

01084  
4



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

EL ABASTO DE PRODUCTOS HORTOFRUTICOLAS EN LOS  
AUTOSERVICIOS DE LA CIUDAD DE MEXICO A PARTIR  
DE LA APERTURA COMERCIAL

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:

**DOCTOR EN CIENCIAS EN GEOGRAFIA**

P R E S E N T A :

**ALMA ALICIA GOMEZ GOMEZ**

ASESOR: DR. ADRIAN GUILLERMO AGUILAR MARTINEZ



CIUDAD UNIVERSITARIA

SEPTIEMBRE 2003.

A



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

**PAGINACION**

**DISCONTINUA**

## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICAS</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE DE ESQUEMAS</b>	<b>xi</b>
<b>ÍNDICE DE MAPAS</b>	<b>xiii</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>5</b>
<b>II. HIPÓTESIS</b>	<b>7</b>
<b>III. OBJETIVOS</b>	<b>8</b>
<b>V. METODOLOGÍA</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO 1. LA GLOBALIZACIÓN Y LAS NUEVAS ESTRATEGIAS DEL ABASTO ALIMENTARIO.</b>	<b>13</b>
1.1. La globalización	13
1.1.1. Conformación del mercado mundial	15
1.1.2. Los elementos fundamentales de la economía mundo y el nuevo orden económico internacional	17
1.1.2. Conceptualización de los aspectos global, regional, local y el surgimiento de las ciudades globales	23
1.2. Las estrategias de las transnacionales	33
1.2.1. La transformación de las transnacionales	34
1.2.2. La división del trabajo de las empresas transnacionales en el mundo	36
1.3. El abasto alimentario	39
1.3.1. La demanda de los productos agrícolas	40
1.3.2. La importancia de la localización en el abasto alimentario	44
1.3.3. El sistema de abasto alimentario en México	51
1.3.4. Las nuevas fuentes del abasto alimentario en México	53

<b>CAPÍTULO 2. LA GLOBALIZACIÓN Y LA APERTURA COMERCIAL EN MÉXICO 1986-1999</b>	<b>55</b>
2.1. Transformación del Estado mexicano para acceder a la economía global	56
2.1.1. Modificaciones al marco legal y administrativo para la apertura comercial	57
2.1.2. Los Acuerdos y Tratados Internacionales que consolidan la apertura del mercado mexicano	60
2.2. Las estrategias de las transnacionales en el mundo	67
2.2.1. Las empresas transnacionales	67
2.2.2. La inserción de las transnacionales en el país	70
2.3. El mercado mundial de frutas y hortalizas	74
2.3.1. La producción de manzanas y lechugas en el mundo	75
2.3.2. La balanza comercial mundial de manzana y lechuga	79
2.3.3. Importaciones y exportaciones de manzana y lechuga en México	81
<b>CAPÍTULO 3. DESARROLLO ECONÓMICO, URBANIZACIÓN Y EVOLUCIÓN DEL ABASTO Y EL CONSUMO EN MÉXICO</b>	<b>87</b>
3.1. El desarrollo económico y la urbanización en México	87
3.1.1. El desarrollo económico y urbanización	88
3.1.2. Las políticas gubernamentales de desarrollo urbano en México	93
3.2. Las políticas del abasto	100
3.2.1. Las políticas gubernamentales sobre el abasto	102
3.2.2. Los centros de abasto y acopio del país	109
3.3. Evolución del bienestar en México y los nuevos hábitos de consumo de la población	111
3.3.1. Evolución del bienestar en México	112
3.3.2. El ingreso y los cambios en el gasto alimentario en los hogares de México	123
<b>CAPÍTULO 4. LA IMPORTANCIA DE LA CIUDAD DE MÉXICO EN LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EL PAÍS</b>	<b>135</b>
4.1. El desarrollo urbano de la Ciudad de México	135
4.2. Evolución del abasto en la Ciudad de México	140
4.2.1. El abasto en la ciudad de México	142
4.2.2. Distribución interna de alimentos en la Ciudad de México	150
4.3. El surgimiento y expansión de los supermercados en la Ciudad de México	157
4.3.1. La expansión de los supermercados en la Ciudad de México	157
4.3.2. Estrategias de penetración a los mercados urbanos	165
<b>CAPÍTULO 5. EL IMPACTO DE LA GLOBALIZACIÓN EN LA ESTRUCTURA DE LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA MANZANA Y LA LECHUGA EN MÉXICO</b>	<b>175</b>
5.1. La manzana en México	177

5.1.1. La importancia de la manzana en Chihuahua	179
5.1.2. Implicaciones especiales en la producción	183
5.1.3. Implicaciones en las técnicas en la producción	185
5.1.4. Implicaciones económicas en la producción en la zona de estudio	189
5.2. La lechuga en México	197
5.2.1. La importancia de la lechuga en Guanajuato	200
5.2.2. Implicaciones especiales en la producción	203
5.2.3. Implicaciones técnicas en la producción	205
5.2.4. Implicaciones económicas sobre la producción en la zona de estudio	208
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>217</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>221</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>223</b>



## ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Clasificación de los supermercados y las tiendas de autoservicio	5
Cuadro 2. Fases del sistema de abasto alimentario	52
Cuadro 3. Resumen de ofertas arancelarias y comercio	64
Cuadro 4. Las 100 industrias mundiales más grandes	68
Cuadro 5. Clasificación sectorial de las grandes sociedades de productos alimentarios y de bebidas, 1985	69
Cuadro 6. Fusiones y adquisiciones de empresas alimentarias extranjeras en México	72
Cuadro 7. Las multinacionales alimentarias más importantes de México	73
Cuadro 8. México: producto interno bruto por sectores económicos principales, 1900-1999 (En porcentajes)	88
Cuadro 9. México: población total, urbana, rural y número de ciudades (miles)	91
Cuadro 10. Aplicación de coeficiente de Gini a la ENIGH	115
Cuadro 11. Distribución del ingreso total por deciles 1984-1994	117
Cuadro 12. Ingreso corriente total por deciles (millones de pesos a precios de 1994)	118
Cuadro 13. Principales características de las viviendas en México	120
Cuadro 14. Composición del gasto monetario en alimentos y bebidas por deciles 1984-1994 (Porcentajes)	126
Cuadro 15. Cronología del autoservicio en la Ciudad de México	159
Cuadro 16. La situación financiera de las principales empresas de autoservicio 1995	168



## ÍNDICE DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Producción mundial de manzana 1987-2000 (Toneladas)	75
Gráfica 2. Rendimiento mundial de manzana 1987-2000 (Ton/ha)	76
Gráfica 3. Superficie mundial cultivada de manzana 1987-2000 (Hectáreas)	76
Gráfica 4. Producción mundial de lechuga 1986-2000 (Toneladas)	77
Gráfica 5. Superficie mundial cultivada de lechuga 1986-2000 (Hectáreas)	78
Gráfica 6. Rendimiento mundial de lechuga (Ton/ha)	78
Gráfica 7. Balanza comercial mundial de manzana 1986-1999 (Miles de dólares)	79
Gráfica 8. Balanza comercial mundial de manzana 1986-1999 (Toneladas)	80
Gráfica 9. Balanza comercial mundial de lechuga 1986-1999 (Toneladas)	80
Gráfica 10. Balanza comercial de lechuga repollada en México 1990-2000 (Dólares)	82
Gráfica 11. Balanza comercial de lechuga de hoja larga 1990-1996 (Dólares)	83
Gráfica 12. Balanza comercial de manzana en México 1990-2000 (Dólares)	83
Gráfica 13. Distribución del gasto corriente en verduras y legumbres frescas (Hogares)	128
Gráfica 14. Distribución del gasto corriente en verduras y legumbres frescas (Gasto)	129
Gráfica 15. Distribución del gasto corriente en frutas frescas (Hogares)	129
Gráfica 16. Distribución del gasto corriente en frutas frescas (Gasto)	130
Gráfica 17. Distribución del gasto corriente en lechuga (Hogares)	130
Gráfica 18. Distribución del gasto corriente en lechuga (Gasto)	131
Gráfica 19. Distribución del gasto corriente en otras frutas frescas (Manzanas) (Hogares)	132
Gráfica 20. Distribución del gasto corriente en otras frutas frescas (Manzanas)(Gasto)	132
Gráfica 21. Años de experiencia	183
Gráfica 22. Modificación de superficie	184
Gráfica 23. Indicador de cambio de superficie	184
Gráfica 24. Cambio de variedad	185
Gráfica 25. Causas de cambiar de variedad	185
Gráfica 26. Cambio de época de cultivo	187
Gráfica 27. Causas de la modificación de la época de cultivo	187

