEO), 1980, PAG. 5/N

Los problemas más graves se encuentran en las zonas clasificadas como de mala o muy mala nutrición, las que se encuentran en cinco grandes áreas fácilmente distinguibles en el mapa:

- a. En el centro del país que incluye una gran zona desde el Bajío hasta Zacatecas y Durango;
- b. En un anillo amplio alrededor del Valle de México;
- c. En el sur incluyendo las partes montañosas del estado de Guerrero y todo Oaxaca;
- d. En el estado de Chiapas; y
- e. En la zona henequenera de Yucatán.

Sus consumos tanto de calorías como de proteínas y de otros nutrientes esenciales son muy bajos; estas áreas pueden ser calificadas como problema desde el punto de vista nutricional.

Al igual que existen diferencias de nutrición en todo el país, lo mismo sucede en las ciudades, así por ejemplo, véamos el caso del Distrito Federal.

En 1979, el INN estudió 8 barrios de ciudad de México donde escogió una muestra de 44 familias al azar; estos barrios conocidos como "colonias populares", es decir, barrios urbanizados, con casas construidas y con todos los servicios, como agua, energía eléctrica, transporte, servicios sanitarios, etc., por lo tanto no correspondieron propiamente a las llamadas áreas de miseria ni tampoco a las conocidas como colonias de ingresos medios (36):

Estas familias a su vez fueron divididas en tres grupos de acuerdo al ingreso familiar promedio que percibían:

- a. Sector popular alto, que tenía ingresos mayores al salario-mínimo:
- b. Sector popular medio, el que percibía el salario mínimo; y-
- c. Sector popular bajo, que no alcanzaba el salario mínimo.

Estos tres grupos mostraron una alimentación diversificada con un importante consumo de alimentos de origen animal, las principales diferencias que se encontraron fue que a menor ingreso percibido, mayor era el consumo de grano y menor el -- consumo de alimentos de origen animal.

Esto traduce a valores nutritivos en su alimenta -- ción, el grupo clasificado como popular bajo resultó ser el -- que tenía más baja ingesta de nutrimentos esenciales con solo 1 817 calorías y 62.0 g de proteínas diarias per cápita, considerándose estas cifras como insuficientes puesto que no satisfacen arriba del 90% de las necesidades diarias de nutrime-- tos esenciales propuestas por el INN.

Las diferencias mencionadas en cuanto a la ingesta -- de nutrientes esenciales en los medios rural y urbano tiene -- relación con la distribución de alimentos en el país, misma -- que explicaremos en el siguiente punto.

### 3.3.5. Distribución de los alimentos en México.

En las páginas anteriores de este capítulo hicimos -- una exposición de las características de la estructura del con

sumo de alimentos en nuestro país, lo cual permitió ilustrar -- la gran desigualdad que existe en términos tanto de consumo -- de alimentos como de ingesta de nutrientes esenciales en forma individual entre los medios rural y urbano.

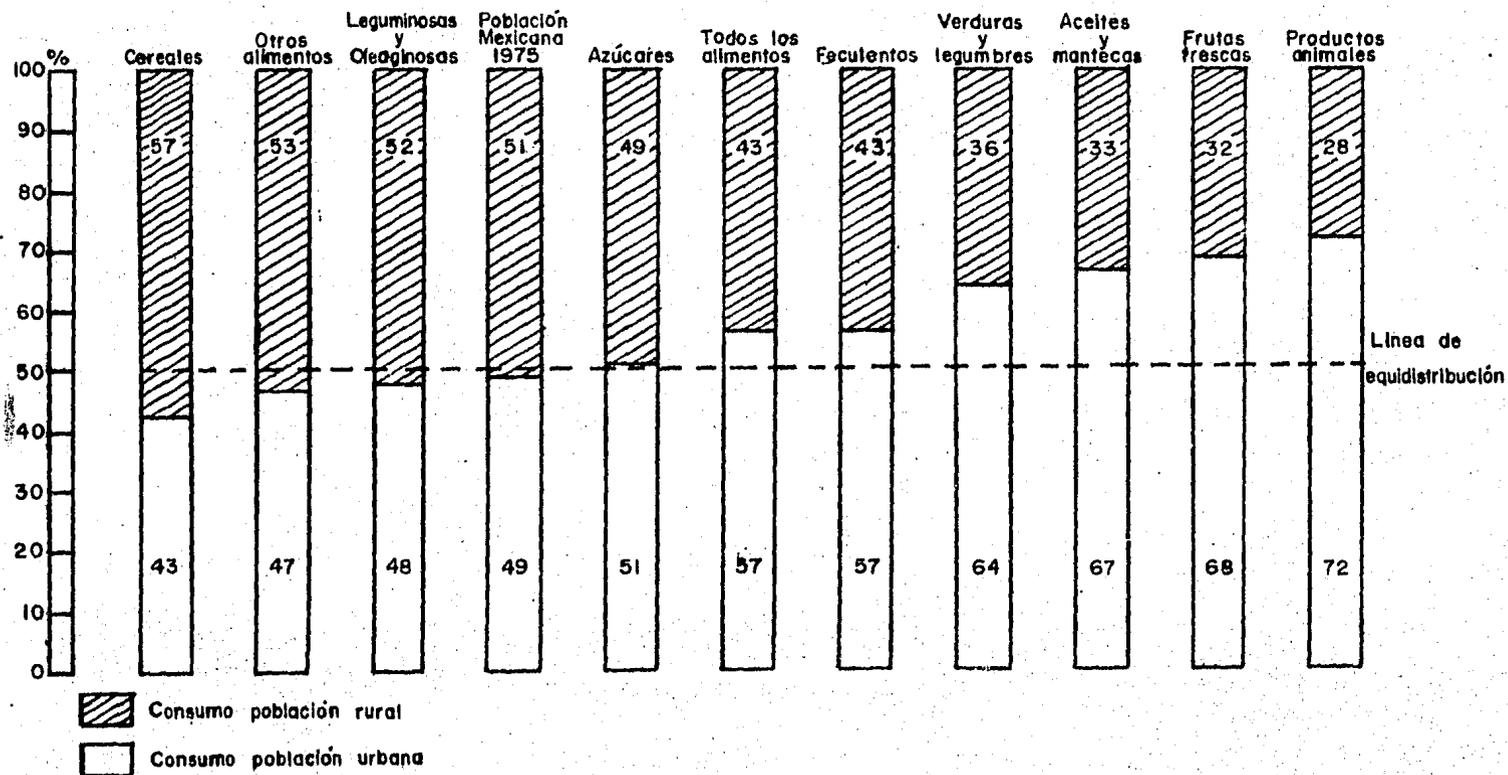
En este apartado tratamos de explicar que la desi -- gualdad mencionada tiene relación estrecha con la distribución de alimentos entre la población rural y urbana; para este efec -- to presentamos datos dados por Coplamar quien a partir de un -- parámetro de distribución equitativa toma en cuenta una cober -- tura nutricional adecuada para todos y cada uno de los habitan -- tes y de acuerdo a lo que podría considerarse como disponibili -- dad (37), es decir, las cantidades de alimentos que llegan --- a los mercados nacionales para ser puestos a la venta para la -- alimentación humana.

En 1975, de acuerdo con cifras obtenidas por Copla -- mar a partir de datos del Consejo Nacional de Población (Cona -- po), 50.9% de todos los habitantes del país constituía la po -- blación rural y el resto (49.1%) se trata de población urbana -- (38).

En función de lo anterior, la distribución equitati -- va del consumo total de los alimentos entre la población rural y urbana debía ser aquella cuyo reparto proporcional igualara -- las proporciones en que se distribuía la población total. Es -- decir, la población urbana debía disponer de 49.1% y la rural -- de 50.9% del consumo total de alimentos.

En cambio, con base a los estudios realizados por -- Coplamar, en la gráfica uno, presentamos los resultados obteni -- dos (página 111).

**GRAFICA I**  
**DISTRIBUCION DEL CONSUMO DE ALIMENTOS EN MEXICO 1975**  
**(POBLACION RURAL Y URBANA)**



FUENTE: COPLAMAR, ALIMENTACION, SERIE NECESIDADES ESENCIALES DE MEXICO, VOL. I, MEXICO, ED. SIGLO XXI, (2a. EDICION), 1983, P. 86.

Así al hacer el análisis comparativo por grupos de alimentos, se observa lo siguiente: la distribución del consumo total de azúcares era un poco mejor para el medio urbano -- que para el rural (2.0% de superávit o déficit, respectivamente); la de leguminosas -frijol, sobre todo- así como la de --- otros -condimentos, café, té, etc.- beneficiaba ligeramente -- al medio rural; con las feculentas como la papa, la diferencia se amplía, ubicándose en 8% de déficit -superávit a favor del medio urbano, y con los cereales se registra 6% a favor de la población rural. Hasta aquí, las diferencias parecen poco --- significativas, aunque ya manifiestan un consumo que se inclina hacia los cereales y las leguminosas.

El panorama cambia cuando nos referimos a verduras - y legumbres, aceites y mantecas, frutas frescas y sobre todo - productos de origen animal, pues la distribución favorece al medio urbano en detrimento de la calidad de la alimentación -- del medio rural. Del consumo de verduras y legumbres, el 15% se desviaba inequitativamente hacia el medio urbano; lo mismo sucedía con aceites y mantecas (con un 18% del total); con las frutas frescas (19%) y con los productos de origen animal --- (23% de su consumo total).

Como se sabe, la disponibilidad de los nutrientes -- esenciales se encuentra no solo íntimamente vinculada con la - calidad de la alimentación sino que depende de ella. Una de - las fuentes de nutrientes esenciales que tiene la cantidad requerida por el organismo humano es la constituida por los distintos productos de origen animal así como una fuente ideal -- para obtener vitaminas son las frutas y verduras, pero estos - productos, se han convertido en artículos de consumo suntuario por su elevado costo, en virtud de ello, se encuentran concentrados en mercados urbanos.

Hasta aquí, las diferencias mencionadas -dadas las - limitaciones de la investigación- proporcionan una visión gene - ral sobre las condiciones alimentarias y nutricionales prome - dio de estos dos grandes grupos en los que se ha dividido la - población

### 3.3.6. Cuantificación de un mínimo de alimentación.

En los puntos anteriores hicimos referencia en pri - mer lugar, al concepto de nutrición y cuáles son los nutrien - tes esenciales que requiere el organismo humano así como cuál - es la situación nutricional y de consumo y la distribución --- de alimentos en el país; todos estos puntos al combinarlos dan como resultado la determinación de un mínimo de consumo de --- alimentos en la población.

Este mínimo de consumo de alimentos está integrado - por una serie de productos recomendados por Coplamar, en las - proporciones adecuadas correspondientes a 2 741 calorías y --- 80.0 g de proteínas por día en promedio que el INN considera - necesarios para cada mexicano.

Los alimentos que integran este mínimo alimentario - se presentan en el cuadro tres punto trece, que contiene la -- cantidad que debe consumirse diariamente por persona en prome - dio y la parte porcentual que cubren estos alimentos al total - del mínimo alimentario(página 114).

El mínimo alimentario presentado en el cuadro tres - punto trece, cubre satisfactoriamente los dos nutrientes esen - ciales más importantes, las calorías y las proteínas en un --- 100% y 100.20%, respectivamente, ajustándose a la estructura - de las disponibilidades alimentarias del país y a los hábitos-

Cuadro 3.13  
Mínimo alimentario que cubre las recomendaciones  
de nutrimentos dadas por Coplamar con base en  
el INN

<u>Alimentos</u>	<u>Gramos brutos diarios per cápita (promedio).</u>	<u>Distribución porcentual</u>	<u>Alimentos</u>	<u>Gramos brutos diarios per cápita (promedio).</u>	<u>Distribución porcentual</u>
<b>Total</b>	<b>1 014.18</b>	<b>100.00</b>	<b>Frutas frescas</b>	<b>105.76</b>	<b>10.42</b>
<b>Productos de origen vegetal</b>	<b>708.25</b>	<b>69.84</b>	18 Plátano	28.68	2.83
<b>Productos de origen animal</b>	<b>305.92</b>	<b>30.16</b>	19 Manzana	1.78	0.17
<b>Cereales</b>	<b>405.08</b>	<b>39.94</b>	20 Limón	11.56	1.14
<b>Maíz</b>	<b>352.86</b>	<b>34.79</b>	21 Naranja	63.54	6.28
1 Maíz en grano	202.57	19.97	<b>Otros</b>	68.70	6.77
2 Tortillas	146.77	14.47	22 Aceite vegetal	19.07	1.88
3 Masa	3.52	0.35	23 Azúcar	49.63	4.89
<b>Trigo</b>	<b>30.51</b>	<b>3.01</b>	<b>Carnes</b>	<b>67.15</b>	<b>6.62</b>
4 Harina de trigo	2.92	0.29	24 De res	35.97	3.55
5 Pan dulce	7.60	0.75	25 De puerco	11.32	1.11
6 Pan blanco	17.28	1.70	26 De ave	18.32	1.81
7 Hojuelas de trigo	0.75	0.07	27 De cabrito o carnero	1.55	0.15
8 Galletas	0.79	0.08	<b>28 Leche fresca</b>	<b>194.00</b>	<b>19.13</b>
9 Pastas	1.17	0.12	<b>29 Huevo</b>	<b>30.02</b>	<b>2.96</b>
<b>10 Arroz</b>	<b>21.71</b>	<b>2.14</b>	30 Manteca de puerco	2.26	0.25
<b>Leguminosas</b>	<b>57.37</b>	<b>5.66</b>	<b>Pescados y mariscos</b>	<b>12.19</b>	<b>1.20</b>
11 Frijol	57.37	5.66	31 Pescado fresco	9.08	0.89
<b>Feculentas</b>	<b>29.99</b>	<b>2.96</b>	32 Mariscos frescos	2.80	0.28
12 Papa	29.99	2.96	33 Pescado seco o ahumado	0.12	0.01
<b>Verduras Frescas</b>	<b>41.36</b>	<b>4.09</b>	34 Pescado enlatado	0.19	0.02
13 Jitomate	33.88	3.34			
14 Chile	2.41	0.24			
15 Cebolla	3.09	0.31			
16 Lechuga	0.50	0.50			
17 Zanahoria	1.48	0.15			

Fuente: Coplamar, Alimentación, Serie Necesidades esenciales de México, vol. I, México, Ed. Siglo XXI (2a. edición), 1983, pp. 109-110.

alimentarios de la población mexicana.

Este mínimo busca un equilibrio en las combinaciones de productos alimenticios, pues incorpora más maíz y sus productos en relación al hombre promedio que consume 327.3 gramos brutos diarios.

Examinada cual es la situación que priva en nuestro país en materia de alimentación y nutrición, observamos los problemas que existen por los que con objeto de solucionar estas deficiencias, el Estado le concede una especial atención, formulando planes y programas que buscan satisfacer las necesidades básicas de la población, por tanto, en el siguiente capítulo analizaremos cuál ha sido la política alimentaria que se ha seguido a partir de 1976 en esta materia.

## Citas del capítulo 3

- (1) Lever García, Carlos A., "La alimentación del mexicano a través de su historia", en, Información Científica y Tecnológica, vol. 6, núm. 75, México, CONACYT, agosto de 1984. p. 20.
- (2) Ibid., p. 21.
- (3) Méndez Morales, J. Silvestre, Problemas y política económicos de México II, México, Ed. Interamericana, 1982, p. 270
- (4) Quezada, Angélica, "Inequitativo el consumo anual de alimentos entre la población: 250 kilos un pobre; 800 un rico: INCO", en, Uno más Uno, México, 19 de Octubre de 1983, p.8.
- (5) Ibid.
- (6) Ibid.
- (7) Ibid.
- (8) Sepúlveda Ibarra, Armando, "Sólo tortilla, frijoles y chile, consumen el 75% de los mexicanos", en, Excélsior, México, 17 de Febrero de 1983, p. 4A.
- (9) Méndez Morales, J. Silvestre, op. cit., p. 218.
- (10) Ibid., p. 219.
- (11) Ibid., p. 227.
- (12) González, Antonio J. y Maza Zavala, Domingo Felipe, Tratado Moderno de Economía General, E.U.A., South-Western Publishing Co. (2a. edición), 1976, p. 266.
- (13) Méndez Morales, J. Silvestre, op. 229.
- (14) Ibid., p. 230.

- (15) Secretaría de Programación y Presupuesto, Programa Nacional de Alimentación 1983-1988, México, Subsecretaría de Programación y Presupuesto de Desarrollo Social y Rural- (2a. edición), 1983, p. 33.
- (16) Ibid., p. 40.
- (17) Ibid., p. 42.
- (18) Montes de Oca Luján, Rosa Elena y Escudero Columna, --- Gerardo "Las empresas transnacionales en la industria -- alimentaria mexicana", en, Comercio Exterior, vol. 31, -- núm. 9, México, BNCE, Septiembre de 1981, p. 991
- (19) Ibid., p. 988.
- (20) Véase Proceso no. 165, México, CISA, 31 de Diciembre de 1979, p. 27.
- (21) Ortiz Pinchetti, Francisco, "Publicidad que cambia la -- necesidad de alimentos por la de desnutrientes", en, -- Proceso, México, CISA, no. 225, 23 de Febrero de 1981, - p. 16.
- (22) Ibid.
- (23) Ibid.
- (24) Citado por Béhar, Moisés e Icaza, Susana J., Nutrición, - México, Ed. Interamericana, 1972, p. 4.
- (25) Coplamar, Alimentación, Serie Necesidades esenciales de México, vol. 1, México, Ed. Siglo XXI (2a. edición), --- 1983 p. 28
- (26) Ibid., p. 32.
- (27) Ibid., p. 28.
- (28) Béhar, Moisés e Icaza, Susana J., op. cit., p. 19.

- (29) Ibid., p. 21.
- (30) Ramírez Hernández, Juan y otros., Aspectos Socioeconómicos de los alimentos y la alimentación, México, Instituto Nacional de Nutrición (mimeo), 1980, p. s/n.
- (31) Ibid.
- (32) Ibid.
- (33) Coplamar, op. cit., pp. 162 y 168.
- (34) Citado por Ramírez Hernández, Juan y otros, op. cit., p. 10
- (35) Ibid.
- (36) Chávez, Adolfo, La alimentación y los problemas nutricionales, México, Instituto Nacional de Nutrición (mimeo), -- 1980, p. 13.
- (37) Ramírez Hernández, Juan, op. cit., p. 2.
- (38) Coplamar, op. cit., p. 92.

## Capítulo 4

### Política alimentaria en México.

## Capítulo 4

### Política alimentaria en México

Una vez analizado en el capítulo tres los problemas que existen en el país sobre alimentación, así como los factores que influyen en la misma, tanto a la población urbana como a la rural, es necesario examinar la política alimentaria que se ha llevado a cabo en México con el propósito de solucionar dichos problemas.

En el presente capítulo se presentan los programas alimenticios que se han llevado a cabo a partir de 1976 hasta la fecha; el Sistema Alimentario Mexicano (SAM) y el Programa Nacional de Alimentación (PRONAL), principiando por los planes generales de los cuales emanan cada uno de ellos, es decir el Plan Global de Desarrollo, 1980-1982 (PGD) y el Plan Nacional de Desarrollo, 1983-1988 (PND), respectivamente.

Comenzaremos diciendo que una política nutricional adecuada, va a permitir equilibrar los desajustes existentes en la alimentación, mediante la puesta en marcha de programas económicos, políticos y sociales para incrementar y mejorar la producción de alimentos, distribuirlos adecuadamente

te y asegurar un consumo de acuerdo a las necesidades de la población, involucrando para tal fin, a las empresas oficiales y privadas que tengan relación con la alimentación, para lograr un nivel nutricional adecuado entre los mexicanos.

Es necesario destacar que toda política alimentaria debe estar encaminada a la realización de los siguientes objetivos (1):

- A. Aumentar la cantidad y calidad de los alimentos disponibles a través de conservación, industrialización y comercialización.
- B. Elevar y diversificar el consumo de alimentos de la población, de tal manera que sea suficiente y de mayor valor nutritivo.
- C. Conducir esta acción más vigorosamente en la población del área rural, especialmente en las zonas de mala nutrición.
- D. Dar especial atención al problema de la desnutrición en niños y madres gestantes.