Gráfica 28. Búsqueda de apoyo técnico	188
Gráfica 29. Variación de número de empleados	189
Gráfica 30. Tipo de mercado	190
Gráfica 31. Destino de la producción	190
Gráfica 32. Causas de elección de mercado	191
Gráfica 33. Modificación de mercado desde 1987	192
Gráfica 34. Causas de cambio de mercado	192
Gráfica 35. Modificación de presentación del producto	193
Gráfica 36. Causas de modificación de presentación	193
Gráfica 37. Localización de nuevos compradores	194
Gráfica 38. Causas de modificación de compradores	194
Gráfica 39. Mejora del precio	195
Gráfica 40. Indicador de precio	195
Gráfica 41. Años de experiencia	203
Gráfica 42. Modificación de superficie	204
Gráfica 43. Indicador de cambio de superficie	204
Gráfica 44. Cambio de variedad	205
Gráfica 45. Causas de cambiar de variedad	205
Gráfica 46. Cambio de época de cultivo	206
Gráfica 47. Época de cultivo	206
Gráfica 48. Causas de modificación de época de cultivo	207
Gráfica 49. Búsqueda de apoyo técnico	208
Gráfica 50. Nuevas técnicas de producción	208
Gráfica 51. Variación del número de empleados	209
Gráfica 52. Tipo de mercado	210
Gráfica 53. Destino de la producción	210
Gráfica 54. Causas de elección de mercado	211
Gráfica 55. Modificación de mercado desde 1987	211
Gráfica 56. Causas de cambio de mercado	212
Gráfica 57. Modificación de presentación del producto	213
Gráfica 58. Causas de modificación de presentación	213

<b>Gráfica 59. Localización de nuevos compradores</b>	<b>214</b>
<b>Gráfica 60. Causas de modificación de compradores</b>	<b>214</b>
<b>Gráfica 61. Modificación en el precio</b>	<b>215</b>
<b>Gráfica 62. Indicador de mejoramiento en el precio</b>	<b>215</b>



## ÍNDICE DE ESQUEMAS

	Pág.
Esquema 1. Canal de comercialización tradicional de la manzana para consumo en el D. F.	151
Esquema 2. Canal de comercialización moderno de la manzana para consumo en el D. F.	152
Esquema 3. Canal de comercialización moderno de la lechuga para consumo en el D. F.	154
Esquema 4. Canal de comercialización tradicional de la lechuga para consumo en el D. F.	165



## ÍNDICE DE MAPAS

	Pág.
Mapa 1. Importaciones de manzanas frescas a México 2000	85
Mapa 2. Importaciones de lechuga a México	86
Mapa 3. Número de supermercados por delegación del Distrito Federal 1971	164
Mapa 4. Número de supermercados por delegación del Distrito Federal 2000	164



## INTRODUCCIÓN

En México la apertura comercial se inició en 1986, cuando México ingresa al GATT (actualmente OMC). En congruencia con este hecho el gobierno mexicano crea el marco legal para el inicio de una serie de transformaciones en materia de comercialización. En esa misma época el Banco Mundial otorgó un préstamo por 300 millones de dólares y sugiere a México varias medidas de política económica para el sector agropecuario de nuestro país:

- a) Promoción de la agricultura de exportación y reformas comerciales.
- b) Control de subsidios y "targetting".
- c) Desregulación de precios.
- d) Desregulación del mercado.
- e) Gasto público e inversión en la agricultura.

Todas estas modificaciones permiten que se profundice el proceso de la internacionalización de la agricultura mexicana. Además, se hacen recomendaciones sobre el sistema de precios de garantía, la desincorporación de varias empresas paraestatales cuyas actividades tienen relación con las actividades agropecuarias como las que producían fertilizantes, precios de los mismos, del agua de riego, la energía para las bombas usadas para riego, las tasas de interés del crédito rural y otras de menor relevancia.

Este proceso de internacionalización, que se exige a las economías de países subdesarrollados, responde a la necesidad que tienen los países desarrollados para vender sus excedentes de producción. La apertura comercial en nuestro país fue indiscriminada. Por ejemplo, en el sector agropecuario se bajaron todos los aranceles a un rango que varía entre 0 y 20% para todos los productos de este sector. Existieron dos hechos graves en ese evento. Por un lado, no se prepararon a los productores mexicanos para esa entrada masiva de productos extranjeros; y, por otro lado, no se hizo una negociación de reciprocidad con los países a quienes se les permitió la entrada de

sus productos (Serra Puche, 1992).

En México, no todos los sectores quedaron involucrados en este proceso global, sino que se postergaron algunos (educación, salud y agricultura de subsistencia) y sólo fueron incluidos los sectores más modernos y con posibilidades de inversión. En lo que se refiere al abasto alimentario, se involucraron la Central de Abastos de la Ciudad de México y algunas cadenas de supermercados y la mayoría de los productos hortofrutícolas.

El sistema de abasto alimentario en México, establece su dinámica funcional de acuerdo con la concentración geográfica del consumo exigida por la población asentada en los grandes centros urbanos. Esta situación es histórica para nuestro país, ya que desde la época precolombina el poder que ejercieron los aztecas permitió que Tenochtitlán fuera un centro de acopio de productos alimentarios y de otros. Situación que continuó en la época de la Colonia y en el México independiente hasta el inicio de la apertura comercial. Este hecho no ha quitado la supremacía de la Central de Abasto de la Ciudad de México a pesar de que se han establecido otras en el interior del país.

## EL ABASTO MODERNO

El desarrollo de las ciudades en México hizo necesario nuevas formas de comercio para la población urbana. Desde finales de los sesenta el comercio intraurbano de alimentos experimentó un proceso reorganizativo, que consistió en una paulatina participación de los supermercados y de las tiendas de autoservicio y departamentales, como modelo alternativo para satisfacer la demanda creciente de alimentos por parte de los consumidores urbanos.

A mediados de los años cuarenta, aparece la primera tienda de autoservicio como una opción de acceso a los productos alimentarios. Basando su expansión en el modelo de tiendas predominantes en Estados Unidos y que se encargaban de vender alimentos y artículos para el hogar. En el Distrito Federal se establecen los grandes supermercados

como SUMESA en 1946, AURRERÁ en 1958 y GIGANTE en 1962.

Varios fueron los motivos que impulsaron el crecimiento del autoservicio, entre los más importantes se encuentra el ambiente económico que prevaleció en la década de los sesenta, lo cual favoreció cierto control en los niveles de inflación y una relativa estabilidad de los ingresos familiares que se tradujeron en la reafirmación de una clase media estable, haciendo más frecuente el uso del automóvil y del refrigerador en el hogar. Otro factor fue el despegue de las agroindustrias, lo cual permitió la conservación de productos perecederos como los hortifrutícolas, cárnicos y del mar, en alimentos envasados, enlatados o congelados, y de esta manera venderlos en forma masiva utilizando los sistemas modernos que ofrecía el autoservicio. Además de los factores promocionales implementados por las tiendas de autoservicio (CANACO, 1991: 29), y que se reflejaron en los hábitos de consumo de la población, donde gran parte de los aumentos de consumo tradicional fueron sustituidos por alimentos industrializados.

La situación actual está marcada por la agresiva apertura comercial, que fue el mecanismo que logró el sueño del consumidor medio mexicano; éste ya no tiene necesidad de trasladarse por más de mil kilómetros a los Estados Unidos para comprar sus provisiones indispensables. Las tiendas de autoservicio se han asociado con firmas comerciales de ese país a través del proceso de *joint-ventures* o *alianzas estratégicas*, buscando entre ellas una competencia mucho mayor al ofrecer al consumidor urbano productos a precios al mayoreo y medio mayoreo, controlando el mercado a través de membresías registradas mediante credenciales de descuento o con el sistema de "impactos en el precio" que busca sustituir las tiendas tradicionales de abarrotes. Estos "clubes de precios" desarrollados con gran éxito en Estados Unidos, se vienen convirtiendo en los nuevos centros de abasto de la clase media de las principales ciudades mexicanas, promoviéndose con ello tanto el intermediarismo de pequeña escala, como la atención del consumidor final.

Estos nuevos modelos mercadológicos tienden a expandirse a lo largo del país. Ponen su atención en el consumidor urbano y suburbano cautivo, el cual viene modificando sus

estrategias de consumo de acuerdo con la ubicación de los centros abastecedores de una gran diversidad de productos, lo más cercano posible a su hogar.

La característica distintiva de los supermercados y tiendas de autoservicio se basa en la conformación de establecimientos comerciales que utilizan economías de escala para abatir costos de intermediación y precios al consumidor. Poseen un alto grado de capital y utilizan servicios y conocimientos altamente especializados de mercadotecnia, administración y finanzas. Cuentan con un alto grado tecnológico que les permite realizar un gran volumen de ventas y formas de maximizar sus ingresos y utilidades (Delgadillo y Gasca, 1993: 47). Los supermercados y tiendas de autoservicio se pueden clasificar por su tamaño, superficie de ventas, tipo de propiedad y radio de influencia según se muestra en el Cuadro 1.

Con la apertura comercial se introdujeron además de las asociaciones ya citadas las franquicias para el abasto alimentario, que consisten en transferencias de marcas registradas, convenidas previamente, operadas por nacionales que desarrollan la comercialización de productos-paquete, generalmente de alta calidad, provenientes del país de origen de la franquicia. Entre las principales asociaciones tenemos la de Comercial Mexicana con Price Club, el grupo Cifra (Aurrerá) con Wal-Mart (controladora de *Sam's Club*) y Gigante con Fleming y Carrefour. La principal característica de estas nuevas tiendas es que abren grandes locales con estantes llenos de paquetes y cajas como en una central de abasto y aplican tecnología que reduce el número de empleados y mantiene al día los inventarios de mercancías a través de lectores ópticos.

**CUADRO 1  
CLASIFICACIÓN DE LOS SUPERMERCADOS Y TIENDAS DE AUTOSERVICIO.**

<b>Tamaño del Establecimiento</b>	<b>Superficie de Venta m<sup>2</sup></b>	<b>Radio de Influencia</b>	<b>Tipo de Propiedad</b>	<b>Ejemplo de Tienda</b>
Minisupers	400	400	Público	Tienda "B"
Autoservicio				ISSTE
Barrial				Conasuper "B"
			Privado	Oxxo, Super 7
Pequeños	800	800	Público	Tienda "A"
Autoservicio				ISSTE
Independientes				Conasuper "A"
O en cadena				La luna
				De todo
Grandes	150	1500	Público	TiendasUNAM
Supermercados			Privado	Bodega Aurrera
Grandes				Gigante
Cadenas de	2000	2000	Privado	Aurrerá
				Comercial
				Mexicana

Fuente: Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México. (1993). Abasto de alimentos a la Ciudad de México. Comercio tradicional, comercio moderno. CANACO. México.

Las estrategias comprenden la organización de la empresa así como las formas de asociación inversión, de venta y hasta la determinación de zonas de abasto.

A futuro, en términos de los avances de la globalización y la integración de la economía regional y mundial, y de continuar desbordado el proceso de urbanización en México, el sistema de abasto tradicional pierde fuerza ante estos nuevos sistemas más integrados y con mayores posibilidades de satisfacer a los consumidores para que éstos realicen el menor esfuerzo posible (Delgadillo y Gasca, 1993: 251, 252).

## **I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La apertura comercial que experimentó el país ha reestructurado el sistema de abasto de algunos productos hortofrutícolas en la Ciudad de México. La aparición de productos hortofrutícolas extranjeros en algunos autoservicios en esta área sugiere que existen

cambios en el origen de los productos, los precios, la calidad, el suministro y los canales de distribución. Este hecho trae consigo varias consecuencias entre las que destacan la disminución del mercado para los productos hortofrutícolas producidos en el país y los problemas en la balanza comercial repercutiendo en los canales de comercialización y el abasto urbano tradicionales.

México fue productor de granos y los exportaba. Actualmente, se importan granos básicos principalmente maíz que es un producto clave en la alimentación de la población. De ahí la importancia de estudios sobre los impactos de las importaciones de productos agropecuarios que están íntimamente relacionados con la soberanía alimentaria de la nación. Ese cambio se suscitó cuando el modelo económico se centraba en el desarrollo del mercado interno y una cerrazón con el mercado internacional, por lo que con el actual modelo de desarrollo de apertura el fenómeno puede alcanzar otras dimensiones aunque en la actualidad no sea tan significativo dentro de la balanza comercial.

Otros casos son la pera, las uvas, manzana, lechuga y de manera sobresaliente la piña. Por lo que se debe considerar el gran número de mercancías que entran a México de contrabando. Que dentro de los datos conocidos destacan la carne de res y de pollo, además de frutas y hortalizas.

De acuerdo con la FAO, un país con una proporción mayor a 25% de las importaciones agroalimentarias respecto a las exportaciones totales tiene problemas de seguridad alimentaria. En México, esta proporción fue de 7.0 por ciento en promedio durante 1995-99, mientras que en 1990-94 fue de 11.9 por ciento. La seguridad alimentaria como un objetivo político va más allá de las consideraciones económicas, ya que los aspectos políticos desempeñan un papel de mayor importancia en la formulación de las políticas públicas (Casco y Rosenzweig, 2000: 15).

Los costos de producción por tonelada indican la competitividad internacional que tiene un producto, en México, algunos productos hortofrutícolas son desplazados debido a que

sus costos de producción son mayores a los de otros países productores de hortalizas.

En México se han identificado dos sistemas de comercialización: 1) el tradicional, donde existen varios intermediarios y que se caracteriza en general por la centralización urbana de todo el proceso y 2) el sistema descentralizado, el cual se distingue por el desplazamiento del poder del mayorista al detallista y por la práctica secuencial de las diversas funciones del mercado, especialmente acopio, clasificación y procesamiento dentro de las mismas líneas de producción. Existen sistemas de comercialización para un determinado mercado, como el café, los vinos, frutas, hortalizas y los granos. Algunos de estos productos participan en sistemas integrados de las Centrales de Abasto, pero por lo general conforman canales unidimensionales y se relacionan directamente con autoservicios o cuentan con sus propios canales de ventas.

## II. HIPÓTESIS

La apertura comercial que experimentó el país ha reestructurado el sistema de abasto y producción de manzanas y lechugas del país. El desplazamiento que han tenido las manzanas y lechugas nacionales de algunos mercados de autoservicio refleja que existen cambios en los precios, la calidad, el suministro y los canales de distribución.

El desarrollo de las clases altas y medias así como el incremento del trabajo femenino han permitido que las preferencias de compra cambiarán tanto en tipo de productos, presentación y calidad permitiendo con esto el consumo de productos hortofrutícolas importados como la manzana y la lechuga.

La liberalización del mercado interno para las manzanas y lechugas importados ha modificado la vocación de producción en algunas zonas abastecedoras de productos hortofrutícolas de la ciudad de México, teniendo implicaciones económicas y territoriales en esas zonas.

Las nuevas formas de comercialización, de las tiendas de autoservicio, han jugado un papel muy importante en el desplazamiento de manzanas y lechugas mexicanos por extranjeros.