En los párrafos anteriores se han mencionado los aspectos más importantes en los cuales se debe basar una política alimentaria, a continuación hablaremos de los planes generales de desarrollo y detallaremos los programas que se han llevado a cabo en relación con la alimentación y de los cuales se hizo mención anteriormente.

#### 4.1. Plan Global de Desarrollo.

A partir de un estudio general acerca de la situación

económica del país, el cual duró aproximadamente los tres primeros años del régimen de José López Portillo, se fueron elaborando los planes sectoriales y estatales, que permitieron guiar -- la política económica y social del país, y con apoyo en estos planes, se elaboró el Plan Global de Desarrollo 1980-1982.

"El Plan se califica como global, porque deriva de --- una concepción de desarrollo integral; no se refiere a una sola actividad ni a un ámbito específico del gobierno; persigue --- integrar todos los aspectos de la vida social, en tanto que todos se interrelacionan, se complementan y coinciden recíprocamente, la globalización requiere de la conjunción de todo; lo político, lo económico y lo social" (2)

Para lograr esta interrelación se dividió el Plan en tres partes; una política, una económica y una social, cada una de las cuales con propósitos principalmente a mediano y largo plazos. La primera parte contiene una breve síntesis del ---- desenvolvimiento socioeconómico del país, los principales problemas a los que se ha enfrentado desde la Revolución Mexicana hasta 1982, la política interior, la política exterior, la de seguridad nacional y la de impartición de justicia.

La segunda parte del Plan es la económica, la cual --- consta de veintidós políticas básicas, que son (3):

- A. Fortalecer al Estado, para satisfacer las demandas de la sociedad en pleno crecimiento.

- B. Modernizar los sectores de la economía, aprovechando para ello, las innovaciones tecnológicas.
- C. Generar empleos, impulsando aquellos sectores que tienen mayor capacidad para generar puestos de trabajo.
- D. Consolidar la recuperación económica mediante el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), entendiéndose -- por éste, lo que realmente se produce en el país, es decir la suma de todos los bienes de consumo final, menos -- las exportaciones e importaciones.
- E. Reorientar la estructura productiva hacia la generación -- de bienes básicos y a la creación de una industria nacional de bienes de capital.
- F. Racionalizar el consumo y estimular la inversión, para -- fomentar el ahorro y evitar el desperdicio de recursos.
- G. Desarrollar el sector agropecuario para que se eleve el -- nivel de vida de los campesinos y se satisfagan las necesidades alimenticias de la población.
- H. Impulsar el Sistema Alimentario Mexicano. \*
- I. Fomentar el gasto, aquél que sea estrictamente necesario -- y reforzar a la empresa pública, eliminando los subsidios excesivos.
- J. Utilizar el petróleo como impulsor del desarrollo económi -- co y social, canalizando los recursos que de él se obtengan a los sectores que más lo necesiten.

---

\* Por la importancia que tiene el Sistema Alimentario Mexicano para el presente trabajo, lo trataremos con mayor amplitud más adelante.

- K. Estimular la producción y una adecuada distribución de sus - beneficios entre la población.
- L. Destinar mayores recursos para proveer de mínimos de bien - estar (mejores niveles nutricionales, servicios médicos, edu - cación, vivienda), principalmente para la población con meno - res ingresos, tanto urbana como rural.
- M. Persuadir a la población de la importancia que tiene la redu - cción en el crecimiento de la población, así como su redis - tribución en el país.
- N. Obtener una mejoría en el nivel de vida de los mexicanos a - través del incremento del empleo.
- Ñ. Ampliar y mejorar la educación básica para niños y adultos.
- O. Vincular la educación, con las necesidades de trabajadores - capacitados, técnicos y profesionales.
- P. Impulsar la capacitación para el trabajador.
- Q. Desconcentrar las ciudades con mayor población, ubicándolos - principalmente en costas y fronteras y estimulando el creci - miento de ciudades con poca población.
- R. Controlar y reducir el ritmo de la inflación.
- S. Promover el financiamiento hacia actividades que tengan --- mayor necesidad del mismo.
- T. Establecer una relación eficiente con el exterior, que es -- timule la modernización y el desarrollo del país.
- U. Ampliar la cooperación entre los sectores público, social y - privado..

Y por último, la tercera parte del Plan es la social, en la cual se muestra cómo la política económica y social que se ha venido dando "están dirigidas, principalmente a transformar el crecimiento económico en desarrollo social\*, por ello, la provisión de mínimos de bienestar a todos los mexicanos es indispensable, en un contexto de empleo creciente que subordine el desarrollo de los objetivos materiales al desarrollo de las personas". (4).

Como puede observarse, la estrategia está orientada fundamentalmente hacia la creación de empleos, porque estos son el medio idóneo para que la población pueda acceder al disfrute de los mínimos de bienestar en alimentación, salud, seguridad social, educación y vivienda, elementos indispensables para una vida cómoda de todos los mexicanos y encaminar nos hacia una más justa distribución del ingreso.

Para lograr que exista un cumplimiento total de las diversas partes que plantea el Plan Global de Desarrollo, se han fijado cuatro objetivos generales, los cuales mencionamos a continuación (5):

- A. Reafirmar y fortalecer la independencia de México como nación democrática, justa, libre en lo económico, lo político y lo cultural.

---

\*

Para que exista desarrollo, el crecimiento del PIB debe ser mayor que el de la población, para poder mejorar el nivel de vida de la sociedad.

- B. Proveer a la población de mínimos de bienestar, atendiendo con prioridad a las necesidades de alimentación, educación, salud y vivienda.
- C. Promover un crecimiento económico alto, sostenido y eficiente.
- D. Mejorar la distribución del ingreso entre las personas, los factores de la producción y las regiones geográficas.

En otras palabras, el Plan pretende lograr y mantener la independencia del país en todos los aspectos, así como estimar las posibilidades de crecimiento para superar la crisis existente, atender las carencias de la población ampliando la oferta de alimentos para lograr la autosuficiencia alimentaria, generando mayores y mejores fuentes de trabajo, lo cual permitirá elevar la producción, la productividad (la participación que tiene cada trabajador en la producción total), y el ingreso de los trabajadores, lo que a su vez les asegurara mejores niveles de vida, todo con el firme propósito de que la población beneficiada sea cada vez mayor.

Siendo la política alimentaria el tema que nos interesa, el Plan Global de Desarrollo para cumplir con su segundo objetivo ha puesto en marcha programas de apoyo y fomento a la producción de alimentos necesarios, para avanzar en el mediano plazo hacia una dieta mínima promedio para toda la población de 2.750 calorías y 80 gramos. A continuación presentamos el programa de alimentación que contempla el PGD.

#### 4.2. Sistema Alimentario Mexicano.

Como ya se dijo, la segunda parte del Plan Global -- de Desarrollo 1980-1982, contiene la política de alimentación y nutrición, cuyo instrumento principal es el Sistema Alimentario Mexicano (SAM), siendo este último un programa de planificación integral en materia alimentaria que plantea metas y acciones de política agropecuaria, comercial, industrial y de consumo de alimentos básicos.

Se puede definir al SAM como "un modelo de desarrollo de emergencia del sector rural, que persigue la autosuficiencia alimentaria, con el propósito de disminuir la dependencia externa mediante la disminución de la importación de alimentos" (6). Es un programa que pretende combatir el desempleo y la inflación, propiciar el incremento de la productividad y contrarrestar la penetración del capital extranjero en la agricultura.

El SAM parte de un análisis del perfil alimentario nacional, determinado por una encuesta rural y urbana, realizada conjuntamente con el INN y efectuada durante el segundo semestre del año de 1979, mediante esta encuesta se identificaron las necesidades alimentarias de la población urbana y rural.

Con base en los resultados obtenidos, se definió una población objetivo y una preferente; la primera comprende a todas aquellas personas que no alcanzan a cubrir los mínimos normativos nutricionales de 2,750 calorías y 80 gramos de proteínas; la población objetivo preferente está representada

por niños y madres.

Para lograr que el SAM pueda llevarse a cabo, el -- Estado será guía, fomentará y promoverá la producción y revitalizará con ese propósito la alianza con los campesinos, compartiendo los riesgos en la producción para lograr la autosuficiencia nacional en; granos, oleaginosas, frutas, verduras, carne, pescado, leche y huevos, para lo cual se han planteado cuatro objetivos fundamentales, los cuales analizamos a con--tinuación.

#### 4.2.1. Objetivos Generales.

Para el éxito del Sistema Alimentario Mexicano y en-general para la alianza Estado-campesinos que éste plantea es necesario (7):

- A. Evitar la necesidad de proveernos de alimentos en el exterior, precaviendo problemas tales como presión externa, -- costos de transporte, de almacenamiento y su distribución-- en todo el país.
- B. Abastecer al futuro mercado nacional de alimentos, acordes con el crecimiento de la población.
- C. Aumentar los ingresos reales de la población mayoritaria -- del país y su nivel de vida.
- D. Dar preferencia al cultivo del maíz y el frijol, que son -- los productos de mayor consumo para la población rural.

La estrategia que establece el SAM para alcanzar --- la autosuficiencia alimentaria "replantea la dirección del -- desarrollo hacia un modelo más distributivo y más independiente. Plantea la relación de la agricultura con el resto de la

economía no como subsidiaria de la acumulación industrial, si no en función de la distribución del ingreso dentro del sector y la reorientación de la producción agropecuaria hacia la satisfacción de las necesidades básicas de toda la población" (8).

Ubica a los campesinos como los sujetos principales del desarrollo agrícola, planteando una alianza entre ellos y el Estado y un apoyo explícito a las organizaciones campesinas. Propone también una relación más independiente y menos vulnerable de nuestro país con el mercado internacional y la reorientación del sistema agrícola tradicional.

Específicamente el SAM consta de tres partes fundamentales, la primera contiene los planteamientos estratégicos del plan, la segunda presenta las metas de consumo, y por último, la tercera parte propone los elementos para el programa de producción de los alimentos básicos. El orden que seguimos al analizar el SAM es el mismo enunciado arriba.

#### 4.2.2. Planteamientos estratégicos.

A partir del perfil alimentario de la población del país, así como del análisis de la estructura del consumo de alimentos se han fijado metas para lograr la autosuficiencia en materia de alimentos, así como para lograr un adecuado nivel nutricional en la población, mediante un rápido crecimiento de la producción de alimentos básicos y apoyos múltiples al consumo de la mayorías empobrecidas del país.

Así por una parte, resulta indispensable para poder reorientar el consumo de las mayorías hacia la satisfacción de sus mínimas necesidades de alimentación, incrementando la producción y distribución adecuadas de alimentos básicos. -- Con base en esto el país puede "organizarse para rescatar su agricultura, dinamizar sus pesquerías y ensanchar su mercado interno, y lo hará por la vía de más rápida y eficiente respuesta; la creación de empleos rurales y, en consecuencia --- proporcionando una mejor distribución del ingreso". (9).

Por otra parte, la innegable necesidad de soberanía, particularmente grave en la actualidad, hace necesaria una -- política de autosuficiencia en materia de alimentos básicos, -- sobre todo en cereales y oleaginosas. Esta autosuficiencia -- no se considera como una "terca y onerosa autarquía", es de -- cir, que la producción interna basta para cubrir las necesida des de la población, ni va en contra de las exportaciones ne- cesarias de hortalizas y frutas, simplemente se considera que México tiene una gran oportunidad para ser autosuficiente en- granos, sin necesidad de paralizar la producción de otros bie- nes.

Asimismo, el alimento no debe someterse a las fluc- tuaciones de la oferta externa, puesto que son los países --- desarrollados quienes propician estas variaciones y procuran- la autosuficiencia alimentaria de su país, a pesar de que en- el mercado internacional cinco o seis firmas, la mayoría nor- teamericanas, controlan cerca del 85% del mercado mundial de- granos, estas variaciones son considerables.

Más aún, los países desarrollados propician una "modernización en el consumo de alimentos, a partir de la proteína animal pero con procesos industriales añadidos que resultan mucho más caros. En México esta modernización, también llamada 'marginalizante' ha contribuido en gran medida a la crisis agrícola del país, la cual se inició hace década y media cuando el temporal maicero se desplomó y empezó una vertiginosa sustitución de maíz por sorgo, un crecimiento aceleradísimo de la demanda de la soya (y su oferta) y una creciente desviación de maíz para consumo animal a expensas del consumo humano. De tal suerte que pasamos a comprar y a precios crecientes lo que antes exportábamos". (10).

Es por esto que el sector agropecuario, es incapaz de seguir apoyando con producción y empleo, al crecimiento de la economía.

Crecimiento que de ser impulsado únicamente por la industria y los energéticos, deberá satisfacer su gran demanda de alimentos con crecientes importaciones. Con el objeto de evitar al máximo estas importaciones se han elaborado una serie de metas en el consumo de las personas y que analizamos en el punto siguiente.

#### 4.2.3. Estimación de metas de consumo alimentario.

Para poder dirigir eficaz y eficientemente las acciones gubernamentales hacia la autosuficiencia alimentaria, se elaboraron metas concretas de consumo, que pudieran

ser traducidas a metas de producción. Esto fue posible --- mediante la encuesta rural y urbana realizada en conjunto - con el INN, en la que fueron encuestadas más de 21 000 fami- lias de 300 comunidades, los resultados obtenidos fueron los siguientes (11):

En las zonas rurales, un poco menos del 90% de la- población padece subconsumo calórico y proteínico en algún - grado, esto es 21 millones de personas. Alrededor de 9.5 -- millones de ellas tienen un déficit calórico grave que va -- del 25% al 40% con respecto al mínimo normativo, que es de - 2,750 calorías diarias per cápita.

Entre las áreas urbanas encuestadas, se detectó -- por lo menos un millón de personas en el Distrito Federal -- cuyo consumo es inferior a las 2,000 calorías diarias. Con- respecto al año de 1959 sólo la región norte aumentó el --- consumo de calorías, de un promedio de 2,131 a 2,222 por per- sona al día; en el golfo y occidente el promedio se mantuvo- constante, pero disminuyó en la zona centro de 1,901 a 1,752 en la zona sur de 1,911 a 1,755 y particularmente en el sur- este donde cayó de 2,007 a 1.577

Tomando como base estos resultados para lograr que la población tenga un consumo adecuado de alimentos, se defi- nió una Población Objetivo, integrada por quienes no alcan- zan a cubrir un mínimo de 2,750 calorías y 80 gramos de ---

proteínas, ésta población ascendía a 35 millones de personas en el año de 1979.

A su vez, tomando en cuenta la crítica situación nutricional prevaleciente en el país, fue necesario definir también, una Población Objetivo Preferente, que ha sido denominada por el SAM, como población de "muy bajo nivel nutricional" o "de zonas críticas", esta población comprendía en el año de 1979, 13 millones de personas en las zonas rurales y seis millones en las zonas urbanas, concentradas principalmente en 688 municipios y en la periferia de las ciudades.

La población infantil representa una elevada proporción de la población objetivo preferente y es la que incide principalmente en la desnutrición, en las áreas rurales "el grupo de edad entre cero y nueve años representa para 1979 algo más del 33%, aproximadamente cuatro millones de niños, y si agregamos el grupo de 10 a 14 años el porcentaje sube a más del 46%, alrededor de seis millones de niños." (12).

Por otra parte, en las áreas urbanas, "el grupo de cero a nueve años con problemas nutricionales representó más del 32%, en 1979, cerca de dos millones de niños, y considerando hasta los 14 años la población asciende al 45%, lo que significa algo más de 2.7 millones de niños. Por lo tanto, del total de la población objetivo preferente, el grupo de cero a nueve años representa alrededor de seis millo -

nes de niños y hasta 14 años 8.5 millones de niños". (13).

Ahora bien, a partir de estas observaciones y comparandolas con la encuesta de ingresos de 1977, se formuló - el patrón de consumo de alimentos de la población objetivo - (60% del total de familias en 1979), elaborando lo que se -- llamó, la Canasta de Consumo Actual (CCA), esta canasta fue- formulada y clasificada de acuerdo a la cantidad y frecuen- cia del consumo de alimentos de las familias (cuadro cuatro punto uno, página 135 ).

La canasta de consumo actual de la población obje- tivo, se compone de 38 productos que representa el 86% del - gasto familiar, de estos alimentos únicamente el maíz y el - frijol representan el 36% del gasto, y sumando los ocho pri- meros productos, que están considerados por la población co- mo super básicos (jitomate, frijol, cebolla, chile fresco, - azúcar morena, maíz de grano, pastas para sopa y manteca de- puerco) el gasto que representan éstos es del 61%.

Después de esta primera visión de lo que consume-- la población objetivo, se realizó una serie de combinaciones de alimentos a fin de que se cubrieran las necesidades bási- cas nutricionales tanto de la población objetivo, como de la población nacional, es por esto que se elaboraron dos nuevos paquetes de alimentos llamados Canasta Básica Recomendable - (CBR), una para la población objetivo (cuadro cuatro punto - dos, página 136 ) y otra para la población nacional (cuadro - cuatro punto tres, página 137 ).

Tanto la canasta básica recomendable como la nacio- nal, cumplen con cinco requisitos principales, que son (14):

Cuadro 4.1  
Canasta de consumo actual para la población  
objetivo

Super básicos (de mayor frecuencia)

1. Jitomate
2. Frijol
3. Cebolla
4. Chile fresco
5. Azúcar morena
6. Maíz de grano
7. Pastas para sopa
8. Manteca de puerco
9. Arroz
10. Café tostado y molido
11. Huevo
12. Raíces feculentas
13. Carne de res
14. Aceite vegetal
15. Pan dulce

16. Pan blanco
17. Leche bronca
18. Piñatano tabasco
19. Galletas

Básicos (de frecuencia intermedia)

1. Tortillas de maíz
2. Carne de puerco
3. Carne de aves
4. Queso fresco
5. Chocolate, cacao, té
6. Otros tipos de leche

Complementarios (de baja frecuencia)

1. Limón
2. Leche fresca pasteurizada

3. Manzana
4. Aguacate
5. Harina de trigo
6. Pescados y mariscos
7. Naranja
8. Harina de Maíz
9. Pescados y mariscos secos y --  
envasados
10. Mantequilla
11. Crema
12. Lechuga
13. Zanahoria

Fuente: Oficina de Asesores del C. Presidente, Sistema Alimentario Mexicano, "primer planteamiento de metas de consumo y estrategia de producción de alimentos básicos para 1980-1982" México, Marzo de 1980, p. 11

Cuadro 4.2  
Canasta básica recomendable para la población objetivo

Producción	Gramos diarios per cápita (básicos).	Producción	Gramos diarios per cápita (básicos).
<b>Cereales</b>		<b>Frutas</b>	
1. Maíz	327	12. Plátano	18
2. Trigo	170	13. Manzana	1
3. Arroz	<u>25</u>	14. Limón	5
Subtotal	525	15. Naranja	37
<b>Leguminosas y oleaginosas</b>		16. Aguacate	<u>9</u>
4. Frijol	<u>60</u>	Subtotal	70
Subtotal	60	<b>Origen animal</b>	
<b>Raíces feculentas</b>		17. Carne de res	23
5. Papa	23	18. Carne de puerco	17
6. Camote	<u>12</u>	19. Carne de aves	9
Subtotal	35	20. Carne de ovicaprino	5
<b>Legumbres</b>		21. Huevo	41
7. Jitomate	30	22. Leche	155
8. Chile	6	23. Manteca de nuezco	10
9. Cebolla	10	24. Pescado y mariscos	<u>25</u>
10. Lechuga	2	Subtotal	285
11. Zanahoria	<u>1</u>	<b>Otros alimentos</b>	
Subtotal	49	25. Aceite vegetal	26
		26. Azúcar	<u>55</u>
		Subtotal	<u>81</u>
		T O T A L	1,102

Fuente: Oficina de Asesores del C. Presidente, Sistema Alimentario-Mexicano, "primer planteamiento de metas de consumo y estrategia de producción de alimentos básicos para 1980-1982" México, Marzo de 1980, p. s/n

Cuadro 4.3  
Canasta básica recomendable para la población  
Nacional

Producción	Gramos diarios per cápita (básicos).	Producción	Gramos diarios per cápita (básicos).
<u>Cereales</u>		<u>Origen animal</u>	
1. Maíz	298.0	19. Carne de res	39.8
2. Trigo	111.8	20. Carne de nueco	20.2
3. Arroz	25.0	21. Carne de aves	17.7
4. Otros	<u>2.8</u>	22. Carne de ovicaprino	4.6
Subtotal	457.6	23. Huevo	21.0
<u>Leguminosas y oleaginosas</u>		24. Leche	300.0
5. Frijol	47.9	25. Otras leches	11.5
6. Otros	<u>10.6</u>	26. Manteca de puerco	7.9
Subtotal	58.5	27. Pescados y mariscos	<u>20.0</u>
<u>Raíces feculentas</u>		Subtotal	442.7
7. Papa	15.2	<u>Otros alimentos</u>	
8. Camote	<u>12.8</u>	28. Azúcar	103.4
Subtotal	28.0	29. Aceite vegetal	<u>14.1</u>
<u>Legumbres</u>		Subtotal	<u>117.5</u>
9. Jitomate	23.0	T O T A L	1,417.9
10. Chile	11.5		
11. Cebolla	9.4		
12. Otros	<u>58.8</u>		
Subtotal	82.7		
<u>Frutas</u>			
13. Plátano	52.5		
14. Manzana	11.5		
15. Limón	12.0		
16. Naranja	47.6		
17. Aguacate	9.0		
18. Otros	<u>118.3</u>		
Subtotal	250.9		

Fuente: Oficina de Asesores del C. Presidente, Sistema Alimentario Mexicano, "primer planteamiento de metas de consumo y --- estrategias de producción de alimentos básicos para ----- 1980-1982", México, Marzo de 1980, p. 46

- A. Cubren los mínimos nutricionales normativos.
- B. Consideran los costos de producción de los bienes primarios que inciden en el precio final de los alimentos que las componen.
- C. Consideran la capacidad de compra de la población.
- D. Consideran los hábitos de consumo nacional y regionalmente.
- E. Consideran el potencial del país en recursos humanos y naturales del sector agropecuario y pesquero y de la industria alimentaria.

Tanto la canasta básica recomendable nacional, --- como la de la población objetivo, "cubren 2,750 calorías y - 80 gramos de proteínas, pero debido a la diferente partici-- pación de los productos de origen animal, la primera tiene - un precio de 16.00 pesos y la segunda de 13.00 pesos per --- cápita diarios, a precios de enero de 1980. Pero lo que --- distingue a la CBR es que liga las necesidades con las posi-- bilidades de producción, hace coherentes los requerimientos- nutricionales con el potencial y las metas productivas de la agricultura, la ganadería, pesca y acuicultura y de la industria alimentaria". (15)

Para hacer llegar los alimentos de la canasta bá-- sica recomendable a la población objetivo, se propone, que - el Estado intervenga para elevar la eficiencia de los distintos canales de distribución, tomando en cuenta que esta ---- población acude principalmente al mercado local, al sistema-

DICONSA (distribuidores conasupo), al mercado sobre ruedas, o bien al tianguis.

Se estima que con 400 tiendas más, esto es ----- 14,000 tiendas en total, se llegará a todas las poblaciones del país de 500 a 10 000 habitantes. Asimismo, el Estado - deberá subsidiar selectivamente los productos que componen la CBR. El SAM fue subsidiado en 1979 con 36,000 millones de pesos a la producción, 15,000 millones de pesos al consumo a través de CONASUPO y con 14,000 millones de pesos destinados a favorecer el precio del azúcar.

De acuerdo al SAM, se estima que para 1980 los -- subsidios a la producción se incrementarán a 50,000 millones de pesos y el subsidio al consumo de alimentos será --- de 35,000 millones de pesos, éste último comprende 10,000 - millones de pesos al precio del azúcar y el diferencial --- repartido entre los principales productos de la CBR; maíz, - frijol, arroz, trigo, soya, cártamo y ajonjolí, que distribuirá CONASUPO.

#### 4.2.4. Elementos para un programa de producción acelerada - de alimentos básicos 1980-1982.

Para lograr la autosuficiencia en los alimentos - principales que plantea la canasta básica recomendable, -- es necesario aumentar la producción agropecuaria y pesquera para producir en el plazo más breve posible estos alimentos

y procurar que este incremento en la producción, genere también a través del empleo agrícola, una mejor distribución del ingreso entre los campesinos, es por ello que la producción se orienta principalmente, a satisfacer la demanda interna.

La estrategia de producción de alimentos básicos, se centra en torno a cuatro elementos fundamentales (16): El primero consiste en aumentar los apoyos a los distritos de temporal, puesto que es en éstos, donde se puede alcanzar una producción estimada de 20 millones de toneladas de maíz (más del doble de la cosecha total nacional), esta producción es posible debido a que en esas zonas se encuentra la mayor parte del potencial productivo. Ayudar al desarrollo de las zonas de temporal es importante para el SAM, puesto que es ahí donde se encuentra gran parte de la población objetivo.

Otro de los elementos del SAM, es la apertura de la frontera agrícola, es decir de aquellas tierras que se encuentran ociosas, o bien subutilizadas por la ganadería. Estas tierras tienen, al igual que las anteriores, gran potencial productivo y se encuentran principalmente, en las planicies costeras del Golfo de México, cubriendo alrededor de tres millones de hectáreas.

El tercer elemento de la estrategia, es la reorientación de la ganadería a un sistema intensivo, con el doble propósito de liberar tierras para el cultivo y elevar su productividad para atender eficientemente la demanda de carne y leche que el crecimiento de la población exige.

Asimismo, el sector pesquero tiene un papel fundamental para la autosuficiencia de los alimentos básicos por el alto -- nivel nutritivo del pescado.

La canasta básica recomendable considera que "el - consumo de pescado, entre la población deberá elevarse de -- los actuales 16 gramos diarios por persona a alrededor de 30 gramos por persona. En promedio esto significa un mínimo de 850,000 toneladas adicionales por alimento: sardina, anchoveta, tiburón, cazón, calamar y especies de escamas". (17).

Por último, el cuarto elemento de la estrategia -- propuesta por el SAM, se refiere a los precios de garantía. "Debe señalarse que la política de precios es a corto plazo, la cual beneficia principalmente a los productores que tie - nen capacidad de responder rápidamente a estos estímulos y - que pueden realizar el precio de garantía. Es con ello que - contemplamos una estrategia de producción a más largo plazo - que debe contemplar como elemento principal el aumento de la productividad del factor tierra. Para inducir el cambio -- tecnológico y aumentar la producción y productividad en el - largo plazo, una política de subsidios a la producción, la - cual debe iniciarse de inmediato y en conjunción con la política de precios para sentar las bases de un desarrollo con-- tinuo y sostenido de la producción". (18).

La justificación de un aumento de los precios de - garantía de los alimentos básicos, se debe a la necesidad -- de producir más y, a que se cultiven primordialmente las zonas de temporal.

Por otro lado, de acuerdo a los "requerimientos -- alimenticios nacionales que plantea la canasta básica reco - mendable (maíz, frijol, arroz, trigo, soya, cártamo, ajonjolí y sorgo \*)" (19). El SAM desarrolló como objetivo princi - pal, lograr la autosuficiencia alimentaria en estos produc - tos, y para ello estableció un orden de importancia para al - canzar en el corto plazo (1982) la autosuficiencia en maíz y frijol y en el mediano plazo (1985) la autosuficiencia en -- los restantes productos, y para lograrlo es necesario que se alcancen los siguientes volúmenes de producción (Ver cuadro - cuatro punto cuatro, página 142).

Cuadro 4.4  
Metas de producción  
(en miles de toneladas)

Cultivo	Años	
	1982	1985
Maíz	13,050	14,950
Frijol	1,492	1,640
Arroz		1,133
Trigo		4,606
Ajonjolí		159
Cártamo		666
Soya		1,000
Sorgo		5,186

Fuente: Oficina de Asesores del C. Presidente, Sistema Alimentario Mexicano, "primer planteamiento de - metas de consumo y estrategia de producción de - alimentos básicos para 1980-1982". México, Marzo de 1980, p. 29

\* Se incluye el sorgo pues es un importante gramo para la pro - ducción de productos ganaderos y que compite por el uso del suelo y recursos con los granos de consumo humano, aunque - NO es, desde luego parte de la canasta básica recomendable.

Sin embargo, para poder ser autosuficientes en cualquier aspecto, es necesario que el país no tenga que recurrir a las importaciones, y si tomamos en cuenta que para el año de 1982 se hicieron significativas importaciones de maíz y -- frijol (cuadro cuatro punto cinco, página 143) podemos observar que la soberanía en estos productos no fue alcanzada.

Cuadro 4.5  
Importaciones de alimentos  
Enero - Diciembre 1982  
(miles)

Concepto	Unidad	Cantidad	Total.	
			Dólares	
Maíz	Kg.	233,038	37,649	
Frijol	Kg.	146,944	98,291	

preliminar

Fuente: Secretaría de Programación y Presupuesto, Comercio exterior de México, información preliminar, México, Instituto Nacional de Estadística e Informática, Enero-Diciembre de 1983, vol. VI, núm 12, p. 30

El Sistema Alimentario Mexicano no es el único programa que se ha elaborado en México a partir de 1976, puesto que alcanzar un nivel nutricional adecuado de la población, es objetivo primordial para el país, es por eso que al terminar un período presidencial y comenzar otro, se plantean nuevos lineamientos que ayuden a mejorar tanto el nivel de vida como nutricional de la población, tal es el caso del Plan Nacional de Desarrollo, el cual mencionamos a continuación, en una forma genérica.

#### 4.3. Plan Nacional de Desarrollo

La estrategia y las acciones propuestas en el Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988 (PND), recogen los planteamientos de los foros de consulta popular, efectuados durante la campaña presidencial de Miguel de la Madrid Hurtado, en los cuales participaron dirigentes y miembros del movimiento obrero organizado del país, campesinos, representantes de organizaciones populares, empresarios, especialistas, profesionistas, miembros del sector académico e intelectual, jóvenes estudiantes, diputados y servidores al Congreso de la Unión.

El PND ha sido elaborado en el contexto de la crisis económica por la que atraviesa el país, por ello la estrategia se propone recobrar la capacidad de crecimiento sobre bases que permitan lograr una mayor generación de empleos permanentes e inflación decreciente; aprovechar racionalmente el medio ambiente y los recursos naturales, fortalecer el mercado interno y solucionar con mayor rapidez las ne

cesidades sociales básicas de la población, así como modular los impactos que ocasiona en la economía nacional las fluctuaciones de la economía internacional, con el fin de alcanzar la independencia nacional y la soberanía política, social y cultural, aspectos básicos de los objetivos nacionales.

Con base en los principios políticos, el PND tiene un propósito básico, y a partir de él, propone cuatro objetivos para hacer frente a la crisis por la que atraviesa el país y la consecución de estos objetivos permitirá que el país siga marchando hacia el propósito nacional, que es:

"Mantener y reforzar la independencia de la nación para la construcción de una sociedad que bajo los principios del Estado de Derecho, garantice libertades individuales y colectivas en un sistema integral de democracia y en condiciones de justicia social. Para ello requerimos de una mayor fortaleza interna: de la economía nacional, a través de la recuperación del crecimiento sostenido, que permita generar los empleos requeridos por la población, en un medio de vida digno; y de la sociedad, a través de una mejor distribución del ingreso entre familias y regiones, y con el continuo perfeccionamiento del régimen democrático". (20)

El propósito nacional descansa en la necesidad de mantener y perfeccionar el régimen democrático, de este propósito se derivan, relacionados entre sí, cuatro objetivos fundamentales que el Plan se propone alcanzar entre 1983 y 1988 (21):

- A. Conservar y fortalecer las instituciones democráticas, --- mediante la unidad solidaria de los mexicanos, para mante-- nernos como Nación libre e independiente.
- B. Vencer la crisis, enfrentando las condiciones actuales --- para abatir las causas de la inflación, defender el empleo-- proteger el consumo básico de las mayorías y la planta ---- productiva, superar los problemas financieros y la inesta-- bilidad cambiaria.
- C. Recuperar la capacidad de crecimiento, a través de la uti-- lización racional de los recursos disponibles, la atención-- equilibrada de los diversos sectores productivos y regiona-- les del país, apoyados en una clara política de descentra-- lización de la vida nacional, para lograr una eficiente -- articulación de los procesos de producción, distribución y-- consumo, fortaleciendo el mercado interno y emprendiendo -- un esfuerzo decidido para dinamizar y diversificar el inter-- cambio con el exterior y sustituir eficientemente las impor-- taciones.
- D. Iniciar los cambios cualitativos que requiere el país en -- sus estructuras económicas, políticas y sociales, con el -- apoyo y participación de los diversos grupos sociales, de -- acuerdo a la renovación moral, para acceder a una sociedad-- igualitaria, libre y democrática.

Con el propósito de lograr los objetivos que plantea el Plan Nacional de Desarrollo, la estrategia económica y --- social propuesta por él, se centra en torno a dos líneas ---- principales de acción, estrechamente relacionadas entre sí: -- una de reordenación económica y otra de cambio estructural --

(22):

A. La primera línea de la estrategia; de reordenación económica se orienta a superar las insuficiencias y desequilibrios fundamentales de la estructura económica, esto significa, dar prioridad a la satisfacción de las necesidades básicas de las mayorías y el fortalecimiento del mercado interno, fundamentalmente en alimentación, vivienda, educación, salud, transporte y recreación. En otras palabras, los diez propósitos fundamentales que se fija esta estrategia son (23):

- a. Disminución de crecimiento del gasto público; atender el pago de la deuda y contener el crecimiento del gasto corriente, para aumentar el ahorro público.
- b. Protección al empleo, creando empleos en el medio rural y en las zonas urbanas que más lo necesitan asimismo incrementar los programas de protección a la planta productiva, para atender la demanda de la población recién egresada de los centros de educación superior.
- c. Continuación de las obras en proceso, disminuir las que no sean indispensables y cancelar proyectos de carácter suntuario y de baja productividad
- d. Procurar el reforzamiento en la ejecución del gasto público autorizado; evitando el desperdicio el dispendio o la corrupción.
- e. Protección y estímulo a los programas de producción, importación y distribución de alimentos básicos; se busca racionalizar y mejorar la intervención del Estado en la producción, procesamiento, distribución y consumo de alimentos así como combatir la especulación en este sector.

- f. Aumentar el ingreso público; gravando más a la población de mayores ingresos.
- g. Canalización del crédito; reestructurando las instituciones de crédito para asegurar su control efectivo por el Estado.
- h. Reinvidicación del mercado cambiario manteniendo un tipo de cambio que aliente al exportador y propicie la captación de divisas necesarias para el abastecimiento de bienes y servicios.
- i. Reestructuración de la Administración Pública Federal.
- j. Actuar bajo el principio de rectoría del Estado y dentro del régimen de economía mixta.

B. La segunda línea estratégica del Plan Nacional de Desarrollo, relativa al cambio estructural, persigue iniciar cambios en la estructura económica y en la participación social en el proceso de desarrollo para reorganizar el proceso productivo y distributivo. El cambio estructural se base en seis puntos principales (24) para guiar en forma adecuada las acciones globales, sectoriales y regionales -- del plan, estos seis puntos los analizamos a continuación:

- a. Enfatizar los aspectos sociales y redistributivos del crecimiento; para transformar el crecimiento económico en desarrollo social, se pretende ampliar la atención de las necesidades básicas (educación, salud, seguridad social, alimentación, vivienda, transporte, recreación y deporte) de la población de bajos ingresos, elevar la generación de empleo asociado al crecimiento del producto interno bruto, así --

- como promover una mejor distribución del ingreso.
- b. Reorientar y modernizar el aparato productivo -- y distributivo mediante la reorganización del -- sector agropecuario que mejore los niveles de -- vida y asegure los alimentos básicos que deman-- da la población.
  - c. Descentralizar en el territorio las actividades-- productivas y el bienestar social; comprende --- dos aspectos diferentes aunque relacionados en-- tre sí, por un lado la desconcentración y reor-- denamiento de la economía nacional en el terri-- torio y, por el otro lado la desconcentración -- de funciones y de recursos del gobierno.
  - d. Adecuar las modalidades del financiamiento a --- las prioridades del desarrollo; esto implica --- corregir la fuerte dependencia de recursos pro-- venientes del exterior, disminuyendo paulatina-- mente la magnitud de la deuda externa, asimismo-- incrementar el ahorro interno.
  - e. Preservar, movilizar y proyectar el potencial -- de desarrollo nacional, apoyándose en la cien--- cia y tecnología y la preservación del medio --- ambiente.
  - f. Fortalecer la rectoría del Estado; impulsando -- el sector social y estimular el sector privado.

El Plan Nacional de Desarrollo señala en sus dos -- lineamientos estratégicos, la prioridad que tiene la atención a las necesidades básicas de la población y principalmente -- la alimentación y nutrición, es por esto y en apoyo a los ob-- jetivos del PND, que se ha formulado el Programa Nacional --- de Alimentación, el cual analizamos más ampliamente en el -- siguiente punto.

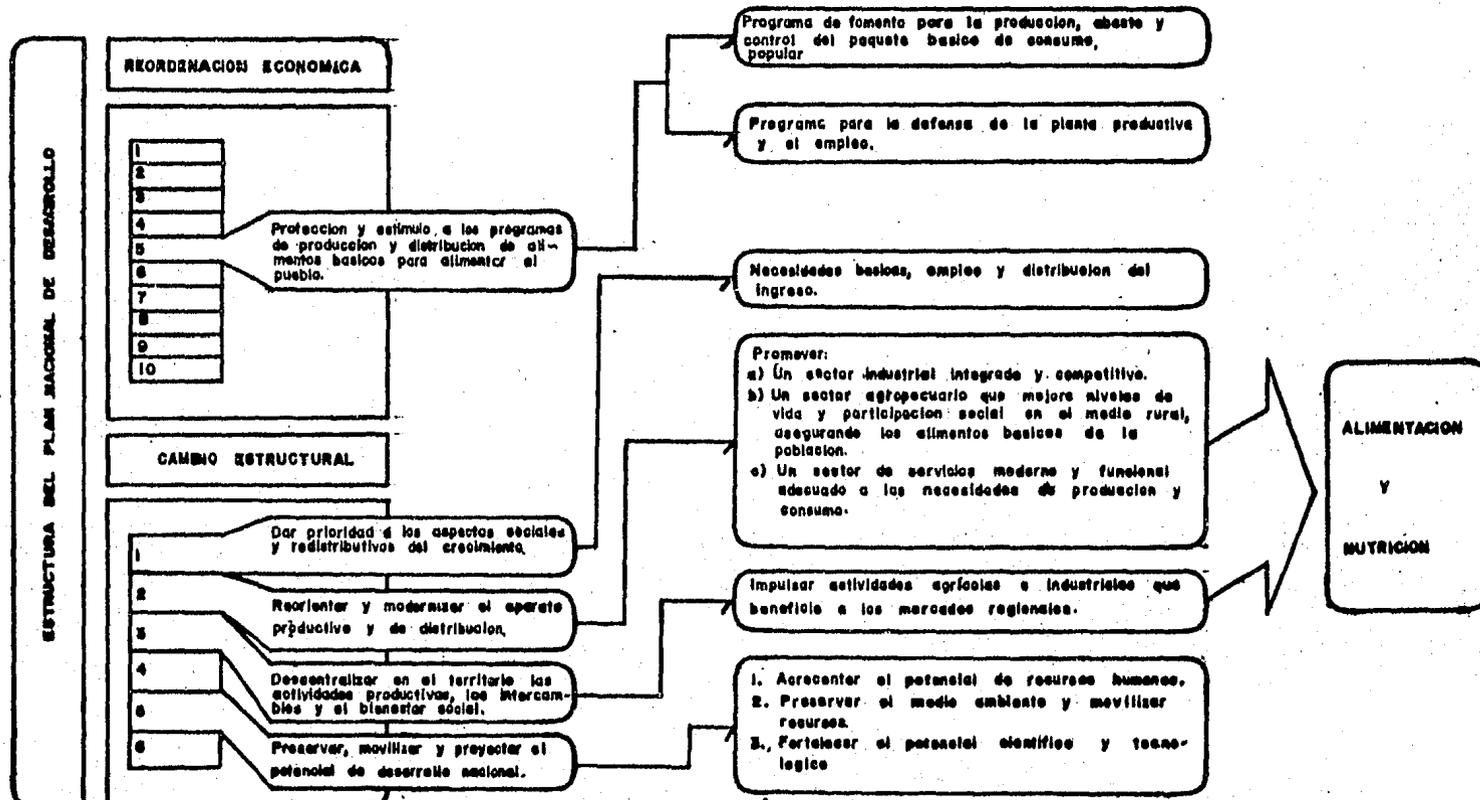
#### 4.4 Programa Nacional de Alimentación.