### **III. OBJETIVOS**

#### **OBJETIVO GENERAL**

Mostrar cómo se diversificó el abasto de manzanas y lechugas en los autoservicios de la Ciudad de México, a partir de la apertura comercial y de inversiones en el país, modificando la distribución y el consumo de dichos productos para conocer los efectos que ha tenido en la balanza comercial y en las zonas productoras del país.

#### **OBJETIVOS PARTICULARES**

1. Encontrar las relaciones de la globalización de la economía con el abasto alimentario y examinar como las empresas transnacionales alimentarias están desarrollando nuevas estrategias para optimizar sus ganancias en el nuevo orden económico internacional.
2. Analizar cómo la legislación mexicana se modificó para que la economía pudiera acceder al mercado mundial; y mostrar, el desarrollo del proceso de apertura económica al signar varios acuerdos comerciales con distintos bloques de países, y así conocer el impacto que tuvieron estas acciones en el mercado nacional de manzanas y lechugas que modificaron la balanza comercial en ese rubro.
3. Mostrar los rasgos fundamentales que han tenido el abasto y el consumo dentro del desarrollo económico de México, e identificar los efectos de la globalización

dentro del proceso de urbanización, el abasto alimentario y los hábitos de consumo en México.

4. Mostrar cómo se introdujeron manzanas y lechugas extranjeros que han modificado el consumo de estos productos para conocer el impacto de la globalización.
5. Analizar el impacto de la globalización en el abasto de manzanas y lechugas en sus áreas de producción en México, y distribución y consumo en la Ciudad de México.

Las variables que se utilizan para analizar el abasto son: oferta, demanda, fuentes de aprovisionamiento, legislación y canales de comercialización.

## V. METODOLOGÍA

El presente trabajo se basa en el desarrollo de los fenómenos económicos, los cuales se gestan a través del tiempo, así como la metodología en geografía económica se basa en cómo se transforma un área determinada a través del tiempo. Por eso es necesario comparar los resultados antes y después según el área donde se desarrollan.

Para estudiar la complejidad actual cada vez más aguda, es necesario hacer geografía, uno de los aspectos que esta disciplina deberá tener en cuenta para aproximarse al conocimiento de lo que sucede en las realidades actuales, es el análisis de la evolución de las técnicas y el impacto que éstas han tenido en la producción de los espacios. Separar espacio y sociedad deja sin efecto a la geografía como medio para adentrarse a la realidad, puesto que la realidad jamás se presenta disgregada. Se ha dicho que "las personas hacen a los sitios y estos hacen a las personas, pero los lugares, y no las personas, son la geografía (Brown, 1985: 8).

El espacio no es una cosa ni un sistema de cosas, sino una realidad compuesta por relaciones. El espacio debe considerarse como un conjunto indisoluble en el que participan por un lado cierta combinación de objetos geográficos, objetos naturales y objetos sociales, y por el otro, la vida que los colma y anima es decir, la sociedad en movimiento. El espacio, por consiguiente, es un conjunto de formas, cada una de las cuales contiene funciones de la sociedad en movimiento (Santos, 1984:700).

Las técnicas han permitido que el espacio sea producido de manera distinta en cada periodo. Las técnicas se presentan siempre en sistemas y la evolución tecnológica sustituye unos sistemas técnicos por otros más eficientes y modernos. La preeminencia de una serie, una "familia" de sistemas, marca un periodo histórico. Nuestro tránsito por este periodo técnico – científico, ha hecho posible el sueño de la geografía del siglo XVII y de los viajeros de los siglos anteriores. Ahora se tiene el conocimiento del mundo de manera empírica y lo que es más, con simultaneidad. Esto quiere decir que se sabe lo que ocurre en las antípodas de un lugar dado, y que cualquier evento puede repercutir en la condición de cualquier otro espacio. "Por primera vez en la historia del hombre, los universos se vuelven susceptibles de empirización, el proceso de totalización puede ser constatado empíricamente" (Santos, 1991: 11).

En esta etapa previa, objetos técnicos tales como los puentes y los caminos juegan el papel que hoy día les toca jugar a los satélites, el fax, la propia televisión e internet, es decir, los objetos técnicos que agilizan los flujos de información. El alcance, infinitamente mayor en velocidad y distancia de estos últimos, es lo que permite la mundialización.

La mundialización trae consigo implicaciones definitorias para la formación de los territorios y la producción del espacio, y estas repercusiones tendrán frecuentemente un alto grado de "perversidad" (Santos 1988-A: 17). Esta es una forma de denotar los fenómenos de concentración y centralización de la economía y del poder político, de la difusión de una enagenante cultura de masas, del establecimiento de un control total de la fuerza de trabajo para aumentar la productividad, del fomento de una cómoda

desigualdad para los intereses de los grupos hegemónicos y de muchos fenómenos más que se originan de esta mundialización.

Para cumplir los objetivos propuestos se utilizará el método inductivo, el cual es una generalización; es decir, es una operación por medio de la cual extendemos a una clase de objetos lo que observamos sobre un individuo o algunos casos particulares. Para algunos análisis se utilizará el método deductivo, el cual está basado en principios que van de los aspectos generales a las cuestiones particulares. Para otras fases del estudio se empleará el método comparativo, el cual tiende a sistematizar una tendencia natural del orden universal, en este momento del análisis es el valor relativo de los fenómenos el que entra en la línea de conteo.

El Trabajo de Campo.- Para determinar los productos que se analizarán será a través del análisis de frecuencias de aparición en los distintos supermercados de las áreas de la Ciudad de México. Una vez determinados los productos, su origen nacional e internacional, se aplicarán encuestas en las zonas productoras nacionales. Se tiene que utilizar este método indirecto dado que al entrevistar a los miembros de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD) para conocer quienes son sus proveedores y el destino final que tienen esos productos hortofrutícolas no accedieron a contestar esa información. Además, se aplicarán encuestas a productores de hortalizas en algunas zonas productoras más representativas de la región centro del país para determinar los efectos de la importación de los productos hortofrutiles en esa área. El análisis estadístico versará sobre producción de hortalizas, el consumo de hortalizas, la balanza comercial, costos de producción y distribución, población, gustos y preferencias de los consumidores, productos sustitutos, precios, niveles de ingreso de la población y tasa de inflación, de las siguientes fuentes: Banco de México, Sistema Nacional de Información de Mercados, SAGAR, ASERCA, INEGI y las publicaciones de la Central de Abastos.

Se utilizará material bibliográfico, hemerográfico, cartográfico y magnético. Cabe mencionar que del tema específico de la tesis no existe literatura reciente por lo que la

información hemerográfica y las publicaciones de documentos oficiales serán de vital importancia. El área de estudio es la Ciudad de México. Dentro de esta área visitamos las cadenas comerciales de Aurrerá (actualmente Wal Mart), Gigante, Comercial Mexicana, Auchan, Sam's y Price Club porque son las que ofrecen hortalizas de origen extranjero y algunas de ellas tienen además inversiones de capital extranjero.

A grosso modo, el documento se desarrolla de la siguiente forma: el capítulo 1 habla sobre las teorías que explican la globalización económica, sus implicaciones y teorías sobre el abasto. En el capítulo 2 se observa como se dio la apertura comercial en nuestro país y como se ha desarrollado la balanza comercial de productos como la manzana y la lechuga. El capítulo 3 muestra como evolucionó el desarrollo económico, la urbanización y como se caracteriza el consumo humano en México. El capítulo 4 muestra la importancia de la Ciudad de México en el abasto y distribución de productos alimentarios. En el capítulo 5 se presentan los resultados de la globalización para el sector agropecuario así como los resultados de las encuestas aplicadas a productores de manzana en Chihuahua y a productores de lechuga en Guanajuato.