Como ya se mencionó, el Plan Nacional de Desarrollo se centra en torno a dos lineamientos fundamentales; -- uno de reordenación económica y otro de cambio estructural. Dentro del primero se incluye la protección y estímulo de los programas de producción y distribución de alimentos --- básicos. En la segunda línea de acción, es decir en la --- estrategia de cambio estructural, se preveé la reorientación y modernización del aparato productivo y distributivo, con el propósito de ampliar la oferta de los bienes y servicios que demanda la población, fundamentalmente el propósito consiste en mejorar el nivel nutricional de la población (gráfica cuatro punto uno, página 151).

Con base en estas dos estrategias, se ha formulado el Programa Nacional de Alimentación 1983-1988 (PRONAL) que se define a sí mismo como "un programa especial que --- constituye un primer paso en la integración programática -- del quehacer público vinculado con la cadena alimentaria, - con el objeto de introducir un mayor orden y aprovechar -- mejor los recursos, cuyas orientaciones serán obligatorias para las diferentes instituciones del sector público, provocando la participación del sector social y privado". (25).

La formulación del PRONAL, parte del reconocimiento de la complejidad del sistema de comercialización y de la identificación de los problemas nutricionales que padece

LA ALIMENTACION EN LA ESTRATEGIA NACIONAL DE DESARROLLO



la población, lo que permite elaborar los objetivos del Programa, mismos que veremos a continuación.

#### 4.4.1. Objetivos generales.

En la situación nutricional del país influyen en ---- forma determinante la inequitativa distribución del ingreso y - la reducción de la producción nacional de alimentos básicos, lo que provoca el insuficiente acceso de los alimentos para la población de bajos ingresos y, el exceso de consumo y desperdicio de una minoría.

Como consecuencia de la disminución en la producción de alimentos, se ha recurrido, sobre todo en los últimos años, - a la importación creciente no sólo de granos, semillas y lácteos, sino también de insumos y maquinaria.

Tomando en cuenta lo anterior, el Programa Nacional-- de Alimentación se propone como objetivos fundamentales (26):

- A. Procurar la soberanía alimentaria.
- B. Alcanzar condiciones de alimentación y nutrición - que permitan el desarrollo tanto físico como men - tal, de toda la población.

Como complemento a estos dos lineamientos, se han --- fijado ha su vez, una serie de objetivos específicos, entre los que resaltan los siguientes:

- a. El programa se dirigirá principalmente a "la -- Población Objetivo, que es aquella que posee -- bajos niveles de ingreso y una alimentación --- inadecuada" (27), esta población representaba-- en 1983 el 40% de la población total y se esti-- ma que para 1984 sea de 30.5 millones y en 1988 de 33 millones (cuadro cuatro punto seis, pági-- na 153 ).

Cuadro 4.6

Proyección programática de la pobla--  
ción objetivo, 1982, 1984, 1988, --  
(millones de personas).

Años	Población total.	Población de bajos ingresos		
		Agrícola	No agrícola	Total
1982	73.1	11.1	18.0	29.1
1984	76.8	11.3	19.2	30.5
1988	83.3	11.7	21.3	33.0

Fuente: Secretaría de Programación y Presupuesto, Progra--  
ma Nacional de Alimentación 1983-1988, México, --  
Subsecretaría de desarrollo social y rural, 1983,  
p. 63

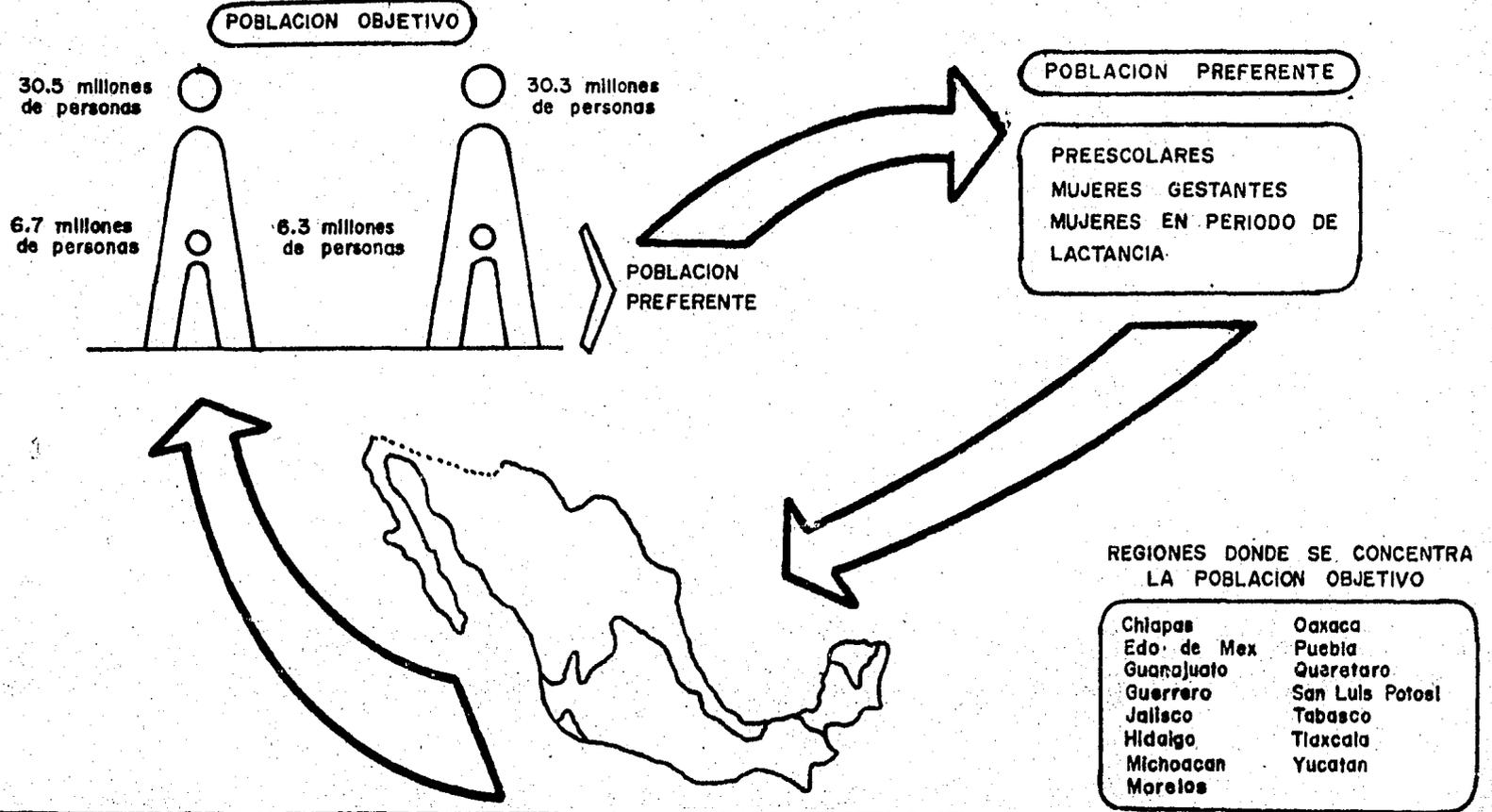
- b. Dentro de la población objetivo, localizada principalmente en Oaxaca, Chiapas, Puebla, Guerrero, Hidalgo, Tlaxcala, San Luis Potosí, Querétaro, - Tabasco, Yucatán, México, Guanajuato, Michoacán, Zacatecas, Morelos y Jalisco; se dará preferencia a los grupos formados por "preescolares, mujeres gestantes y en período de lactancia y constituyen la Población Preferente del PRONAL" (28) Esta población se estima en 6.7 millones de personas para 1984 y en 6.3 millones en 1988 (cuadro cuatro punto siete, página 154), ver gráfica cuatro punto dos, página 155).

Cuadro 4.7  
Estimación de la población  
preferente, 1984 y 1988.  
(millones de personas)

Población	1984	1988
Preescolares	4.9	4.7
Mujeres gestantes	1.2	1.2
Mujeres en período de lactancia.	0.6	0.5
S U M A	6.7	6.3

Fuente: Secretaría de Programación y Presupuesto, - Programa Nacional de Alimentación 1983-1988, México, Subsecretaría de desarrollo social y rural, 1983, p. 64.

**GRAFICA 4-2**  
**PRIORIDADES DE ATENCION DEL PROGRAMA**  
**NACIONAL DE ALIMENTACION**



FUENTE: SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO, PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTACION 1983-1988, MEXICO, SUBSECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL Y RURAL, 1983, p. ANEXO GRAFICO.

c. Otro de los objetivos es proteger el poder adquisitivo de la población objetivo y de la preferente, a través de la oferta garantizada y a precios accesibles del Paquete Básico de Consumo Popular (cuadro cuatro punto ocho, página 157), que contiene los "alimentos prioritarios que definen fundamentalmente la calidad y cantidad de la ingesta alimentaria, especialmente de las familias de bajos ingresos". (29). Se consideran como alimentos prioritarios el maíz, trigo, frijol, arroz, azúcar, aceite y grasas vegetales, carne de aves, huevo, leche, pescado, así como sus correspondientes derivados. Las hortalizas, tubérculos, frutas y otros tipos de carnes, son considerados como alimentos necesarios y al igual que los prioritarios, también forman parte del Paquete Básico de Consumo Popular.

Para lograr los objetivos de alimentación el PRONAL se basa en el fomento de la producción interna de alimentos, en especial en las zonas de temporal, pero sin descuidar las de riego, es por esto que se han fijado metas cuantitativas de producción, con base en las cantidades de los principales alimentos que serán requeridos por la población en el período 1983-1988, estos requerimientos se analizan en el punto siguiente.

#### 4.4.2. Requerimientos a corto y mediano plazo.

Con el fin de establecer el comportamiento del consumo de la población, se tomaron en cuenta las condiciones económicas que se estima prevalecerán en el país, durante el-

**Cuadro 4.8**  
**Paquete Básico de Consumo Popular**

**A. Paquete básico de consumo popular**

1. Aceites y grasas vegetales comestibles	garbanzo	estándar	congelado
aceites vegetales comestibles	piña	11. Huevo	seco-salado
mantecas vegetales comestibles	guayaba	huevo de gallina	ahumado
	durazno	12. Leche	sardina enlatada
2. Arroz	pera	leche fresca pasteurizada	atún enlatado
arroz pulido	mango	leche en polvo	16. Tortilla
3. Azúcares	manzana	leche condensada	tortilla de maíz
azúcar refinada	chile jalapeño	leche evaporada	17. Sal
azúcar estándar	chile verde	leche maternizada	sal molida de uso doméstico
4. Café	chile serrano	15. Pan	sal en grano de uso doméstico
café tostado molido	chile chipotle	pan bolillo	
café soluble	puré de tomate	pan telera	
5. Carnes y embutidos cárnicos y embutidos	8. Galletas	14. Pastas alimenticias	B. Otros bienes y servicios
	galletas populares	para sopa	a. medicamentos del cuadro básico
6. Frijol	9. Harina de maíz	menudas	b. enseres domésticos
frijol	harina de maíz nixtamalizado	huecas	c. electricidad y gas
7. Frutas	10. Harina de trigo	fideos	d. vestido y calzado
chicharo	extrafina	15. Pescado	e. necesereros
ejote	semifina	tresco	f. transporte y renta

Fuente: Secretaría de Programación y Presupuesto, Programa Nacional de Alimentación 1983-1988, México, Subsecretaría de desarrollo social y rural, 1983, p. 283

período de 1983 a 1988, así como la relación que existe entre el consumo de alimentos, el ingreso, la situación geográfica y la actividad que desempeña el jefe de familia, clasificando así a la población nacional, en "agrícola y no agrícola y, -- según su ubicación se dividió al país en dos grandes regiones norte y resto". (50)

Bajo estas circunstancias, la demanda efectiva de alimentos para consumo humano que se espera para el período de 1983 a 1988 en los productos principales de la alimentación son: el maíz oscilará entre un mínimo de 8.7 y un máximo de 9.1 millones de toneladas en 1984, y entre 9.2 y 9.4 millones de toneladas en 1988. En el caso del frijol, la demanda que puede esperarse en 1984 y 1988, es de 1.1 y 1.2 millones de toneladas, respectivamente, y prácticamente iguales en las alternativas mínimas y máximas.

En el resto de los productos como son: trigo, ---- arroz, aceite vegetal, azúcar, carnes, lácteos, huevo y pescado, las diferencias entre las cantidades mínimas y máximas -- de la demanda, serán un poco más significativas, puesto que -- oscilan entre 8 y 13 por ciento en 1984 y entre 6 y 9 por -- ciento en 1988, como puede observarse en el siguiente cuadro (cuadro cuatro punto nueve, página 159).

Conforme a la producción esperada de alimentos se -- pretende mejorar la crítica situación alimentaria que presenta la población, principalmente la de bajos ingresos, y tomando en cuenta el mínimo alimenticio recomendado por el Institu

Cuadro 4.9  
 Demanda efectiva esperada de-  
 alimentos para consumo humano  
 1984 y 1988.  
 (miles de toneladas).

Producto	1984		1988	
	Máxima	Mínima	Máxima	Mínima
Maíz	9,080	8,744	9,415	9,217
Frijol	1,135	1,130	1,230	1,205
Trigo	3,065	2,722	3,552	3,295
Arroz	660	594	735	692
Accite vegetal	665	598	769	712
Azúcar	3,319	3,102	3,729	3,596
Carne bovino	1,040	941	1,227	1,128
Carne porcino	710	656	855	777
Carne ave	490	437	585	533
Lacteos totales <sup>1</sup>	8,818	7,869	10,395	9,511
Huevo	795	692	936	858
Pescado	982	835	1,520	1,290

<sup>1</sup> millones de litros

Fuente: Secretaría de Programación y Presupuesto, Programa Nacional de Alimentación 1983-1988, México, Subsecretaría de desarrollo social y rural, 1983, p. 59.

to Nacional de la Nutrición, que es de 2,750 calorías y 80 gramos de proteínas, se elaboró, como puede observarse en el cuadro cuatro punto diez, página 161), el consumo tanto de energía (calorías), como de proteínas, estimado para la población total de bajos ingresos del país.

Analizando el cuadro cuatro punto diez, podemos observar que la situación nutricional de la región norte superará a la de la población ubicada en el resto del país ya que la primera alcanzará en promedio para 1988, un consumo aproximado del 86% de las calorías mínimas recomendadas por el INN, mientras que el resto del país alcanzará aproximadamente un promedio del 76% del mínimo necesario. Lo mismo sucede con el consumo de proteínas, pues en la zona norte representará en promedio el 68% del necesario, mientras que el resto del país tendrá aproximadamente un consumo del 55% del recomendado, para el mismo año.

A partir del análisis de la ingesta alimentaria y con el postulado de facilitar a la población objetivo el acceso a todos los alimentos que contiene el Paquete Básico de Consumo Popular, se han elaborado una serie de proyecciones para determinar los requerimientos necesarios de la población, en cada uno de los alimentos, tanto prioritarios como necesarios, esto se muestra en el cuadro cuatro punto once, página 162). Cabe mencionar que todos los cuadros presentados en el PRONAL, son estimaciones a partir de un modelo de proyección, por lo que deberán ser revisados y corregidos periódicamente.

Cuadro 4.10

Aporte nutricional diario del consumo aparente de alimentos de los grupos de población de bajos ingresos, 1982, 1984 y 1988.

Año	Región Norte		Resto del país	
	Agrícola	No Agrícola	Agrícola	No Agrícola
Energía (kilocalorías)				
1982	2,586	2,479	2,333	2,094
1984	2,186	2,071	1,945	1,915
1988	2,512	2,401	2,272	2,049
Proteínas Totales (gramos)				
1982	58.9	57.5	59.0	53.0
1984	50.7	46.9	48.8	47.1
1988	57.3	55.4	57.4	51.6
Proteínas de origen pecuario o pesquero (gramos)				
1982	9.9	17.8	7.4	15.6
1984	4.7	9.7	2.5	7.2
1988	8.7	16.2	6.4	13.9

Fuente: Secretaría de Programación y Presupuesto, Programa Nacional de Alimentación 1983-1988, México, Subsecretaría de desarrollo social y rural, 1983, p. 62.

Cuadro 4.11  
Requerimientos de los principales productos  
alimenticios para consumo humano -  
(miles de toneladas)

Productos	Población - Objetivo			Población total		
	1982	1984	1988	1982	1984	1988
<b>ALIMENTOS PRIORITARIOS</b>						
Maíz	3,165	4,172	4,295	8,350	9,145	9,600
Trigo	775	1,101	1,175	2,940	3,355	3,655
Frijol	445	491	558	1,075	1,160	1,250
Arroz	175	186	190	630	660	710
Azúcar	855	827	977	3,185	3,255	3,650
Aceite y grasas vegetales	160	207	170	640	700	720
Lácteos totales	1,710	1,760	2,200	8,505	8,795	10,015
Huevo	170	183	265	770	800	955
Carne de aves	70	76	70	480	495	545
Pescado	85	131	188	810	890	1,515
<b>ALIMENTOS NECESARIOS</b>						
Jitomate	180	120	190	750	710	850
Papa y otros tubérculos	200	150	215	650	700	825
Naranja	355	140	355	2,185	2,025	2,470
Plátano	275	125	280	1,430	1,150	1,685
Carne de bovino	180	95	185	1,005	950	1,135
Carne de porcino	90	40	95	645	660	790
Carnes de ovino y caprino	10	5	10	65	65	75
Manteca	56	55	75	215	210	245

1. Corresponde a las cantidades resultantes de la demanda efectiva de la población objetivo

Fuente: Secretaría de Programación y Presupuesto, Programa Nacional de Alimentación 1983-1988, México, Subsecretaría de desarrollo social y rural, 1983, n. 68

2. Los productos prioritarios incluyen las cantidades adicionales que son requeridas para compensar los déficit nutricionales prevaletentes. Las cantidades de los productos necesarios corresponden a las que derivan de la demanda efectiva.

3. Para las cantidades adicionales destinadas a la población objetivo, se considera solamente leche fluida y procesada. Cifras expresadas en millones de litros.

Ahora bien, con el objeto de que la población tenga una alimentación adecuada, a través del paquete, el PRONAL -- propone una serie de objetivos específicos a cada una de las fases de la cadena alimentaria, es decir producción, transformación, comercialización y, consumo y nutrición, los cuales -- son tratados en los puntos siguientes.

#### 4.4.3 La cadena alimentaria.

La llamada cadena alimentaria, es un proceso complejo y difícil que abarca desde la producción primaria, la -- transformación y la comercialización, hasta el consumo y la -- nutrición. Influyen directamente en esta cadena, factores -- tales como el abasto, el transporte, el acopio, es decir, -- la captación de la producción y otros factores también importantes como la organización de los campesinos, la capacita -- ción, la inversión, el financiamiento, la tecnología, el ni -- vel de empleo y la distribución del ingreso.

En México 20% del Producto Interno Bruto, proviene de los sectores relacionados con la cadena alimentaria, así -- mismo 47% de la población económicamente activa se ocupa y -- deriva sus ingresos de su participación en esos sectores. Es por esto que el país posee en su cadena alimentaria un enorme potencial que es necesario aprovechar para mejorar las defi -- ciencias en la infraestructura y los servicios para la adecua da recepción, almacenamiento y distribución de alimentos que -- actualmente generan mermas que representan en promedio, 10% -- de las cosechas de granos y cereales, 30% en frutas y hortaliz as y 50% en pescados y mariscos.

Por otro lado, el sistema comercial se caracteriza por la existencia de una densa red de intermediarios y transportistas que se apropian de una importante porción del valor final de los productos que manejan, deprimiendo los precios que obtienen los productores primarios y aumentándolos para los consumidores finales. En virtud de esto, se han fijado los lineamientos para cada una de las fases de la cadena alimentaria; producción, transformación, comercialización y, consumo y nutrición (gráfica cuatro punto tres, página 165).

#### 4.4.3.1. Fase de producción.

El programa de producción se propone atender prioritariamente los requerimientos de la población, mediante la producción interna de alimentos, con recursos y tecnología propios, toma en cuenta los balances de nutrición, los hábitos alimenticios y los niveles de ingreso de la población, así como los precios de compra de los productos y los recursos potenciales del país. La producción de alimentos está dirigida a los alimentos de origen vegetal, en particular granos, asignando un apoyo concentrado a las zonas de temporal y reorientando la producción a las zonas de riego.

El objetivo a mediano plazo de la fase de producción primaria es "aumentar la oferta de los productos de origen agrícola, pecuaria y pesquera, que forman parte del cuadro de alimentos prioritarios seleccionados, para satisfacer la demanda de productos alimenticios básicos y las necesidades de nutrición de la población objetivo del programa. Este incremento productivo se buscará dentro de un marco de mejoramiento en los niveles de vida de los productores agro-

GRAFICA 4.3  
ACTIVIDADES INCLUIDAS EN LAS FASES  
DE LA CADENA ALIMENTARIA



FUENTE: SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO, PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTACION 1983-1988, MEXICO, SUBSECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL Y RURAL, 1983, p. ANEXO GRAFICO.

pecuarios y pesqueros, una mayor participación económica y -- social de los mismos y el fortalecimiento de la soberanía alimentaria nacional". (31).

A corto plazo, el objetivo consiste en proteger el empleo dentro del sector primario, así como su capacidad productiva, para mantener y mejorar los niveles alcanzados en la producción de alimentos y el ingreso de los productores pesqueros y agropecuarios.

Por otro lado, la producción esperada del sector -- agropecuario para el año de 1988 es de 18.3 millones de toneladas de maíz, 1.7 millones de toneladas de frijol, 5.3 millones de toneladas de trigo. Para carne de ave y huevo las metas son de 6.7 y 1.4 millones de toneladas respectivamente, - en el mismo año. En el caso de la leche, la estimación para 1988 es de 8 mil 722 millones de litros, y por último el sector pesquero tiene una meta de captura de 224 mil toneladas - de sardina, anchoveta, túnido y escama.

#### 4.4.3.2. Fase de transformación.

Mediante los sistemas de conservación, la industria permite asegurar la disponibilidad de productos estacionales durante todo el año y facilita su traslado a los centros de consumo. Asimismo hace posible el aprovechamiento, para propósitos alimenticios, de ciertos productos y facilita la ---- introducción de nuevos alimentos en las dietas y la adición - de enriquecedores en los alimentos naturales.

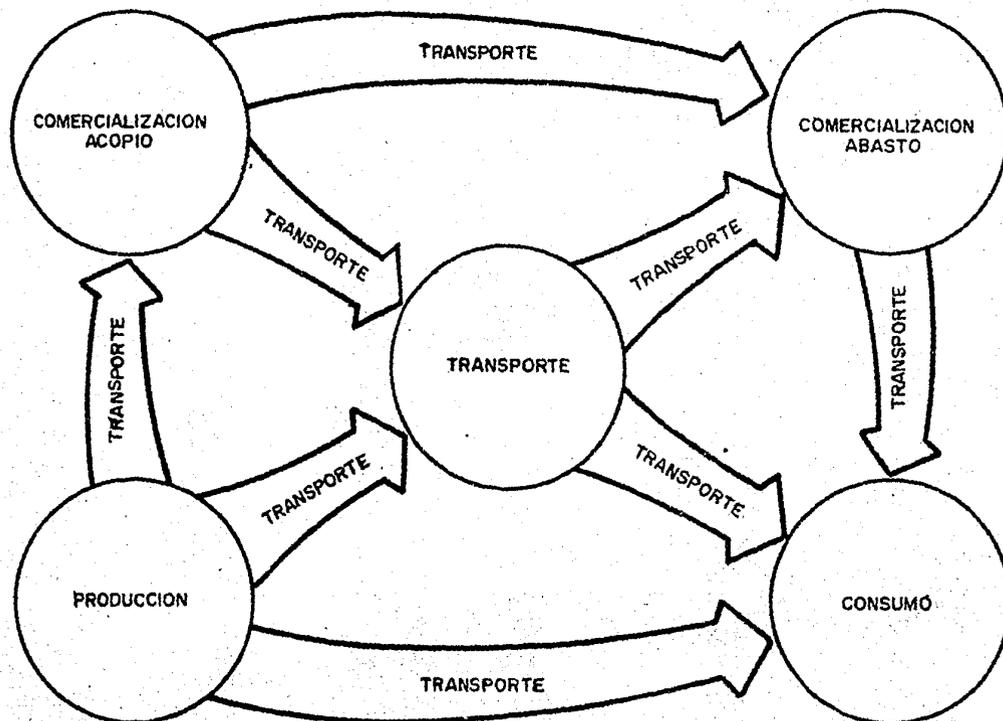
Con excepción de los granos de consumo directo, -- las frutas hortalizas y carnes, todos los demás alimentos se sujetan a algún tipo de proceso industrial o de transforma -- ción. En el caso de México se estima que 50% de los produc -- tos alimenticios pasan por la industria alimentaria de ---- transformación.

La fase de transformación consiste en hacer más -- eficiente el funcionamiento de la cadena alimentaria, desde -- el productor primario hasta el consumidor final, organizando -- la actividad agroindustrial de modo que permita integrar los -- eslabones que conforman la cadena para hacer posible que la -- población obtenga los productos en cantidad, calidad y a -- precios adecuados. (ver gráfica cuatro punto cuatro, pági -- na 168 )

Los objetivos a mediano plazo para la fase de --- transformación consisten en (32):

- A. Aumentar selectivamente la producción de los -- alimentos procesados que derivan del cuadro de -- alimentos prioritarios a fin de hacer más esta -- ble y accesible el consumo de alimentos.
- B. Articular la estructura productiva agroindus -- trial con las demandas de consumo de la pobla -- ción, es decir utilizar a la agroindustria como -- eje para lograr la integración y eficiencia de -- la cadena alimentaria por producto, logrando -- mayor fluidez de los bienes y reduciendo el --- intermediarismo, con el consiguiente efecto de -- la disponibilidad y mejores precios en los ali -- mentos.

GRAFICA 4.4  
LA CADENA ALIMENTARIA



FUENTE: SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO, PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTACION 1983-1988, MEXICO, SUBSECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL Y RURAL, 1983, p. ANEXO GRAFICO.

En el corto plazo, el objetivo primordial es mantener, al menos, la producción del Paquete Básico de Consumo -- Popular.

#### 4.4.3.3. Fase de comercialización.

El peso y la importancia de la actividad de comercialización varía en los distintos productos alimenticios y generalmente mayor cuanto más dispersos están los productores y los consumidores. En estos casos, los intermediarios se -- apoderan de una gran cantidad de productos, fijando ellos el -- precio, para después distribuirlos entre los consumidores.

La comercialización "es la parte del proceso que no modifica la naturaleza de los productos, sólo los moviliza o guarda para entregarlos con prontitud al siguiente eslabón de la cadena". (33) constituye el enlace que articula las fases de consumo, producción y transformación. Comprende desde el acercamiento de los insumos necesarios para la producción primaria, incluye la captación de ésta, o sea su acopio, almacenamiento y transportación hasta hacerla accesible a la -- industria y el consumidor.

Los objetivos para la fase de comercialización --- consisten en el mediano plazo, en asegurar un abasto oportuno de los productos incluidos en el Paquete Básico de Consumo Popular a precios accesibles para la mayoría de la población,

así como "aumentar su disponibilidad y su calidad por medio -- de una reducción sustantiva de las mermas y de la conservación de sus características nutricionales. Asimismo se pretenden - impulsar el desarrollo y modernizar el sistema de acopio y --- abasto de alimentos, de modo que se vincule orgánicamente con las otras fases de la cadena alimentaria y se proporcionen -- orientaciones claras de la producción primaria". (34).

El objetivo fundamental a corto plazo, consiste ---- en garantizar el abasto oportuno y a precios accesibles los -- alimentos prioritarios, particularmente para la población de - bajos ingresos, para este propósito la Compañía Nacional de -- Subsistencias Populares (CONASUPO), plantea en cuanto a distri bución de alimentos, las siguientes metas (cuadro cuatro punto doce, página 170)

Cuadro 4.12  
Metas de venta del sistema  
de distribuidores CONASUPO

Concepto	Millones de pesos-		Tasa de	Población
	1983	1988	creci - miento- anual. 1983-1988	objetivo- (millones de hab). 1988
DICONSA	69,030.2	91,047.4	5.7	57.8
Programa rural	16,325.7	28,568.1	11.8	27.4
Programa urbano	52,704.5	63,379.3	3.8	30.4
IMPECSA	6,270.3			

Fuente: Secretaría de Programación y Presupuesto, Programa - Nacional de Alimentación 1983-1988, México, Subsecre taría de desarrollo social y rural, 1983, p. 98

#### 4.4.3.4. Fase de consumo y nutrición.

La situación alimentaria nacional puede ser considerada desde dos puntos de vista; uno urbano y otro rural. En el primero el consumo de alimentos es más diversificado, debido a la disponibilidad de un gran número de productos, tanto naturales como procesados. En las zonas rurales si bien la alimentación es menos diversificada en productos industrializados, incluyen una variedad de alimentos vegetales y animales provenientes del aprovechamiento de especies locales.

Por ello, la modificación o alteración de un patrón de consumo general, atañe al tipo, calidad o cantidad de los productos de que dispone la población. El consumo constituye "la fase de la cadena que permite convertir los productos agropecuarios e industriales en alimentos que proporcionan los nutrientes necesarios para llevar una vida sana y normal. Fin y origen de la cadena alimentaria, el consumo está condicionado por tres factores centrales que son: la disponibilidad real de alimentos en el tiempo y en el espacio, los patrones alimentarios prevalecientes y la posibilidad efectiva de acceder a los productos para el autoconsumo". (35).

El objetivo central de la fase de consumo y nutrición consiste en "mejorar cualitativa y cuantitativamente la dieta de los grupos afectados de la población por carencias de nutrición". (36).

Específicamente las cuatro fases de la cadena alimen-

taria, constituyen el medio por el cual, el Programa Nacional de Alimentación pretende mejorar los niveles de nutrición de la población, es decir, que ésta tenga un mejor acceso a los alimentos prioritarios y a los necesarios que contiene el --- Paquete Básico de Consumo Popular.

Asimismo, el paquete básico constituye uno de los elementos clave que utilizamos para la realización de nuestra investigación, es decir el producto, que es parte integral de la mezcla comercial. Siendo nuestro propósito determinar si la población de bajos ingresos tiene acceso a todos los alimentos del paquete, realizamos una investigación enfocada a la comercialización de los alimentos que denominamos necesarios; los resultados obtenidos son presentados en el capítulo siguiente.

## Citas del capítulo 4

- (1) Ramírez Hernández, Juan, et. al., Aspectos socioeconómicos de los alimentos y la alimentación en México, INN, (mimeo) 1980, p. s/n
- (2) Secretaría de Programación y Presupuesto (SPP), Plan Global de Desarrollo 1980-1982 (PGD), México, Subsecretaría de Programación y Presupuesto, Direcciones generales de --- política económica y social y de difusión y relaciones --- públicas, (segunda edición), 1980, p. 5.
- (3) Ibid., p. 7
- (4) Ibid., p. 9
- (5) Ibid., p. XVII
- (6) Torres Gaytán, Ricardo, "Sector agropecuario y desarrollo económico y social de México", en Comercio Exterior, vol. 31, núm. 6, México, BNCE, junio de 1981, p. 621.
- (7) Ibid., p. 621
- (8) Montes de Oca, Rosa Elena y Rello, Fernando, "Hacia un --- proyecto alimentario diferente", en Comercio Exterior, vol. 32, núm. 2, México, BNCE, febrero de 1982, p. 177.
- (9) Oficina de Asesores del C. Presidente, Sistema Alimentario Mexicano, "primer planteamiento de metas de consumo y estrategia de producción de alimentos básicos para 1980-1982" México, marzo de 1980, p. 3
- (10) Ibid., p. 7
- (11) Ibid., p. 9

- (12) Ibid., p. 10
- (13) Ibid., p. 10
- (14) Ibid., p. 14
- (15) Ibid., p. 15
- (16) Ibid., p. 23
- (17) Ibid., p. 24
- (18) Ibid., p. 27
- (19) Ibid., p. 27
- (20) Secretaría de Programación y Presupuesto (SPP), Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988 (PND), México, Ed. --- Subsecretaría de planeación del desarrollo, 1983, p. 107.
- (21) Ibid., p. 108
- (22) Ibid., p. 111
- (23) Véase SPP, PND, Ibid., p.p. 117-126
- (24) Véase SPP, PND, Ibid., p.p. 127-149
- (25) Secretaría de Programación y Presupuesto (SPP), Programa Nacional de Alimentación 1983-1988 (PRONAL), México, Ed. Subsecretaría de desarrollo social y rural, 1983, p. 12
- (26) Ibid., p. 49
- (27) Ibid., p. 63
- (28) Ibid., p. 63
- (29) Ibid., p. 64
- (30) Ibid., p. 58
- (31) Ibid., p. 74
- (32) Ibid., p. 86
- (33) Ibid., p. 95
- (34) Ibid., p. 97

(35) Ibid., p. 107

(36) Ibid., p. 109

## Capítulo 5

### Comercialización de alimentos necesarios

## Capítulo 5

### Comercialización de alimentos necesarios

Como ya hemos visto, los planes en materia alimentaria en nuestro país se han centrado principalmente en mejorar la situación nutricional de la población de bajos ingresos ya que ésta presenta grandes deficiencias en ese aspecto, causadas fundamentalmente por una mala distribución del ingreso por la inflación que influye en un incremento de precios en los alimentos por una industria alimentaria que se ayuda de publicidad para modificar hábitos de consumo deteriorando la alimentación y por el aparato comercial y de distribución caracterizado por una densa red de intermediarios, perteneciendo éste último al sistema de comercialización.

Con base en los aspectos teóricos tratados en los capítulos dos, tres y cuatro realizamos nuestra investigación de campo, tendiente a determinar cómo influye la comercialización en el consumo de alimentos necesarios de la población de bajos ingresos.

Este capítulo presenta los resultados de dicha investigación y como primer punto señalamos el concepto de alimentos necesarios, en seguida la selección del mercado meta fijado, la mezcla comercial y por último el sistema de

comercialización.

### 5.1. Concepto de alimentos necesarios.

De 1976 a la fecha, se han elaborado dos planes -- en materia de alimentación, el Sistema Alimentario Mexicano-- (SAM) y el Programa Nacional de Alimentación (PRONAL), ambos-- dirigidos fundamentalmente a la población de bajos ingresos -- con el objeto de mejorar su situación nutricional; es por --- ello que ambos han propuesto una serie de alimentos conside-- rados como necesarios para que esta población tenga una ---- alimentación adecuada.

Actualmente vigente, el PRONAL centra su atención-- en un número reducido de alimentos a los que ha denominado -- "prioritarios"; estos productos son los que "definen fundamen-- talmente la calidad y cantidad de la ingesta alimentaria, --- especialmente de las familias de bajos ingresos (1).

Son considerados por el PRONAL como alimentos --- prioritarios el "maíz, trigo, frijol, arroz, azúcar, aceites-- y grasas vegetales, carne de aves, huevo, leche y pescado" -- (2) y sus correspondientes derivados, asimismo "otros tipos -- de carne, hortalizas, tubérculos y frutas" (3) llamados ---- alimentos "necesarios" también han sido considerados dentro -- de dicho programa con el objetode conformar lo que ha denomi-- nado Paquete Básico de Consumo Popular.

Por otro lado, el PRONAL al dividir los alimentos-- que constituyen dicho paquete en prioritarios y necesarios -- a estos últimos los maneja como complemento de los primeros;--

tomando en cuenta el valor nutricional tanto de prioritarios como de necesarios, todos los alimentos deben considerarse como necesarios para lograr una buena alimentación; es por ello que la clasificación que proponemos es la siguientes:

		Maíz
		Trigo
		Frijol
		Arroz
		Azúcar
	Prioritarios*	Aceites y grasas vegetales
Alimentos-		Carne de aves
necesarios		Huevo
		Leche
		Pescado
		Otros tipos de carne
	No	Hortalizas
	prioritarios*	Tubérculos
		Frutas

Cabe aclarar que esta clasificación no es propuesta en forma arbitraria, ya que está realizada en función de los alimentos contenidos en el Paquete Básico de Consumo Popular, y la utilizamos en nuestra investigación de campo.

Específicamente en el cuadro cinco punto uno, --- página 180, presentamos los productos que contiene el paquete, aclarando que para efectos de la investigación sólo consideramos el punto A que contiene exclusivamente productos destinados a la alimentación.

---

\*

Con sus correspondientes derivados.

## Cuadro 5.1

## Paquete Básico de Consumo Popular

El Paquete Básico de Consumo Popular y de Otros Bienes y Servicios definido por la Secretaría Comercio y Fomento Industrial en el Programa para la producción, Abasto y Control del Paquete Básico de Consumo Popular, incluido en el Programa Inmediato de Reordenación Económica, incluye los siguientes bienes y servicios:

## A. Paquete básico de consumo popular

1. Aceites y grasas vegetales comestibles  
aceites vegetales comestibles man  
tecas vegetales comestibles

2. Arroz  
arroz pulido

3. Azúcares  
azúcar refinada  
azúcar estándar

4. Café  
café tostado y molido  
café soluble

5. Carnes y embutidos  
cárnicos y embutidos

6. Frijol  
frijol

7. Frutas y legumbres envasadas  
chicharo  
ejote  
garbanzo  
piña  
guayaba  
durazno  
pera  
mango  
manzana  
chile jalapeño  
chile verde

chile serrano  
chile chipotle  
puré de tomate

8. Galletas  
galletas populares

9. Harina de maíz  
harina de maíz nixtamalizado

10. Harina de trigo  
extrafina  
fina  
semifina  
estándar

11. Huevo  
huevo de gallina

12. Leche  
leche fresca pasteurizada  
leche el polvo  
leche condensada  
leche evaporada  
leche maternizada

13. Pan  
pan bolillo  
pan telera

14. Pastas alimenticias para  
sopa  
menudas

huevas  
fideos

15. Pescado  
fresco  
congelado  
seco-ahumado  
sardina enlatada  
atún enlatado

16. Tortilla  
tortilla de maíz

17. Sal  
sal molida de uso doméstico  
sal en grano de uso doméstico

## B. Otros bienes y servicios.

a. medicamentos  
b. enseres domésticos  
c. electricidad y gas  
l.p.  
d. vestido y calzado  
e. perecederos  
f. transporte y renta

Fuente: Secretaría de Programación y Presupuesto, Programa Nacional de Alimentación 1983-1988, México, Subsecretaría de Programación y Presupuesto de Desarrollo Social y Rural (2a. edición), 1983  
p. 283.

Tomando en cuenta que el Paquete Básico de Consumo-Popular está dirigido fundamentalmente a la población de bajos ingresos y siendo ésta, como ya se dijo en el capítulo -- uno, objeto de nuestra investigación, escogimos una colonia-- que fuera representativa de esa población, es decir, sele --- ccionamos nuestro mercado meta.

## 5.2. Selección del mercado meta.

Como ya se dijo en el capítulo dos, existen una --- serie de variables para seleccionar un mercado; para efectos-- de la investigación utilizamos los ingresos que son una ---- subdivisión de las variables demográficas como una caracterís-- tica decisiva para determinar cuál sería nuestro mercado --- meta.

La población objeto de la investigación o nuestro - mercado meta es la población de bajos ingresos, es decir, -- aquella que tuviese ingresos hasta 2.0 veces el salario míni-- mo mensualmente, basándonos en la clasificación propuesta por el INCO (4), pero debido a la situación actual del país, con-- sideramos que la población de bajos ingresos es aquella que - obtiene hasta 3.0 veces el salario mínimo al mes, aclarando - que para el Distrito Federal este salario es de 816 pesos -- diarios (vigente a partir de 11 de Junio de 1984 al 31 de -- Diciembre del mismo año).