Mi sincero agradecimiento a la Universidad Autónoma Chapingo y en particular a la División de Ciencias Económico Administrativas por permitirme seguir capacitándome. A la ANUIES y a la UNAM, por ofrecer oportunidades para actualizarse. Asimismo, al CONACYT, al Sistema Nacional de Investigadores y al Programa Universitario de Investigación y Servicio en Economía y Administración Agropecuaria y Forestal por su apoyo para realizar estos estudios de Doctorado.

Mi agradecimiento y admiración al Dr. Adrián Guillermo Aguilar Martínez por dirigir este trabajo con gran entusiasmo y paciencia. A los miembros de mi Comité tutorial los Drs. Luis Chías Becerril y Felipe Torres Torres, agradezco su orientación acertada en la elaboración de este trabajo. A los miembros del Jurado agradezco sus consejos y asesoría a los Doctores Ignacio Caamal Cauich, Flavia Echánove Huacuja, Juan Antonio Leos Rodríguez y Yolanda Trápaga Delfin.

**CAPITULO I LA GLOBALIZACIÓN Y LAS NUEVAS ESTRATEGIAS DEL ABASTO ALIMENTARIO**

El objetivo de este capítulo es encontrar las relaciones que tiene la globalización de la economía con el abasto alimentario así como las empresas transnacionales alimentarias están desarrollando nuevas estrategias para optimizar sus ganancias en la organización del nuevo orden económico internacional.

El desarrollo económico que ha tenido el mundo ha sido desigual, así como las correlaciones de fuerzas políticas y militares. La división internacional del trabajo de finales del siglo XIX y mediados del XX, asignó a los países desarrollados la producción de bienes manufacturados y de capital y a los subdesarrollados la producción de materias primas. Actualmente, esto cambió y trataremos de caracterizar esta nueva situación a continuación.

**1.1. La globalización**

Las políticas de globalización han constituido, según Chonsky y Dieterich un desafío que hasta ahora los intelectuales no han sabido responder con claridad. América Latina vive un momento crucial, porque los gobiernos de la mayor parte de los países del continente, se encuentran siguiendo los lineamientos del FMI, están profundizando las políticas económicas neoliberales de manera tal que ello entraña un empobrecimiento de las mayorías y un proceso de reconversión de los estados nacionales, y ante estas redefiniciones de importancia histórica, el primer reto intelectual tendría que ser el determinar las dimensiones del cambio que se esta produciendo: no sólo en las estructuras sociales y económicas sino en la naturaleza misma de los regímenes, a fin de explicar las dimensiones de estas políticas y sus consecuencias (Chonsky y Dieterich, 1998: 7).

TESIS CON  
FALLA DE JUREN

El sistema global se ha podido desarrollar gracias a que emergió un sistema de proveedores y de circulación global en los años recientes; en lugar de los arreglos bilaterales comerciales que ahora son bloques económicos (Veraza, 1997). Otra característica de la globalización es la existencia de las ciudades mundiales. Dentro de las cuales se localiza el comando y el control de la economía global.

Los nuevos procesos de desarrollo en Asia y América Latina están creando una nueva ola de industrialización sin precedentes, de forma que el número de empleos industriales en el conjunto del planeta, pese a la desindustrialización en la OCDE, es el más alto de la historia: el número de empleos industriales en el mundo creció de 102.9 millones en 1963 a 176.9 millones en 1989 (últimos datos disponibles), o sea en un 72% en tan sólo 26 años (Wieczorek, 1995; citado por Borja y Castells, 1997: 26), si bien la distribución geográfica del empleo cambió radicalmente, al desplazarse de los países de la OCDE a los países de nueva industrialización, sobre todo en Asia.

El proceso de globalización aparece como el reforzamiento y extensión de la tendencia de la gran corporación Fordista para suprimir diferencias y el desarrollo global de productos para mercados unificados. La economía global y la tendencia a la globalización no es de hecho un fenómeno que sea "totalizante y homogeneizante por naturaleza". Al contrario, es acompañado por modelos históricos específicos de diferentes niveles de complejidad los cuales son producto de estabilidad y coherencia estructurados. En contraste a la internacionalización del mercado de los gloriosos años treinta, la expansión no se expresa porque una compañía logre su expansión a nivel internacional sino porque se formen cadenas de producción basadas en acuerdos de cooperación, donde se tiene que valorar la identidad de cada espacio determinado. Por ejemplo, en México las cadenas de supermercados nacionales se asociaron con las internacionales como por ejemplo Comercial Mexicana con Price Club, el grupo Cifra (Aurrerá) con Wal Mart (Controladora de Sam's Club) y Gigante con Fleming.

Estos hechos se deben a la nueva conformación del mercado mundial, la cual se analiza a continuación.

### **1.1.1. Conformación del mercado mundial**

Para explicar los fenómenos actuales se tiene que establecer la diferencia entre Mercado Mundial y Comercio Internacional. Se define al Comercio Internacional únicamente como el intercambio de mercancías, es decir, circulación de mercancías; en cambio, el Mercado Mundial se interesa en la producción, circulación y consumo de las mercancías a nivel mundial. Su ámbito de acción es mayor. Cuando se inicia el intercambio internacional de mercancías, únicamente los países importaban productos que no producían o su producción no era suficiente para cubrir su consumo nacional; en otras palabras, únicamente era intercambio de mercancías por dinero o mercancías por mercancías y en algunas operaciones se concretaban a cambiar dinero por dinero.

El ámbito del Mercado Mundial es mucho más amplio el comercio internacional; como ya dijimos, no le interesa únicamente el intercambio de mercancías, sino penetrar en los países que va abarcando. En este sentido, podemos decir que se interesa en el territorio y en la población de esos países donde se va introduciendo. En el territorio, para obtener materias primas o producir a menores costos que en los países de origen o como maniobras para introducir productos que requieren certificado de origen de aquel país para ser introducidos en otros mercados. En su población, para cambiar sus hábitos de consumo y así poder vender sus productos.

Los principales factores del mercado mundial son:

- 1) Proceso de trabajo. El proceso de trabajo a nivel mundial se refiere a cómo se van a producir las mercancías que llegarán al Mercado Mundial. Las materias primas pueden ser producidas en un país, transformadas en otro y ensambladas o terminadas en otro.
- 2) Comercio internacional. Y que sin este no se podría realizar la circulación de dichas mercancías.

- 3) Las finanzas. Elemento que sirve para contabilizar las transacciones que se realizan con la circulación de mercancías hasta llevarlas al consumidor. En este rubro tenemos que tomar en cuenta tipos de cambio, balanzas de pagos, estabilidad cambiaria, entre los más importantes.

Con estos tres factores se cierra el circuito de producción, circulación y consumo. Una condición para que exista el Mercado Mundial es que exista una nación hegemónica. El objetivo de la hegemonía es mantener el dominio económico, al mercado mundial le interesa el territorio y la población, pero en los términos que la nación hegemónica impone y no sólo se interesa en la población y el territorio políticamente entendido, sino también en la ecología que los envuelve. La hegemonía se aplica sobre la economía, pero no sólo utiliza instrumentos económicos como podrían ser los financieros, sino se vale de otros como los políticos, los militares estratégicos, entre otros. Como elementos preponderantes de la hegemonía de una nación en el Mercado Mundial tenemos: las finanzas, la cultura y el poderío militar. El Mercado Mundial es el lugar de la hegemonía y de bloques hegemónicos sobre bloques sometidos.

Estados Unidos se erigió en país hegemónico del Occidente, así como, lo fue la Unión Soviética para los países del Este después de la II Guerra Mundial. En esa misma época, en Occidente, se realiza la reunión de Bretton Woods donde se acuerda que el dólar será considerado como el patrón oro y quedando como la moneda fundamental en el ámbito financiero mundial. Y a partir del final de los años cuarenta e inicios de los cincuenta sus hábitos culturales se difunden en el mundo, y hasta el momento actual sus hábitos de consumo se imitan en el mundo.

En las condiciones actuales, con el derrumbe del bloque oriental podría pensarse que Estados Unidos toma la hegemonía absoluta en el mundo. Pero esto no es así, puesto que Estados Unidos ha perdido el liderazgo económico, en particular del sector industrial, pero se conserva el poderío militar para determinar el curso de la política mundial.