De acuerdo al parámetro establecido, seleccionamos-- la colonia Pedregal de Santo Domingo como representativa pa - ra generalizar los resultados obtenidos a toda la población - que caiga dentro de dicho parámetro, constituyendo esa colo -

nia el marco central de la investigación de campo.

Con base en el parámetro establecido, el ingreso\* - promedio que percibían las familias se presenta en el siguiente cuadro (cuadro cinco punto dos, página 182 ).

Cuadro 5.2 Ingreso promedio familiar de la población muestral (mensual)		
<u>Ingreso</u>	<u>Número de Familias.</u>	<u>%</u>
1. Menos del salario mínimo (0 hasta \$ 24 479.00)	95	21.59
2. Salario mínimo hasta 1.5 veces el mismo (De \$ 24 480.00 hasta -- \$ 36 720.00)	244	55.45
3. Más de 1.5 hasta 2.0 ve- ces el salario mínimo (De \$ 36 721.00 hasta -- \$ 48 960.00)	67	15.22
4. Más de 2.0 hasta 3.0 -- veces el salario mínimo (De \$ 48 961.00 hasta - \$ 73 440.00)	29	6.59
5. Más de 3.0 veces el sa- lario mínimo (De \$ 73 441.00 en ade- lante).	<u>5</u>	<u>1.13</u>
T o t a l	440	100.00

\*El ingreso lo dividimos en cinco grupos porque permite un análisis más detallado de los resultados obtenidos.

Del cuadro cinco punto dos, página 182, se deduce que el 98.87% de la población cae dentro del parámetro establecido y sólo el 1.13% percibe más de 3.0 veces el salario mínimo, es decir, sus ingresos son superiores a \$73 441.00-mensuales, por lo tanto, a lo largo del presente capítulo - centraremos nuestra atención en la población que está ubicada en dicho parámetro, es decir, las cuatro primeras divisiones a los que vamos a considerar como el 100% total.

Considerando que el objetivo fundamental de nuestra investigación es conocer de qué manera influye la comercialización en el consumo de los alimentos necesarios de la población de bajos ingresos, la que hemos definido, procedemos a analizar los resultados obtenidos, de acuerdo a los componentes primordiales de la mezcla comercial que constituye el centro de la comercialización.

### 5.3 Mezcla comercial.

Como ya se dijo en el capítulo dos, los elementos que componen la mezcla comercial son cuatro, o sea, el producto, el precio, la plaza y la promoción, por lo que procederemos a analizar en este orden cada uno, de acuerdo a los resultados obtenidos.

#### 5.3.1. Producto

Considerando los productos que contiene el Paquete Básico de Consumo Popular utilizamos específicamente los

principales rubros sin sus correspondientes derivados para efectos de facilitar la tabulación de los resultados, quedan do de la siguiente manera:

- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| a. Aceite            | i. Harina de maíz   |
| b. Arroz             | j. Harina de trigo  |
| c. Azúcar            | k. Huevo            |
| d. Café              | l. Leche            |
| e. Carnes:           | m. Pan              |
| - Aves               | n. Pastas para sopa |
| - Otras              | ñ. Pescado          |
| f. Frijol            | o. Tortillas        |
| g. Frutas y verduras | p. Sal              |
| h. Galletas          |                     |

En función de esta lista de alimentos encontramos que la población estudiada destina gran parte de sus ingresos a la alimentación familiar, lo que se demuestra en el cuadro que a continuación presentamos (cuadro cinco punto tres, página 185).

Al analizar el cuadro cinco punto tres, observamos que el 21.83% de la población, es decir, la que percibe ingresos menores al salario mínimo (hasta \$24 479.00) le destina en promedio el 53.08% de este ingreso a la compra de alimentos y el resto (46.92%) a otros gastos tales como vivienda, transporte, medicamentos, vestido, etcétera.

Las familias que perciben del salario mínimo hasta 1.5 veces éste (de \$ 24 480.00 hasta \$ 36 720.00), es decir el 56.09% del total de la población de bajos ingresos, así como la que gana más de 1.5 veces hasta 2.0 el salario míni

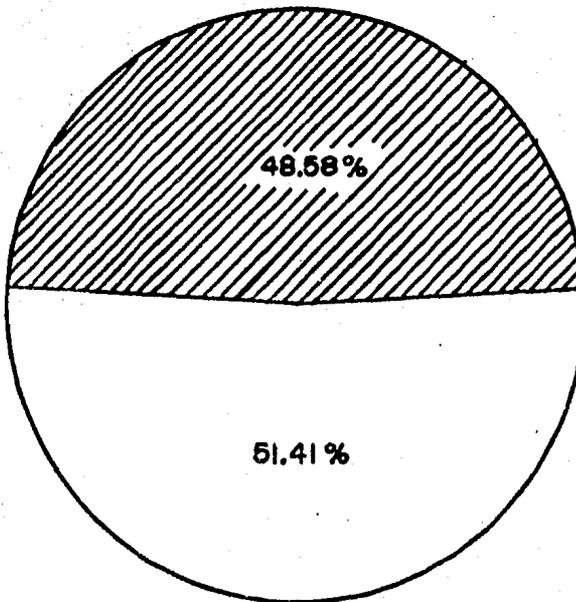
mo (de \$ 35 731,00 hasta \$ 48 960.00) representando ésta el 15.40% del total de la población, tienen un gasto promedio en alimentos del 47.87% y 54.05% de su ingreso percibido -- respectivamente; por último el 6.6% de la población estudiada le destina en promedio el 39.34% de su ingreso a la compra de alimentos.

Cuadro 5.3  
Gasto promedio en alimentos  
de la población muestral---  
(mensual).

<u>Ingresos</u>	<u>No. de fami</u> <u>lias.</u>	<u>%</u>	<u>Gasto en ali</u> <u>mentos</u>
1. Menos del salario mí nimo (0 hasta \$ 24 479.00)	95	21.83	\$ 12 995.78
2. Salario mínimo hasta- 1.5 veces el mismo (De \$ 24 480.00 hasta 36 720.00)	244	56.09	17 580.90
3. Más de 1.5 hasta 2.0- veces el salario míni mo (De \$ 36 721.00 hasta \$ 48 960.00)	67	15.40	26 465.83
4. Más de 2.0 hasta 3.0 veces el salario míni mo (De 48 961.00 hasta - \$ 73 440.00)	<u>29</u>	<u>6.66</u>	28 896.55
	435	100.00	

En otras palabras, se puede decir, que el total de la población muestreada le destina a la compra de alimentos el 48.58% de su ingreso mensual en promedio y el resto (51.41%) lo destina a cubrir otras necesidades (gráfica cinco -- punto uno, página 186).

GRAFICA 5.1  
DISTRIBUCION DEL INGRESO MENSUAL  
DE LA POBLACION DE BAJOS INGRESOS  
(POBLACION MUESTRAL)



 GASTO EN ALIMENTOS

 OTROS GASTOS\*

\*INCLUYE GASTOS EN VIVIENDA, TRANSPORTE, MEDICAMENTOS,  
VESTIDO, ETC.

De la gráfica 5.1 observamos, que a pesar de que la población de bajos ingresos destina cerca de la mitad del ingreso percibido mensualmente a la compra de alimentos (48.58%) no alcanza a cubrir el consumo mínimo necesario para tener una adecuada alimentación puesto que de 1982 a la fecha ha reducido notablemente el consumo de alimentos considerados como necesarios.

Para corroborar lo afirmado en el párrafo anterior, presentamos en el cuadro cinco punto cuatro, página 188, el porcentaje de la población de bajos ingresos que disminuyó su consumo de alimentos con respecto a 1982.

De los datos que presenta el cuadro cinco punto cuatro, se observa que del total de la población de bajos ingresos el 93.77% redujo con respecto a 1982 el consumo de sus alimentos y el resto (6.17%) lo mantuvo constante o bien aumentó dicho consumo.

El descenso registrado en el consumo de alimentos obedece a diferentes razones, mismas que presentamos en el cuadro cinco punto cinco, (página 189).

Los datos presentados en el cuadro cinco punto cinco reflejan que de los factores que afectan el consumo de alimentos, los precios altos tienen mayor importancia, puesto que del total de la población de bajos ingresos que disminuyó su consumo de alimentos, el 70.57% afirma que lo hizo por esta causa principalmente.

## Cuadro 5.4

## Reducción del consumo de alimentos respecto a 1982

<u>Ingresos</u>	<u>Población que SI redujo su consumo de alimentos</u>	<u>No. de familias</u>	<u>Población que NO redujo su consumo de alimentos</u>	<u>No. de familias</u>
1. Menos del salario mínimo ----- (0 hasta \$ 24 479.00)	21.37	93	0.45	2
2. Salario mínimo hasta 1.5 veces el mismo (De \$ 24 480.00 hasta ----- \$ 36 720.00)	52.87	230	3.21	14
3. Más de 1.5 hasta 2.0 veces el- salario mínimo (De \$ 36 721.00 hasta ----- \$ 48 960.00)	13.56	59	1.83	8
4. Más de 2.0 hasta 3.0 veces el- salario mínimo (De \$ 48 961.00 hasta ----- \$ 72 440.00)	5.97	26	0.68	3
<b>T U T A L</b>	<b>93.77</b>	<b>408</b>	<b>6.17</b>	<b>27</b>
<b>Nota:</b>				
Total de la población muestreada: 435 familias = 100%				

## Cuadro 5.5

Factores que incluyen en la disminución del  
consumo de alimentos.

Ingresos	Precios altos		Bajos ingresos		Cambio de gustos		Problemas de escases de productos-		Malos hábitos alimenticios		Acanaración y ocultamiento	
	No. de fam.	%	No. de fam.	%	No. de fam.	%	No. de fam.	%	No. de fam.	%	No. de fam.	%
1. Menos del salario -- mínimo (0 hasta \$24 479.00)	57	13.97	24	5.88	3	0.73	2	0.49	1	0.24	6	1.47
2. Salario mínimo hasta 1.5 veces el mismo (De \$24 480.00 hasta \$36 720.00)	167	40.93	49	12.0	-	-	3	0.73	1	0.24	10	2.45
3. Más de 1.5 hasta 2.0 veces el salario mínimo (De \$36 721.00 hasta \$48 960.00)	43	10.55	11	2.69	-	-	3	0.73	-	-	2	0.49
4. Mas de 2.0 hasta 3.0 veces el salario mínimo (De \$48 961.00 hasta \$73 440.00)	21	5.14	1	0.24	-	-	2	0.49	-	-	2	0.49
<b>T O T A L</b>	<b>288</b>	<b>70.57</b>	<b>85</b>	<b>20.81</b>	<b>3</b>	<b>0.73</b>	<b>10</b>	<b>2.44</b>	<b>2</b>	<b>0.48</b>	<b>20</b>	<b>4.90</b>

## Nota:

Total de familias que redujo su alimentación: 408 = 100%

Asimismo los bajos ingresos de la población contribuyen en menor medida (20.81%), pero no por ello es razón menos importante ; cabe mencionar que factores como cambio de gustos en la alimentación, escasez de productos, malos hábitos alimenticios y acaparamiento y ocultamiento de productos influyen en el consumo de alimentos pero en una forma no tan importante pues sólo el 8.55% de la población que disminuyó su consumo lo hizo por estas causas.

Como ya se observó, un factor determinante en el consumo de alimentos es el precio; siendo éste un elemento de la mezcla comercial lo trataremos en el siguiente punto así como los efectos que tiene sobre dicho consumo

### 5.3.2 Precio

En el capítulo dos se dijo que el precio es un factor determinante en la demanda de un producto, es por ello que, para que el consumidor tome la decisión de comprar o no un producto, busca un precio que se ajuste mejor a sus posibilidades de compra.

En el punto anterior se afirmó que el precio influye en la población para que ésta disminuya su consumo alimentario; esta disminución se reflejó en mayor o menor grado en todos los alimentos contenidos en el Paquete Básico de Consumo Popular como se demuestra en el cuadro cinco punto seis, (página 191) donde se presentan los alimentos que ya no se consumen en la población con la misma frecuencia que en 1982.

Cuadro 5.6

Alimentos que no se consumen con la misma frecuencia  
que en 1982

Alimentos	1. Menos del salario mínimo (0 hasta \$ 24 479.00)		2. Salario mínimo hasta 1.5 veces éste (De \$ 24 480.00 has- ta \$ 36 720.00)		3. Más de 1.5 hasta 2.0 el salario mínimo (De \$ 36 721.00 has- ta \$ 48 960.00)		4. Más de 2.0 hasta 3.0 veces el sa- lario mínimo (De \$ 48 961.00- hasta \$73 440.00)		TOTAL	
	No. de fam.	% No. de fam.	No. de fam.	% No. de fam.	No. de fam.	% No. de fam.	No. de fam.	% No. de fam.	No. de fam.	%
a. Aceite	39	9.55	43	10.53	5	1.22	5	1.22	92	22.52
b. Arroz	30	7.35	48	11.76	9	2.20	4	0.98	91	22.29
c. Azúcar	49	12.0	90	22.05	25	6.12	12	2.94	176	43.11
d. Café	9	2.20	20	4.90	5	1.22	9	2.20	43	10.52
e. Carne:										
aves	66	16.17	159	38.97	43	10.53	8	1.96	276	67.63
otras	82	20.09	202	49.50	50	12.25	17	4.16	351	86.0
f. Píjoi	3	0.73	17	4.16	1	0.24	5	1.22	26	6.35
g. Frutas y legum.	52	12.74	124	30.39	23	5.63	6	1.47	205	50.23
h. Galletas	39	9.55	77	18.87	21	0.24	6	1.47	143	30.15
i. Harina de maíz	14	3.43	25	6.12	20	4.90	8	1.96	67	16.41
j. Harina de trigo	17	4.16	64	15.68	19	4.65	4	0.98	104	25.47
k. Huevo	44	10.78	130	31.86	14	3.43	4	0.98	192	47.05
l. Leche	29	7.10	77	18.87	16	3.92	5	1.22	127	31.11
m. Pan	26	6.37	67	16.42	13	3.19	8	1.96	114	28.28
n. Pasta para sopa	23	5.63	36	8.82	13	3.19	7	1.71	79	19.69
ñ. Pescado	63	15.44	182	44.60	45	11.02	22	5.39	312	76.45
o. Tortillas	5	1.22	15	3.67	0	-	1	0.24	21	5.15
p. Sal	5	1.22	4	0.98	0	-	3	0.73	12	2.95

Nota:

Cada familia de las 408 que tuvieron un decremento en su consu-  
mo de alimentos disminuyó más de un alimento

Conforme a los datos presentados en el cuadro cinco punto seis, deduce que del total de la población de bajos --- ingresos que tuvo un decremento en su consumo de alimentos, - un 86% disminuyó en primer lugar las carnes\*, siguiéndole en importancia el pescado que el 76.45% de la población disminuyó su consumo de carne de aves también tuvo un notable decremento (67.63%), asimismo las frutas y legumbres tuvieron un descenso importante aunque en menor parte de la población, es decir, solo el 50.23% dejó de comprar estos alimentos.

Por otro lado, en el resto de los alimentos contenidos en el Paquete Básico de Consumo Popular, el porcentaje de la población que redujo el consumo de los mismos fue ---- inferior al 50%, tal es el caso del huevo (47.05%), azúcar -- (43.11%), pan (35.28%), leche (31.11%), pastas para sopa --- (26.69%), harina de trigo (25.47%), aceite (25.52%), arroz -- (22.29%), y harina de maíz (16.41%).

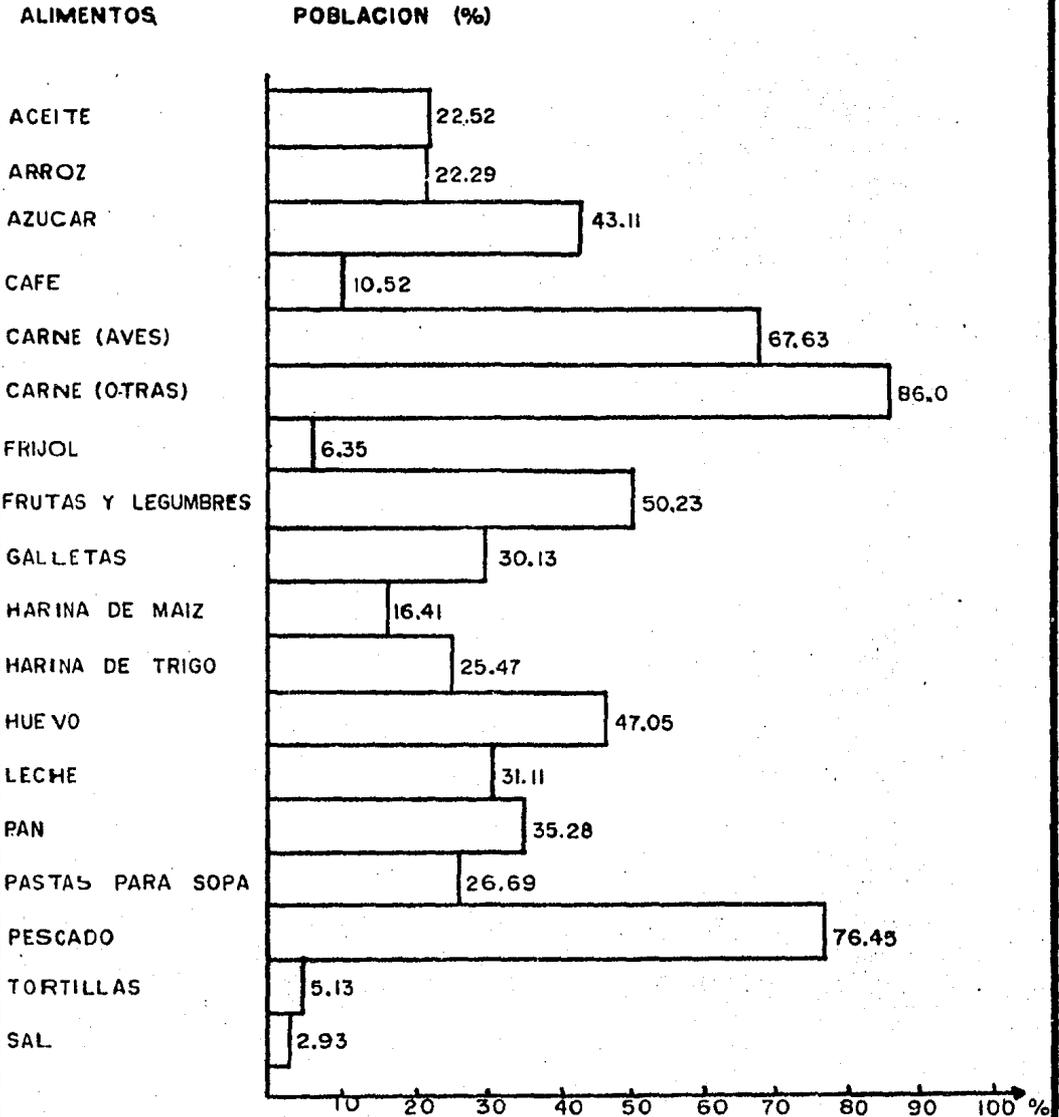
El panorama cambia al referirnos al porcentaje de población que redujo el consumo de café, frijol, tortillas y sal que fue inferior al 11%, estas afirmaciones se pueden -- observar en una forma más clara en la gráfica cinco punto dos página 193.

---

\* El Paquete Básico de Consumo Popular incluye en este rubro - cárnicos y embutidos, para efectos de la investigación consideramos dentro de los primeros la carne de res, cerdo y carnero; dentro de los embutidos, chorizo, longaniza, jamón, -- tocino, y otras carnes frías y preparadas.

GRAFICA 5-2  
 PORCENTAJE DE LA POBLACION DE BAJOS INGRESOS QUE  
 DISMINUYO EL CONSUMO PARA CADA ALIMENTO RESPECTO  
 A 1982.

(POBLACION MUESTRAL)



Al analizar la gráfica cinco punto dos, se puede ver que existen familias que han disminuido en gran parte alimentos como las carne, el pescado y las frutas y legumbres debido --- principalmente al excesivo precio de estos alimentos así como - los bajos ingresos que percibe la población estudiada.

A fin de compensar la reducción en el consumo de los alimentos mencionados en el párrafo anterior, la población de - bajos ingresos se alimenta de productos tales como el café, fri - jo, tortillas y sal, lo que demostramos en el cuadro cinco --- punto siete, página 195.