Las dos grandes tendencias que se están desarrollando en el mundo actual, en lo que se refiere a la conformación del mercado mundial son: 1) globalizador y 2) en bloques económicos. Estas tendencias están determinando los flujos de mercancías e inversiones en el mundo. A continuación se menciona cómo estos elementos se materializan en los países.

### **1.1.2. Los elementos fundamentales de la economía mundo y el nuevo orden económico internacional**

La nueva división internacional de trabajo ha creado nuevas formas de producción y de mercado para el cual el sistema capitalista ha dado respuesta los cuales analizamos a continuación.

#### **a) Los elementos fundamentales de la economía mundo**

La economía-mundo consiste en un mercado único, el mercado mundial, que actualmente es predominantemente capitalista, lo que supone que la producción esta destinada al intercambio más que al uso: es decir, los productores no consumen lo que producen sino que lo intercambian en el mercado al mejor precio posible (Taylor, 1997: 9). Puesto que el precio de las mercancías no es fijo, hay competencia económica entre los productores, en la cual las más eficaces pueden vender más barato que los demás con el fin de aumentar su participación en el mercado y eliminar a sus competidores. Así el mercado mundial determina la cantidad, el tipo y la ubicación de la producción. El resultado tangible de este proceso ha sido un desarrollo económico desigual en el mundo, como habíamos mencionado. Desde la segunda guerra mundial las empresas multinacionales han dominado el mercado mundial (Taylor, 1997: 9).

Este factor forma parte de la definición del sistema, porque si un Estado llegara a controlarlo por completo, el mercado mundial estaría sometido a un control político, se eliminaría la competencia y el sistema se transformaría en un imperio-mundo (Taylor, 1997: 9).

Para que la economía mundo funcione se apoya en ciertas instituciones. Entre las múltiples instituciones de este tipo Wallerstein (1984) señala cuatro que son de vital importancia para que funcione la economía mundo:

1. Los Estados, es donde reside el poder formal en la economía-mundo. Los Estados son responsables de salvaguardar las leyes que definen las normas por las que rigen las demás instituciones.
2. Los pueblos, son grupos de individuos que tienen afinidades culturales.
3. La población mundial, la cual se puede dividir, según criterios económicos, en estratos que denominaremos clases.
4. Las unidades domésticas, para definir estas instituciones el criterio utilizado es la unión de rentas Wallerstein (Citado por Taylor, 1997: 23) cree que estas unidades domésticas son los átomos de su sistema, la piedra angular de sus demás instituciones. Todos los seres humanos forman parte ante todo de una unidad doméstica, que esta sujeta a las leyes de cierto estado, tiene afinidades culturales como un pueblo determinado y esta ubicado desde un punto de vista económico, en una clase concreta (Taylor, 1997: 23, 24).

Las unidades domésticas tienen un papel importante en el mantenimiento de las definiciones culturales de los pueblos y los pueblos tienen influencia fundamental en las fronteras de los Estados y en la naturaleza de los conflictos de clase (Taylor, 1997: 24). La nueva economía global se articula territorialmente en torno a redes de ciudades. Las ciudades, por su parte, dependen cada vez más, en sus niveles y modos de vida, de las formas de su articulación a la economía global. (Borja y Castels, 1997: 31 y 32). Por otro lado, al mismo tiempo que las ciudades se sitúan en la economía global, deben también integrar y estructurar a su sociedad local. Sin un anclaje sólido en los ciudadanos, los gobiernos de las ciudades no tendrán la fuerza necesaria para navegar los circuitos globales. En este sentido, lo local y lo global son complementarios no

antagónicos. Esta integración social requiere mecanismos políticos democratizados, basados en la descentralización administrativa y en la participación ciudadana en la gestión municipal. Pero también exige una política económica local.

#### **b) El nuevo orden económico internacional**

Como ya se mencionó en el apartado anterior, la conformación del mercado mundial se inició después de la segunda guerra mundial. A partir de entonces se iniciaron diferentes procesos que desembocaron en un nuevo orden económico. Dentro de estos destaca el proceso de urbanización, el cual se expandió en los países en desarrollo a partir de los años cincuenta, teniendo como resultado la reorganización de la producción, del trabajo, de las finanzas, provisión de servicios y competencia en una base transnacional.

La producción de algunos productos alimentarios también fue reorganizada en una base comercial que tiene un intercambio global. En varios países en desarrollo la producción agrícola para consumo interno se ha cambiado para la exportación otorgando beneficios al capitalismo global. La base de la nueva división internacional del trabajo es el empleo directo de un gran número de trabajadores con bajo costo de producción en territorios extranjeros para ejecutar las tareas de una producción estándar.

El sistema global se ha podido desarrollar gracias a que emergió un sistema de proveedores y de circulación global en los años recientes en lugar de los arreglos bilaterales comerciales que ahora son de bloques económicos. Otra característica de la globalización es la existencia de las ciudades mundiales dentro de las cuales se localizan el comando y el control de la economía global (Dieterich, 1998: 49).

El nuevo orden económico emergió como consecuencia de la nueva política geográfica, sobre la base del desarrollo de las transnacionales. Y es el principal responsable de la rápida urbanización de la periferia. Éste progresó porque los intercambios económicos entre el centro y la periferia son espacialmente enfocados y debido a una concentración

de una actividad económica con relación a la globalidad en áreas urbanas (Clark, 1998: 92). La urbanización está siendo también consecuencia indirecta del capitalismo corporativo transnacional sobre las economías de los países en desarrollo.

La dinámica de la globalización se considera como una sobre generalización del modelo de ciudad global. En el caso de algunos países como el nuestro las principales ciudades a nivel nacional y las ciudades intermedias son también frecuentemente modeladas como "mini" o ciudades globales menores y la diferencia cualitativa entre ellas y las reales regiones urbanas globales han sido poco estudiadas. Dentro del pensamiento global en el análisis urbano, estas ciudades cubren sólo unas cuantas funciones urbanas y su hinterland regional es limitado.

Para algunos autores, la urbanización para los países latinoamericanos como México puede ser explicada por las teorías estructuralista e interdependentista y consideran que la teoría del nuevo orden económico explica la urbanización de Asia y África, pero considero que a través de las tres teorías podemos explicar el desarrollo urbano de nuestro país.

Lo que es importante resaltar aquí es que la urbanización ha sido requisito y consecuencia para que algunas ciudades queden dentro del fenómeno de la globalización. Es decir, sin un desarrollo urbano no pueden existir las grandes cadenas de transnacionales y al mismo tiempo la presencia de estas empresas permite un desarrollo urbano más dinámico.

Las ciudades y sociedades de todo el mundo experimentaron en el fin de siglo XX una profunda transformación histórica estructural. En el centro de dicha transformación se halla una revolución tecnológica, organizada en torno a las tecnologías de información. Basándose en la nueva infraestructura tecnológica, el proceso de globalización de la economía y la comunicación ha cambiado nuestras formas de producir, consumir, gestionar, informar y pensar. No toda la actividad económica o cultural en el mundo es global. En realidad, la inmensa mayoría de dicha actividad, en proporción de personas

participantes, es de ámbito local o regional. Pero las actividades estratégicamente dominantes, en todos los planos, están organizadas en redes globales de decisión e intercambio, desde los mercados financieros a los mensajes audiovisuales. El planeta es asimétricamente interdependiente y esa interdependencia se articula cotidianamente en tiempo real, a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación, en un fenómeno históricamente nuevo que abre de hecho una nueva era de la historia de la humanidad: la era de la información (Borja y Castels, 1997: 21).

Los procesos de urbanización, las ciudades y los ciudadanos no son ajenos a dichos cambios estructurales. De hecho, asistimos al proceso de urbanización más rápido y de mayores dimensiones de la historia. Dentro de pocos años la mayoría de la población mundial será urbana y la inmensa mayoría de esa población urbana habitará en ciudades de países en vías de desarrollo (Borja y Castels, 1997: 21 y 22). En definitiva los países son atravesados casi imperceptiblemente por esos flujos de capital, de gente, de productos y de materias pero más que esos por flujos de información que paradójicamente determinan la especialidad de los países que se presumen soberanos. Lo anterior puede comprobarse empíricamente según Milton Santos gracias a que atravesamos por un periodo histórico globalizador, al que propone junto con otros teóricos llamar periodo técnico científico (Santos, 1990: 15). La información como se dijo, es la base de dicha mundialización y su flujo se da a ritmos vertiginosos que hacen cambiar las relaciones territoriales y que finalmente producen espacios diferentes a los conformados en periodos anteriores.

La economía global es también una economía informacional. Es decir, una economía en la que el incremento de la productividad no depende del incremento cuantitativo de los factores de producción (capital, trabajo, recursos naturales) sino de la aplicación de conocimiento e información a la gestión, producción y distribución tanto en procesos como en productos (Foray y Freeman, 1992; citados por Borja y Castells, 1997: 25). La generación y procesamiento estratégico de información se han convertido en los factores esenciales de productividad y competitividad en la nueva economía (Dosi, 1988; citado por Borja y Castells, 1997: 25).

La economía informacional se caracteriza igualmente por un modelo de producción flexible, constituido en torno a la práctica cada vez más generalizada de la empresa-red. Por dicho termino no entendemos una red de empresas, sino una nueva forma de organización. Lo que estamos observando en la economía (y en buena medida en la sociedad en su conjunto) es la descentralización de las grandes empresas, creando unidades de gestión semiautónomas; la proliferación de pequeñas y medianas empresas; la formación de redes de cooperación entre pequeñas y medianas empresas, entre pequeñas y entre las grandes entre sí, llegando a formarse redes de redes (IHMAI, 1990 citado por Borja y Castells, 1997: 25). Puesto que las alianzas estratégicas entre grandes empresas varían, según líneas de producto, tecnología, mercado o país, podemos considerar que la nueva estructura del sistema económico está formada por redes específicas, siempre cambiantes, en un sistema de geometría variable (Borja y Castells, 1997: 25).

En esta nueva conformación económica han surgido las megaciudades, las cuales deben ser definidas en términos de su poder gravitacional en relación con amplias regiones del mundo. Las megaciudades articulan la economía global, conectan las redes informacionales y concentran el poder mundial. Pero, al mismo tiempo, también son receptáculos de inmensos sectores de la población que luchan por sobrevivir. Las megaciudades concentran lo mejor y lo peor de nuestras sociedades, desde los innovadores y los poderosos hasta los segmentos socialmente irrelevantes desde el punto de vista de la lógica implacable del sistema. Lo más significativo de las megaciudades es que están conectadas externamente a las redes globales, mientras que están internamente desconectadas a aquellos sectores de sus poblaciones locales considerados funcionalmente innecesarios o socialmente perturbadores: los “desechables” según la terminología usual en Bogotá. Se propone la tesis de que esto es tan cierto en Nueva York como en México D.F. o Yakarta. Lo que hace de las megaciudades una nueva forma urbana es el hecho de constituirse en torno a su conexión en una red global, de la que son nodos fundamentales, al tiempo que están internamente segmentadas social y espacialmente (Borja y Castells, 1997: 51 y 52).

### **1.1.2. Conceptualización de los aspectos global, regional, local y el surgimiento de las ciudades globales**

Estos tres niveles de análisis involucran a las naciones en dos aspectos: el primero que se refiere al Estado-nación, el cual regula legalmente las acciones que se realizarán en una nación determinada; y, el segundo el que se refiere al territorio, en donde se aplicarán las acciones de dictó el Estado-nación. A continuación se analiza.

#### **a) El Estado-nación**

Como ya se mencionó la globalización se tiene que apoyar en ciertas instituciones para que pueda plasmarse en la realidad, la primera es el Estado-nación a través de la cual se instituirán las políticas que permitan el desarrollo de las estrategias de las empresas globales. La política del Estado-nación puede reducir o aumentar las influencias que ejercen estos procesos globales en las comunidades que lo integran. Este tipo de manipulación puede hacerse a costa de ciertas comunidades del propio Estado o a costa de comunidades de otros Estados; pero la última razón de ser de la política en esta estructura es servir de filtro entre la economía-mundo y las comunidades locales (Taylor, 1997: 41).

Puesto que el Estado-nación detenta el poder formal, y el hecho de que los Estados de un solo nivel (Estados autoritarios, sin consenso de su población), es decir aquellos que no tienen influencia a nivel federal, estatal y municipal, brillen por su ausencia en la economía-mundo da a entender que es preciso que haya más niveles, sobre todo el local. Puede que la necesidad se derive de dos aspectos del Estado moderno. Primero, las instituciones del Estado consisten en burocracia a gran escala, y todas las organizaciones burocráticas funcionan por medio de ciertas esferas de control en estructuras jerárquicas de ahí que sea mucho más eficaz descentralizar varios servicios que adoptar todas las decisiones desde un centro lejano: no es de sentido común otorgar un uso de suelo para un establecimiento de una capital de provincia desde oficinas gubernamentales en la capital del Estado. Segundo, la función de gobierno del estado requiere legitimidad, que

puede apoyarse en diversas medidas en las tradiciones de la autonomía local: este sentido de comunidad es especialmente fuerte en los EEUU., pero la idea de que las personas que viven en las localidades deberían tener la capacidad de invertir en la dirección de los asuntos relacionados con su localidad goza de amplia aceptación en muchos países (Taylor, 1997: 300).

La contribución teórica más relevante de Sanders (1984), sobre las funciones de los dos niveles de Estado se conceptualizan en dos conjuntos distintos de procesos políticos. En el centro hay una política de clase bastarda en cuestiones de producción, en tanto que en el aparato de Estado local y regional la política de consumo traspasa la división entre clases. Si se toma en cuenta que el aparato de Estado central está más relacionado con las necesidades de acumulación del capital y el aparato de Estado local y regional se centra más en las necesidades de legitimación, no es extraño que haya tensión entre las dos escalas (Taylor, 1997: 301).

#### **b) El territorio**

El desarrollo desigual vuelve a ser el concepto clave que necesita al Estado para organizar a los agentes locales con el fin de administrar su diversidad territorial. Pero la misma naturaleza de esta diversidad significa que en las localidades pueden predominar intereses distintos a los de los grupos dominantes nacionales. Por tanto, los grupos locales pueden utilizar el aparato de Estado central. En opinión de Duncan y Goodwin (1988) es este el papel contradictorio del aparato de Estado local y regional, y no sus funciones concretas, lo que nos permite precisar el concepto. Esa es la verdadera naturaleza del aparato de Estado local y regional (Taylor, 1997: 301).

Se concluye que el desarrollo desigual obliga inevitablemente al Estado a organizar su territorio por medio de alguna autonomía local. La abolición de la administración local y regional nunca resuelve la tensión de las relaciones entre el centro y las localidades (Taylor, 1997: 304). Si el aparato de Estado central aboliera el aparato de Estado local y regional no tendría ningún vínculo con las localidades. El estado estaría menos

integrado: perdería parte de su legitimidad. La política de la localidad continuaría, pero adoptaría diversas formas de política práctica, lo que podría amenazar más al *statu quo* que el hecho de que las localidades estén firmemente integradas en el Estado-nación por medio de los aparatos de Estado locales y regionales (Taylor, 1997: 305).

En consecuencia, la geografía política de este mundo también ha de ser compleja. La perspectiva de geografía política de la economía-mundo, que se organiza en escalas geográficas, puede entender el sentido del mundo moderno sin perder demasiado de vista la complejidad de esa realidad. Puesto la perspectiva empleada se apoya en esta escala es conveniente terminar con un análisis de los fenómenos de clase cuyo carácter es, manifiestamente, tanto local como global (Taylor, 1997: 205).