Al analizar el cuadro cinco punto siete observamos -- que los principales alimentos que conforman la alimentación --- de la población de bajos ingresos son en primer lugar el fri -- jol, puesto que el 46.31% de la misma incrementó el consumo --- de este producto con el objeto de compensar otros alimentos --- (carne, pescado, frutas y legumbres y huevo principalmente); - siguiéndole en importancia se incrementó el consumo de pastas - para sopa (30.87%), arroz (29.40%), tortilla (24.41%) y café -- (27.92%).

Por otro lado el resto de los alimentos fue incre --- mentado por un número de la población de bajos ingresos, ---- es decir, sólo el 17.39% de ésta aumentó el consumo ----- de huevo, el 15.92% el pan, 14.48% la leche, 13.96% frutas ---

Cuadro 5.7  
Incremento en el consumo de alimentos .

Alimentos	1. Menos del salario mínimo (0 hasta \$24 479.00)		2. Salario mínimo hasta 1.5 veces este (De \$24 480.00 hasta \$36 720.00)		3. Más de 1.5 hasta 2.0 el salario mínimo (De \$36 721.00 hasta \$48 960.00)		4. Más de 2.0 hasta 3.0 -- veces el salario mínimo (De \$48 961.00 hasta -- \$73 440.00)		TOTAL	
	No. de fam.	%	No. de fam.	%	No. de fam.	%	No. de fam.	%	No. de fam.	%
a. Aceite	3	0.75	13	3.18	5	1.22	2	0.49	23	5.62
b. Arroz	22	5.39	70	17.15	22	5.39	6	1.47	120	29.40
c. Azúcar	4	0.98	17	4.16	5	1.22	-	-	26	6.36
d. Café	23	5.63	70	17.15	21	5.14	-	-	114	27.92
e. Carne:										
aves	8	1.96	14	3.43	9	2.20	5	1.22	36	8.81
otras	-	-	1	4.16	-	-	2	0.49	9	4.65
f. Frijol	32	7.84	120	29.41	31	7.59	6	1.47	189	46.31
g. Frutas y legum	21	5.14	16	3.92	14	3.43	6	1.47	57	13.96
h. Galletas	2	0.49	5	1.22	2	0.49	-	-	9	2.20
i. Harina de maíz	7	1.71	13	3.18	3	0.73	-	-	23	5.62
j. Harina de trigo	2	0.49	5	1.22	2	0.49	-	-	9	2.20
k. Huevo	14	3.43	28	6.86	20	4.90	9	2.20	71	17.39
l. Leche	9	2.20	27	6.61	15	3.67	9	2.20	60	14.48
m. Pan	10	2.45	38	9.31	15	3.67	2	0.49	65	15.92
n. Pasta para sopa	17	4.16	81	19.85	26	6.37	2	0.49	126	30.87
ñ. Pescado	-	-	4	0.98	-	-	-	-	4	0.98
o. Tortillas	24	5.88	64	15.68	23	5.63	5	1.22	116	28.41
p. Sal	11	2.69	11	2.69	4	0.98	1	0.24	27	6.60

Nota:

Cada familia de las 408 que tuvieron un decremento en el consumo de algunos alimentos aumentó el consumo de otros para compensar la disminución. Cada familia aumento más de un alimento.

y legumbres, 8.18% la carne de aves, 6.60% sal, el 6.36% el azúcar, el 5.62% aceite y harina de maíz, el 4.65% otro tipo de carnes, 2.20% galletas y harina de trigo, notándose que el consumo de pescado fue incrementado por un número -- reducido de la población de bajos ingresos, o sea, 0.98%, -- lo que observamos más claramente en la gráfica cinco puntos, página 197 .

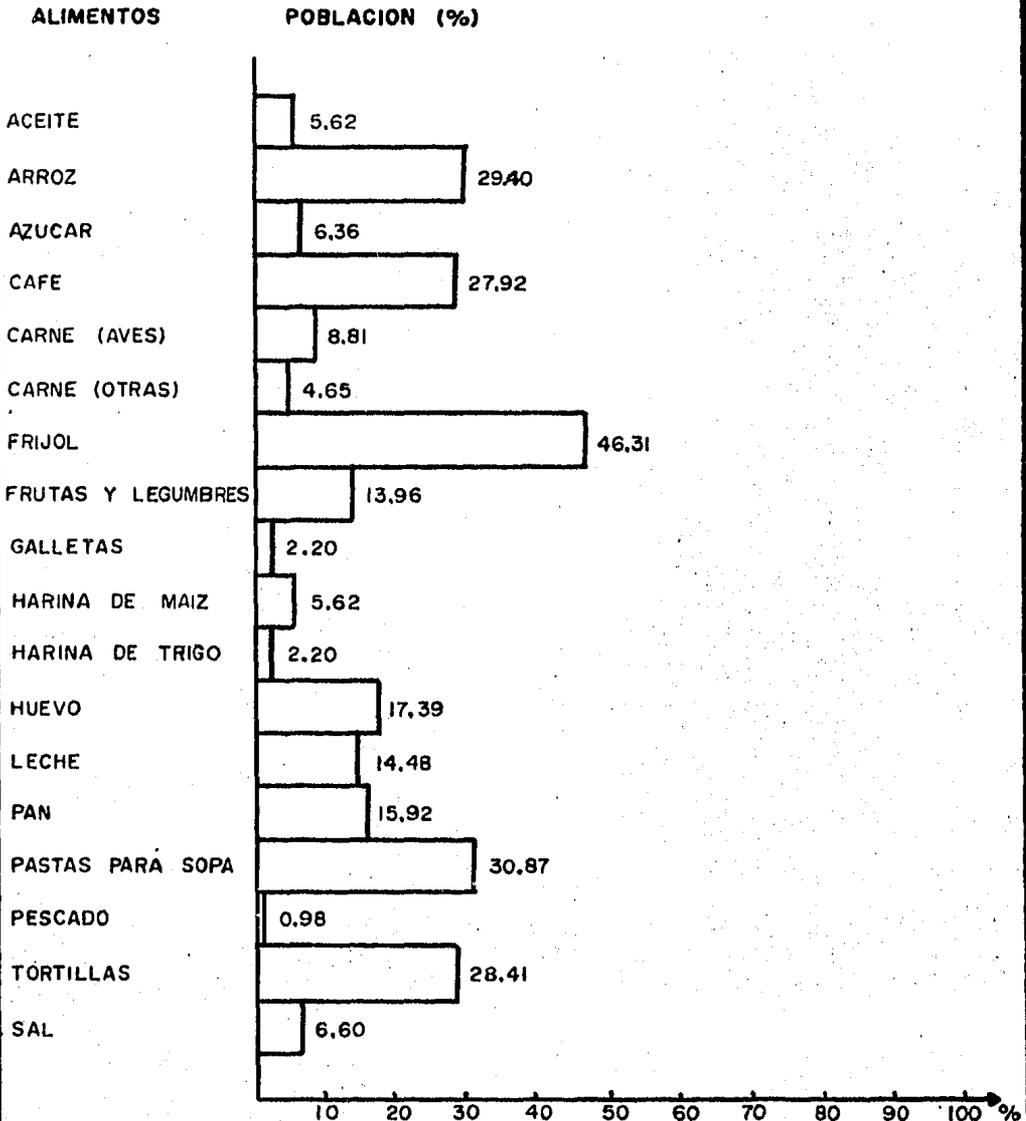
Con base en los datos presentados en la gráfica-cinco punto tres, deducimos que la alimentación de la población de bajos ingresos está basada principalmente en el consumo de frijol, pastas para sopa, arroz, tortillas y café.

Hemos visto que la razón por la que la población de bajos ingresos aumenta el consumo de los alimentos mencionados en el párrafo anterior es el precio que encuentran en el mercado, es por esto que busca el lugar que se adecúe mejor a sus posibilidades para hacer sus compras, es decir, lo que en comercialización se conoce como plaza, punto que trataremos a continuación.

### 5.3.3. Plaza

La plaza se refiere a una serie de actividades -- para hacer llegar el producto desde el propio productor hasta el consumidor final; estas actividades incluyen los canales de distribución por donde pasará el producto, ya que es poco probable que la población pueda adquirir los productos directamente con el productor, lo que se debe a diferentes-

GRAFICA 5.3  
 PORCENTAJE DE LA POBLACION DE BAJOS INGRESOS QUE  
 INCREMENTO EL CONSUMO PARA CADA ALIMENTO RESPECTO  
 A 1982.  
 MEXICO, 1984.  
 (POBLACION MUESTRAL)



razones tales como la ubicación de éste, el tiempo, etc., por lo tanto la población acude a lugares donde se le facilite -- el acceso a la compra de sus alimentos.

Los lugares donde compra son el último eslabón de la cadena del canal de distribución que hace llegar el producto hasta el último consumidor; dichos lugares donde frecuentemente la población de bajos ingresos acude a comprar -- sus alimentos se presentan en el cuadro cinco punto ocho, --- página 199 .

Con base en los datos presentados en el cuadro --- cinco punto ocho, deducimos que del total de la población --- de bajos ingresos el 37.91% acude al mercado sobre ruedas; -- el 29.86% y el 25.03% compra sus alimentos en el mercado local y las tiendas de autoservicio oficiales respectivamente - y tan sólo el 5.02% de esta población adquiere sus alimentos en las tiendas de autoservicios privadas como Aurrerá, Gigante, etc., lo que se puede ver claramente en la gráfica cinco-punto cuatro página 200 .

Como se observa en la gráfica cinco punto cuatro - los lugares que prefiere la población para comprar sus alimentos son el mercado sobre ruedas, el mercado local y las -- tiendas de autoservicio oficiales; la razón es que puede conseguir mejores condiciones de compra, tales como mejor precio calidad en los productos, etc., lo que demostramos en el --- siguiente punto.

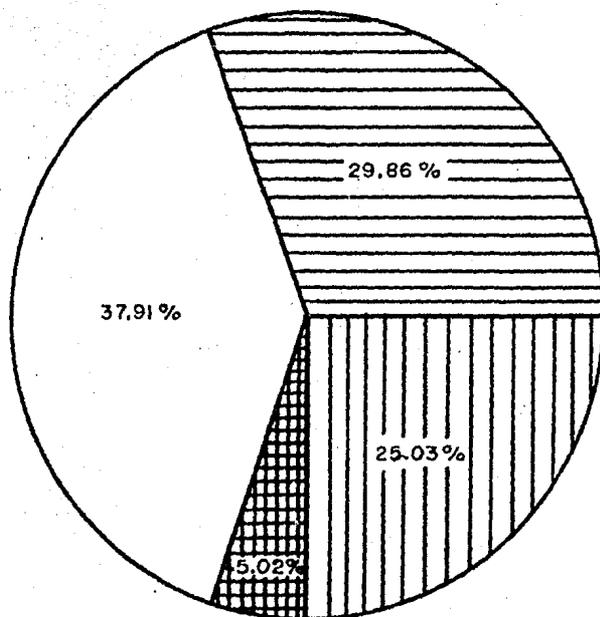
Cuadro 5.8.  
Lugar de compra de alimentos

<u>Ingresos</u>	<u>L u g a r d e c o m p r a</u>							
	<u>Mercado local</u>		<u>Mercado sobre ruedas</u>		<u>Tiendas de autoservicio privadas</u> (Aurrerá, Gigante, etc)		<u>Tiendas de autoservicio oficiales</u> (Tienda del D.D.F. ISSSTE, etc)	
	No. de fam.	‡	No. de fam.	‡	No. de fam.	‡	No. de fam.	‡
1. Menos del salario mínimo (0 hasta \$24 479.00)	32	7.35	44	10.11	3	0.68	16	3.67
2. Salario mínimo hasta 1.5 veces éste (De \$24 480.00 hasta -- \$36 720.00)	83	19.08	85	19.54	13	2.98	63	14.48
3. Más de 1.5 hasta 2.0 veces el salario mínimo (De \$36 721.00 hasta --- \$48 960.00)	16	3.67	28	6.43	4	0.91	19	4.36
4. Más de 2.0 hasta 3.0 veces el salario mínimo -- (De \$48 961.00 hasta --- \$73 440.00)	8	1.83	8	1.83	2	0.45	11	2.52
<b>T O T A L</b>	<b>139</b>	<b>31.95</b>	<b>165</b>	<b>37.93</b>	<b>22</b>	<b>5.05</b>	<b>109</b>	<b>25.05</b>

## Nota:

Total de la población muestreada: 435 familias • 1001

GRAFICA 5.4  
DISTRIBUCION DE LA POBLACION DE BAJOS INGRESOS  
DE ACUERDO AL LUGAR DE COMPRA DE ALIMENTOS  
MEXICO, 1984 (POBLACION MUESTRAL)



-  MERCADO LOCAL
-  MERCADO SOBRE RUEDAS
-  TIENDAS DE AUTOSERVICIO PRIVADAS
-  TIENDAS DE AUTOSERVICIO OFICIALES

#### 5.3.4. Promoción.

Como último elemento de la mezcla comercial, la promoción constituye el medio por el cual el vendedor pretende -- influir en el consumidor para que adquiriera sus productos, es -- decir, recurre a instrumentos tales como no cobrar impuestos, -- permite escoger al cliente los productos, etc., ocasionando -- que el comprador acuda a los centros que mayor beneficio le --- reditúe.

Con base en lo anterior, la población de bajos ingresos, compra sus alimentos en mercados locales, sobre ruedas y - tiendas de autoservicio oficiales principalmente ya que encuentra facilidades que se acomodan a sus posibilidades de compra, - lo que se demuestra en el cuadro cinco punto nueve, página 202.

Al analizar el cuadro cinco punto nueve, encontramos que la población de bajos ingresos que compra sus alimentos -- en el mercado local, el sobre ruedas y tiendas de autoservicio- oficiales, lo hace por tres razones principalmente:

1. Compra más baratos los alimentos:
2. Escoge la calidad de los productos; y
3. No paga impuesto.

El porcentaje de esta población que por las razones- enunciadas acude a los lugares de compra citados se observa cla- ramente en la gráfica cinco punto cinco, página 203 .

De la gráfica cinco punto cinco deducimos, que comprar los alimentos más baratos es la razón más importante, pues - to que más de la tercera parte de la población (36.29%) busca - esta ventaja, el 33.37% de la misma prefiere realizar sus com - pras en los lugares mencionados porque puede escoger la calidad

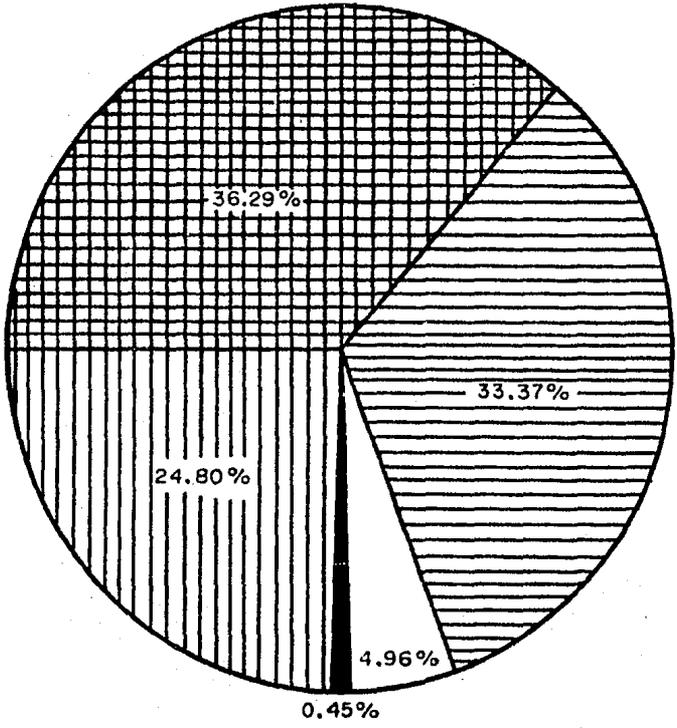
Cuadro 5.9  
Razones por las que la población de bajos ingresos compra sus alimentos  
en el lugar que selecciona

Razones de compra	1. Menos del salario mínimo (0 hasta \$24479.00)		2. Salario mínimo hasta 1.5 veces este (De \$24480.00- hasta \$36720.00)		3. Más de 1.5 hasta 2.0 veces el salario mínimo (De \$36721.00 -- hasta \$48960.00)		4. Más de 2.0 hasta 3.0 veces el salario mínimo (De \$48961.00 -- hasta \$73440.00)		T O T A L	
	No. de fam.	%	No. de fam.	%	No. de fam.	%	No. de fam.	%	No. de fam.	%
a. Compra más barato	40	9.19	88	22.20	22	5.05	8	1.83	158	36.29
b. Le permite devolver los alimentos si están en mal estado	0		0		2	0.45	0		2	0.45
c. No paga impuesto	16	3.67	63	14.48	19	4.36	10	2.29	108	24.80
d. Le permite escoger la calidad de los productos	36	8.27	80	18.39	22	5.05	9	2.06	147	33.37
e. Encuentra ofertas en alimentos	3	0.68	13	2.98	2	0.45	2	0.45	20	4.56

Nota:

Total de la población muestreada: 435 familias = 100%

GRAFICA 5.5  
DISTRIBUCION DE LA POBLACION DE BAJOS INGRESOS  
CON BASE EN LAS VENTAJAS QUE PROPORCIONAN  
LOS CENTROS DE COMPRA. MEXICO, 1984  
(POBLACION MUESTRAL)



-  COMPRA MAS BARATO
-  ESCOGE LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS
-  NO PAGA IMPUESTOS
-  ENCUENTRA OFERTAS EN LOS ALIMENTOS
-  LE PERMITE DEVOLVER LOS ALIMENTOS SI ESTAN EN MAL ESTADO

de sus alimentos y el 24.80% trata de evitarse pagar impuestos\* que eleven el precio del producto.

El resto de la población de bajos ingresos, o sea, -- el 5.01% acude a los centros de compra escogidos porque tiene -- la oportunidad de devolver los alimentos si están en mal estado o bien, encuentra ofertas en los mismos, pero estas razones son poco frecuentes ya que el vendedor no mantiene estas ventajas -- en una forma constante.

Se han presentado los resultados de la investigación de campo conforme a los componentes de la mezcla comercial que es el centro del sistema de comercialización, mismo que trataremos a continuación.

#### 5.4. Sistema de comercialización.

En puntos anteriores a este capítulo hemos presentado los componentes de la mezcla comercial como parte central del -- sistema de comercialización; los componentes están relacionados -- unos con otros por lo que su funcionamiento es interdependiente, si uno falla es sistema ya no funciona correctamente, es decir, -- no es eficiente.

La eficiencia del sistema de comercialización la ---- presentamos en el cuadro siguiente (cuadro 5.10, página 205 ).

---

\*

A pesar de que los alimentos mencionados no pagan impuesto, -- la población optó por esta razón.

Cuadro 5.10  
Eficiencia del sistema de comerciali-  
zación de alimentos necesarios.

<u>Ingresos</u>	El sistema de comercialización respecto a su eficiencia es:					
	<u>Bueno</u>		<u>Malo</u>		<u>Regular</u>	
	<u>No. de - familias</u>	<u>%</u>	<u>No. de - familias</u>	<u>%</u>	<u>No. de - familias</u>	<u>%</u>
1. Menos del sala- rio mínimo (0 - \$ 24 479.00)	8	1.83	39	8.96	48	11.03
2. Salario mínimo -- hasta 1.5 veces -- (De \$ 24 480.00 a \$ 36 720.00)	13	2.98	157	36.09	74	17.01
3. Más de 1.5 hasta- 2.0 veces el sala- rio mínimo (De \$ 36 721.00 a \$ 48 960.00)	5	1.14	35	8.04	27	6.2
4. Más de 2.0 hasta- 3.0 veces el sala- rio mínimo (De 48 961.00 a - \$ 73 440.00)	6	1.37	13	2.98	10	2.75
<b>T O T A L</b>	<b>32</b>	<b>7.35</b>	<b>244</b>	<b>56.09</b>	<b>159</b>	<b>36.55</b>

Nota:

Total de la población: 435 familias = 100.00%

Del cuadro 5.10 se observa que más de la mitad de la población de bajos ingresos (56.09%) considera al sistema de comercialización de productos necesarios como malo, es decir, no es eficiente; el 36.55% de dicha población opina que es regular y sólo el 7.35% lo considera eficiente.

De lo anterior se deduce que el sistema de comercialización de los productos necesarios es ineficiente ya que su funcionamiento no satisface totalmente a más del 90% de la población de bajos ingresos, es decir, muchas veces ésta no encuentra el producto a precios accesibles, otras ocasiones no lo encuentra en el lugar donde acostumbra comprar los alimentos etc.; basándonos en lo afirmado al principio de este apartado, vemos que en el sistema hay fallas por lo que se considera deficiente.

Por otro lado, tomando en cuenta que una de nuestras hipótesis dice que los deficientes sistemas de comercialización aumentan el precio de los productos necesarios, afirmamos que esto es cierto, ya que lo demostramos en el siguiente cuadro (cuadro cinco punto once, página 207 ).

El cuadro 5.11 muestra que un deficiente sistema de comercialización incrementa el precio de los alimentos, ocasionando que gran parte de la población de bajos ingresos deje de consumir, como ya dijimos, carne sustituyéndola por otros productos de precios más accesibles como frijol y tortilla en la mayoría de los casos.

Hemos visto que el resultado más importante de que exista un deficiente sistema de comercialización en los productos necesarios es el incremento en el precio de dichos pro

Cuadro 5.11

## Influencia del sistema de comercialización en el precio de los alimentos necesarios.

La influencia del sistema de comercialización en el precio de los alimentos necesarios hace que éste:	1. Menos del salario mínimo (De 0 hasta \$24 479.00)		2. Salario mínimo - hasta 1.5 veces éste (De \$24 480.00 hasta \$23 720.00).		3. Más de 1.5 hasta 2.0 veces el salario mínimo (De \$36 721.00 hasta \$48 960.00)		4. Más de 2.0 hasta 5.0 veces el salario mínimo (De \$48 961.00 hasta \$75 440.00)		TOTAL	
	No. de fam.	% No. de fam.	No. de fam.	% no. de fam.	No. de fam.	% No. de fam.	No. de fam.	% No. de fam.	No. de fam.	%
a. Sea más alto	85	19.08	255	57.72	61	14.02	27	6.2	396	91.03
b. Sea más barato	7	1.6	9	2.06	2	0.45	-	-	18	4.13
c. No influye	5	1.14	10	2.29	4	0.91	2	0.45	21	4.82

Nota:

Total de población muestreada: 435 familias = 100%

ductos, este aumento se debe a tres causas fundamentales, las cuales presentamos en el cuadro cinco punto doce, página 209.

Al analizar el cuadro 5.12 vemos que el exceso de -- intermediarios es una causa importante por la que aumentan los precios puesto que el 51.26% de la población no puede comprar los alimentos necesarios por la elevación de precios.

El exceso de intermediarios es un problema que existe dentro de los canales de distribución, que son parte de la plaza, ocasionando que este componente afecte en forma negativa al funcionamiento del sistema de comercialización.

Por otra parte, el ocultamiento y acaparación son -- otro factor importante que incrementa los precios; este problema está directamente relacionado con el exceso de intermedia -- rios ya que muchas de las veces ello propicia esta situación -- en un afán de lucro de los comerciantes, por lo que más de la -- tercera parte de la población (36.09%) no compra determinados -- alimentos por las consecuencias del problema.

Sólo un 12.64% de dicha población afirma que el ---- incremento de precios se debe a la falta de producción de ---- alimentos, este porcentaje es importante pero en menor grado -- ya que los productos existen en el mercado en cantidad ---- suficiente pero su compra implica pagar un precio alto.

Cuadro 5.12

## Causa principal de los precios altos en los alimentos necesarios

Causa	1. Menos del salario mínimo (0 hasta \$24479.00)		2. Salario mínimo hasta 1.5 veces éste (De \$24479.00- hasta \$23720.00)		3. Más de 1.5 hasta 2.0 veces el salario mínimo (De \$36721.00 -- hasta \$48960.00)		4. Más de 2.0 hasta 3.0 veces el salario mínimo (De \$48961.00 -- hasta \$73440.00)		T O T A L	
	No. de fam.	%	No. de fam.	%	No. de fam.	%	No. de fam.	%	No. de fam.	%
a. Exceso de intermediarios.	51	11.72	123	28.27	36	8.27	13	2.98	223	51.26
b. No hay suficiente producción de alimentos necesarios.	9	2.06	38	8.73	3	0.68	5	1.14	55	12.64
c. Ocultamiento y acaparración de alimentos necesarios.	35	8.04	83	19.08	28	6.43	11	2.52	157	36.09

Nota:  
Total de la población muestreada: 435 familias = 100%

## Citas del capítulo 5

- (1) Secretaría de Programación y Presupuesto, Programa Nacional de Alimentación 1983-1988, México, Subsecretaría de Programación y Presupuesto de Desarrollo Social y Rural (2a. edición), 1983, p. 64.
- (2) Ibid.
- (3) Ibid., p. 65.
- (4) Quezada, Angélica, "Inequitativo el consumo anual de alimentos entre la población: 250 kilos un pobre; 800, un rico; - INCO", en, Uno más Uno, México, 19 de Octubre de 1983, p. 8

## Conclusiones y recomendaciones

## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones:

Una vez realizada nuestra investigación tanto documental como de campo, podemos afirmar que las hipótesis

- Los deficientes sistemas de comercialización aumentan el --- precio de los alimentos necesarios.
- Debido a los precios altos de los alimentos necesarios, la - población de bajos ingresos no puede comprarlos.
- Los programas alimenticios gubernamentales no han solucionado los problemas existentes en esta materia.

quedaron comprobadas; las dos primeras en el capítulo cinco y la tercera en el capítulo tres, por lo que podemos concluir -- que:

La población en nuestro país se ha caracterizado por una deficiente alimentación basada principalmente en el consumo de maíz y frijol, específicamente aquella que tiene más bajos ingresos.

Actualmente el consumo de la población de bajos ingre sos es restringido a un número reducido de alimentos como el - frijol, arroz, tortillas, pastas para sopa y café, sin embargo esta alimentación es muy deficiente, pues no alcanza a cubrir ni la mitad de las proteínas y calorías que recomienda el ---- Instituto Nacional de la Nutrición.

La razón principal por la que la población de bajos ingresos tiene una alimentación deficiente es la inflación - cuya consecuencia más importante es el alza de los precios, - ocasionando el bajo poder adquisitivo del dinero.

Ya que la población de bajos ingresos, le destina - cerca del 50% de su ingreso mensual percibido a la compra de alimentos, gasto que abarcan principalmente los alimentos -- antes mencionados, pues son los que tienen el precio que se ajusta mejor a sus posibilidades de compra, cubriendo sólo - una pequeña parte de las recomendaciones de alimentación propuestas en el Paquete Básico de Consumo Popular, dejando -- de consumir otros alimentos como son las carnes, pescado, -- frutas y verduras y, legumbres.

El dejar de consumir dichos alimentos, tiene relación directa con el sistema de comercialización, cuya parte -- más importante es su mezcla comercial, cada elemento de la - mezcla está interrelacionado con otro, por lo que al fallar uno el sistema no funciona adecuadamente, es decir es deficiente. El precio como parte de ésta es un factor determinante en el consumo de carnes, pescado, frutas y verduras -- y legumbres que han sido reducidos por el precio alto de éstos.

La elevación del precio de esos productos indica -- que el sistema de comercialización es deficiente, debido a - la existencia de un gran número de intermediarios que en un-

afán de lucro incrementan el precio de los alimentos, asimismo los propios intermediarios ocultan y acaparan los productos -- ocasionando que el consumidor no tenga los alimentos en el -- momento y lugar adecuados.

Podemos afirmar que los programas alimenticios gubernamentales no han solucionado los problemas existentes en esta materia; de 1976 a la fecha se han elaborado dos planes, el -- primero es el Sistema Alimentario Mexicano, cuyo período abarca los años de 1980 a 1982 y que no logré cumplir con sus metas fijadas, es decir no se llegó a la autosuficiencia alimentaria promulgada, puesto que al final de su período el país -- seguía importando granos (maíz y frijol), asimismo la población no logró tener una buena alimentación, o sea cubrir 2,750 calorías y 80 gramos de proteínas diarias per cápita, recomendadas por el Instituto Nacional de Nutrición.

Para 1982 se crea el Programa Nacional de Alimentación, cuyo período de actuación es de 1983 a 1988, fijándose -- nuevas metas con lo que se rompe la continuidad del plan anterior que tenía metas fijadas para 1985.

Los objetivos que se fija el Programa Nacional de Alimentación, son a corto y mediano plazos; los objetivos a -- mediano plazo no pueden ser evaluados todavía puesto que se -- pretenden alcanzar al término de su período. Lo que podemos -- afirmar es que el objetivo a corto plazo, referente a mantener el consumo de los alimentos del Paquete Básico de Consumo Popular no se ha logrado, ya que la población de bajos ingresos -- ni siquiera ha mantenido el mismo consumo que tenía en 1982, --

sino que éste ha sido disminuido por la mayoría de la población objetivo, siendo la causa principal de este decremento los precios altos en la mayoría de los productos contenidos en el paquete .

### Recomendaciones

Con el objeto de mejorar el deficiente sistema de comercialización de los alimentos necesarios y el nivel nutricional inadecuado que padece la población de bajos ingresos, como consecuencia del primero, proponemos lo siguiente:

- El deficiente sistema de comercialización de los alimentos necesarios ha ocasionado que la población de bajos ingresos no pueda consumir todos los alimentos contenidos en el Paquete Básico de Consumo Popular, principalmente los productos de origen animal, es por esto que proponemos una de las 15 canastas elaboradas por la Coordinación General del Plan Nacional de Zonas Deprimidas y Grupos Marginados (COPLAMAR) aquella que cubriera los nutrimentos necesarios recomendados por el INN para tener una buena alimentación, pero su característica principal estriba en que está constituida en su mayor parte por alimentos de origen vegetal y en menor cantidad de aquellos de origen animal, es decir, que se ajusta a los hábitos alimenticios y al poder de compra de la población mexicana, la canasta propuesta es la siguiente (véase página 216).
- Para mejorar el nivel nutricional de la población de bajos ingresos, es necesario que se amplíe la información sobre ofertas, precios, lugares de compra y calidad de los productos.

Canasta de consumo propuesta

Alimentos	Gramos brutos diarios per cápita (promedio).	Distribución porcentual
<b>Total</b>	<b>1,014.18</b>	<b>100.00</b>
Productos de origen vegetal	708.26	69.84
Productos de origen animal	305.92	30.16
<b>Cereales</b>	<b>405.08</b>	<b>39.94</b>
<u>Maíz</u>	352.86	34.79
1 Maíz en grano	202.57	19.97
2 Tortillas	146.77	14.47
3 Masa	3.52	0.35
<u>Trigo</u>	30.51	3.01
4 Harina de trigo	2.92	0.29
5 Pan dulce	7.60	0.75
6 Pan blanco	17.28	1.70
7 Hojuelas de trigo	0.75	0.07
8 Galletas	0.79	0.08
9 Pastas	1.17	0.12
10 <u>Arroz</u>	<u>21.71</u>	<u>2.14</u>
<u>Leguminosas</u>	<u>57.37</u>	<u>5.66</u>
11 Frijol	57.37	5.66
<u>Feculentas</u>	<u>29.99</u>	<u>2.96</u>
12 Papa	29.99	2.96
<u>Verduras frescas</u>	<u>41.36</u>	<u>4.09</u>
13 Jitomate	33.88	3.34
14 Chile	2.41	0.24
15 Cebolla	3.09	0.31
16 Lechuga	0.50	0.50
17 Zanahoria	1.48	0.15
<u>Frutas frescas</u>	<u>105.76</u>	<u>10.42</u>
18 Plátano	28.68	2.83
19 Manzana	1.78	0.17
20 Limón	11.56	1.14
21 Naranja	63.54	6.28
<u>Otros</u>	<u>68.70</u>	<u>6.77</u>
22 Aceite vegetal	19.07	1.88
23 Azúcar	49.63	4.89
<u>Carnes</u>	<u>67.15</u>	<u>6.62</u>
24 De res	35.97	3.55
25 De puerco	11.32	1.11
26 De ave	18.32	1.81
27 de cabrito o carnero	1.55	0.15
28 <u>Leche fresca</u>	<u>194.00</u>	<u>19.13</u>
29 <u>Huevo</u>	<u>30.02</u>	<u>2.96</u>
30 <u>Manteca de puerco</u>	<u>2.26</u>	<u>0.25</u>
<u>Pescados y mariscos</u>	<u>12.19</u>	<u>1.20</u>
31 Pescado fresco	9.08	0.89
32 Mariscos frescos	2.80	0.28
33 Pescado seco o ahumado	0.12	0.01
34 Pescado enlatado	0.19	0.02

Fuente: COPLAMAR, Alimentación, Serie necesidades esenciales de México, vol. 1, México, Ed. Siglo XXI, (2a. edición), 1983, pp. 109, 110.

tos, así como la difusión de guías de orientación en nutrición, que permitan al consumidor un mejor uso de su ingreso; asimismo la divulgación de formas más eficientes e higiénicas de conservación y preparación de alimentos, con el apoyo del Instituto Nacional del Consumidor (INCO) y de las instituciones del sector salud y los medios masivos de comunicación.

- Creemos que uno de los medios para que la lista de alimentos antes mencionada, (vease página 216), pueda ser consumida -- por la población de bajos ingresos, ésta deberá recibir el apoyo del empresario y proporcionarle la mayor parte de los alimentos contenidos en la canasta como complemento a su salario, es decir, en forma de despensa para el trabajador, de este modo se reduce un poco la gran cadena de intermediarios que aumentan el precio y que caracterizan al sistema de --- comercialización mexicano.
- Es posible que el Estado, mediante estímulos y apoyos tanto-fiscales y crediticios como de asesoría, propicie la crea -- ción de organizaciones colectivas de productores, comerciantes y consumidores, que aseguren el abasto de alimentos necesarios, actuando aquél únicamente como regulador entre ellos y no como un intermediario más.
- Crear pequeñas centrales de abasto en cada una de las dele-- gaciones políticas del Distrito Federal, supervisadas por el Estado, con el objeto de eliminar un número innecesario de - intermediarios es decir, sólo existiría una persona entre el productor y el consumidor final, lo que propiciaría mejores precios tanto para el productor como para el consumidor.

- La Compañía Nacional de Subsistencias Popular (CONASUPO) - como principal distribuidora del Estado, deberá incrementar la red de tiendas existentes, en zonas marginadas --- urbanas y rurales, ya que la población de bajos ingresos - acude a dichas tiendas por que le proporcionan un precio - accesible a sus posibilidades de compra.

**BIBLIOGRAFIA**

Bibliografía

- AGUILAR Alvarez de Alba, Alfonso, Elementos de la mercadotecnia, México, CECSA, 1981, 111 pp.
- BEHAR Moisés e Icaza, Susana J, Nutrición, México, Ed. Interamericana, 1972, 301 pp.
- CERVANTES Aldana, Javier, "La mercadotecnia social; usos y -- aplicaciones en México", en, Contaduría y Administración, no. 120, México, FCA-UNAM, 1982, 84 pp.
- CHAVEZ Adolfo, La alimentación y los problemas nutricionales, México, Instituto Nacional de Nutrición, (mimeo), 1980 43 pp.
- COORDINACION General del Plan Nacional de Zona Deprimidas y - Grupos Marginados (COPLAMAR), Alimentación, Serie ---- Necesidades esenciales de México, vol. 1, México, Ed.- Siglo XXI, (2a. edición), 1983, 302 pp.
- GONZALEZ, Antonio J. y Maza Zavala, Domingo Felipe, Tratado - Moderno de economía general, E.U.A., Ed. South Western Publishing Co., (2a. edición), 1976, 568 pp.
- KOTLER, Philip, Dirección de mercadotecnia, México, Ed. Diana, (2a. edición en español), 1980, 1101 pp.
- LEVER García, Carlos A., "La alimentación del mexicano através de su historia", en, Información Científica y Tecnológica, México CONACYT, vol. 6, núm. 95, agosto de 1984,- pp 19-21

- MENDENHAL, William y otros, Elementary Survey Sampling, USA, Ed. Duxbury Press, A. Division of Wadsworth Publishing Co., 1977, 247 pp.
- MENDEZ Morales, J. Silvestre, Problemas y política económicos de México I, México, Sistema de Universidad Abierta-UNAM, 1980, 495 pp.
- MENDEZ Morales, J. Silvestre, Problemas y política económicos de México II, México, Ed. Interamericana, 1982, 341-pp.
- MONTES DE OCA Luján, Rosa Elena y Escudero Columna, Gerardo, - "Las empresas transnacionales en la industria alimentaria mexicana", en, Comercio Exterior, México, BNCE vol. 31, núm. 9, Septiembre de 1981, 986-1009 pp.
- MONTES DE OCA Luján Rosa Elena y Tello, Fernández, "Hacia un proyecto alimentario diferente", en, Comercio Exterior, México, BNCE, vol. 32, núm. 2, Febrero de 1982 172-180 pp.
- NAGLI Namakforoosh, Mohammad e Ibarreche Suárez, Santiago, -- Mercadotecnia Social, México, Ed. Limusa, 1983, 248-pp.
- OFICINA de Asesores del C. Presidente, Sistema Alimentario -- Mexicano, "primer planteamiento de metas de consumo y estrategia de producción de alimentos básicos para 1980-1982", México, Marzo de 1980, 77 pp.
- ORTIZ Pinchetti, Francisco, "Publicidad que cambia la necesidad de alimentos por la de desnutrientes", en, Proceso, México, CISA, no. 225, 23 de Febrero de 1981. p-16.

PARDINAS, Felipe, Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales, México, Ed. Siglo XXI, (26a. edición), 1983, 212 pp.

PROCESO, no. 165, México, CISA, 31 de Diciembre de 1979, p. 27.

QUEZADA, Angélica, "Inequitativo el consumo anual de alimentos entre la población: 250 kilos un pobre; 800 un rico: INCO", en, Uno más Uno, México, 19 de Octubre de 1983, p. 8.

RAMIREZ Hernández, Juan, Arroyo, Pedro y Chávez J., Adolfo--  
Aspectos socioeconómicos de los alimentos y la alimentación, México, Instituto Nacional de Nutri --  
ción, (mimeo), 1980, pp. s/n

ROJAS Soriano, Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, México, UNAM, (5a. edición), 1980, 274 pp.

RYAN, William T., Principios de comercialización, Buenos ---  
Aires, Ed. El Ateneo, 1984, 169 pp.

SECRETARIA de Programación y Presupuesto, Plan Global de Desarrollo 1980-1982, México, Subsecretaría de Programación y Presupuesto Direcciones Generales de Política Económica y Social y de Difusión y Relaciones Públicas, (2a. edición), 1980, 230 pp.

SECRETARIA de Programación y Presupuesto, Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, México, Subsecretaría de Programación y Presupuesto de Planeación del Desarrollo 1983, 430 pp.

SECRETARIA de Programación y Presupuesto, Programa Nacional de Alimentación 1983-1988, México, Subsecretaría de Programación y Presupuesto de Desarrollo Social y Rural, 1983, 293 pp.

SEPULVEDA Ibarra, Armando, "Sólo tortilla, frijoles y chile - consumen el 75% de los mexicanos", en Excélsior, México, 17 de Febrero de 1983, p. 4A.

STANTON, William J., Fundamentos de marketing, México, Ed. -- Mc. Graw Hill, (2a. edición en español), 1980, 680 pp

STEVENSON, William J., Estadística para Administración y Economía, México, Ed. Harla, 1981, 585 pp.

STILL, Richard R. y Cundiff, Edward, Fundamentos esenciales de mercadotecnia, México, Es. Herrero, (2a. edición), 1975, 243 pp.

TORRES Gaytán, Ricardo, "Sector agropecuario y desarrollo económico y social de México", en Comercio Exterior, México, BNCE, vol. 31, núm. 6, Junio de 1981, 617-626 - pp.

TREJO Reyes, Saúl, "Distribución del ingreso, empleo y precios relativos", en Comercio Exterior, México, BNCE, vol. 32, núm 10, Octubre de 1982, 1103-1111 pp.