El concepto de global, es un compuesto de las características del sistema que conecta un modelado sobre una configuración específica. Lo local, tiene un significado no dicéimil al de región, cuando es entendido como una construcción teórica y no simplemente como una entidad delimitada por los confines físicos o políticos-administrativos. Lo local no es simplemente una parte de un sistema complejo, tiene identidad propia. El mismo sistema local interactúa con el de otros niveles por el camino de la intermediación de los actores que pertenecen simultáneamente al sistema local y al sistema supralocal que puede ser interpretado como una dinámica entre lo local, el sistema territorial y la organización, la cual contiene interacciones complejas quienes se activan entre ellas mismas entre sujetos localizados dentro de un sistema territorial.

En este análisis de la territorialidad se puede insertar a los actores que jugarán, transformando el potencial local dentro de los valores que pueden ser exportados en los circuitos globales. Dado que las nuevas tecnologías permiten articular formas arcaicas de sobreexplotación local con redes productivas modernas orientadas hacia la competición global (Portes, Castells y Benton, 1989 citado; por Borja y Castells, 1997: 28). La economía informal, vieja y nueva a la vez, es la forma extrema de la flexibilidad que caracteriza las nuevas relaciones productivas en una economía informacional, globalizada y polarizada (Borja y Castells, 1997: 28).

En este acercamiento, la dimensión territorial representa un instrumento prioritario para la explicación de la complejidad industrial presente. Si lo local es parte de lo global y no puede ser separado de esto, entonces sigue que el fenómeno de globalización genera una nueva dialéctica entre lo local y lo global (Conti, 1997: 197). Hemos entrado en un nuevo tipo de sociedad que podría denominarse como “La sociedad de flujos” (Castells, 1996a). En esta sociedad en la que el poder y la riqueza están organizados en redes globales por los que circulan flujos de información. Dichos flujos son asimétricos y expresan relaciones de poder. Pero aún más importante que los flujos de poder es el poder de los flujos: los flujos financieros, los flujos de tecnología, los flujos de creación de imagen, los flujos de información. La lógica de la sociedad de los flujos escapa frecuentemente a sus controladores, como saben los gobiernos que luchan por regular los mercados financieros o los dirigentes políticos o económicos traídos y llevados por las campañas y las conspiraciones cruzadas y contradictorias en los medios de comunicación (Borja y Castells, 1997: 30).

El proceso de globalización y la informacionalización de los procesos de producción, distribución y gestión, modifican profundamente la estructura espacial y social de las ciudades en todo el planeta. Éste es el sentido más directo de la articulación entre lo global y lo local. Los efectos socio-espaciales de esta articulación varían según los niveles de desarrollo de los países, su historia urbana, su cultura y sus instituciones (Borja y Castells, 1997: 35). La competitividad bien entendida en la nueva economía informacional global no pasa fundamentalmente por una reducción de costos sino por un incremento de productividad. Y esa productividad depende, en lo esencial, de tres factores: conectividad, innovación y flexibilidad institucional (Brotchie *et al*, 1995 citado por Borja y Castells, 1997: 32).

Es importante resaltar la connotación que tiene el desarrollo local, que se enfoca a la territorialidad de cada contexto, situación que es irrepetible en las relaciones sociales y económicas que se dan en ese espacio. Las explicaciones del desarrollo regional se sustentaban básicamente en que el desarrollo económico capitalista tendía a impulsar regiones “centrales” altamente desarrolladas y otras regiones subdesarrolladas,

dependientes y localizadas en países periféricos. Todas estas interpretaciones no ofrecieron explicaciones satisfactorias ni anticiparon los cambios en la configuración territorial del reciente sistema de producción capitalista: procesos de desindustrialización; surgimiento de nuevos espacios industriales de alta tecnología; tercerización de las economías urbanas, etc. La combinación de estos procesos ha dado por resultado el surgimiento de nuevas regiones “centrales” dentro de países desarrollados y en vías de desarrollo; así como, de tradicionales regiones “centrales” que después de periodos de crisis y pérdida de dinámica productiva, han enfrentado una reestructuración económica de su vieja base industrial, sustituyéndola por nuevas actividades industriales de punta, o por servicio al productor vinculados al comercio y los negocios (Aguilar, 1996: 175).

Como ya se mencionó el actual desarrollo de tecnologías de información ha permitido la flexibilidad en los procesos de producción, distribución y gestión. Lo que ha permitido una descentralización de dichos procesos en diferentes localizaciones espaciales. El principal impacto de las nuevas tecnologías en la estructura territorial es la emergencia de un espacio de los flujos de comunicación que constituye la verdadera base material del nuevo sistema productivo en nuestras sociedades.

De esta manera, los nuevos espacios productivos, la reestructuración económica de las regiones, y el espacio de los flujos dominado y modulado por intereses globales son parte de las nuevas transformaciones del desarrollo regional. Es en esta dialéctica entre la dominación global del territorio de los flujos y las aspiraciones segmentadas de las sociedades locales, donde se teje la nueva problemática del desarrollo regional. (Aguilar, 1996: 173).

Es decir el desarrollo local, de algunas regiones de los territorios esta determinado por tres aspectos fundamentalmente, a saber: el condicionamiento histórico, la división espacial del trabajo y la reestructuración del sistema económico mundial. La distribución geográfica de la actividad económica que es el resultado de la evolución de una nueva forma de división del trabajo, se sobrepondrá y se combinará con el patrón

producido en periodos históricos previos por anteriores formas de división del trabajo (Massey, 1979: 35). Es decir, el desarrollo económico de un territorio o región en particular es el producto de divisiones espaciales del trabajo tanto a nivel nacional e internacional. Un aspecto importante es que las nuevas inversiones se realizarán en actividades productivas que están distribuidas geográficamente de acuerdo al patrón de diferenciación espacial.

El resultado de estos procesos contradictorios entre la globalización tecno-económica y la especificidad creciente de las identidades es la crisis sistémica de los estados nacionales. Por un lado, sus competencias no son suficientes para controlar los flujos globales y su organización suele ser demasiado rígida para adaptarse a los cambios constantes del sistema mundial. Por otro lado, la pluralidad de identidades territoriales y culturales que aspiran a ser representadas por los estados nacionales generan procesos crecientemente conflictivos y, en último término, tienden a deslegitimar la idea de representación nacional (Borja y Castells, 1997: 31).

### **c) Las ciudades globales**

La teoría de Taylor sobre las localidades se ha basado en la competición que existe entre lugares. En la economía-mundo hay un conjunto de lugares que han sido los grandes beneficiados de esta competición y se han de llamar "ciudades mundiales", las cuales comparten varias características. En ellas se concentran gran cantidad de las sedes de compañías transnacionales y son centros del sistema financiero mundial, como indica la gran cantidad de bancos extranjeros.

Albergan a una élite internacional de profesionales del sector transnacional de servicios a los productores (despachos de abogados, agencias de publicidad, empresas de seguros, empresas de contabilidad, etc.). Son en definitiva, los grandes centros de oficinas del mundo, lo que se refleja en el mercado inmobiliario local. Pero todo esto va acompañado de un aumento en los empleos con salarios bajos, por lo que se produce una estructura urbana muy polarizada en la que unos son muy ricos y otros muy pobres. Las ciudades

mundiales son la cumbre del "Primer Mundo", pero han asumido características del "Tercer Mundo", como las personas sin hogar y la economía informal callejera. Son micro cosmos de las desigualdades extremas del conjunto de la economía-mundo capitalista, y el creciente índice de delitos y violencia reflejan la inestabilidad cada vez mayor de nuestro mundo político. Son localidades especiales por muchos motivos.

La idea de las ciudades mundiales salió a la palestra cuando John Friedmann (1986), quién introdujo "la hipótesis de la ciudad mundial", que era un marco de investigación en el que conectaba el proceso de urbanización con la globalización, o en nuestra terminología, localidad con la economía-mundo. Este autor propuso un conjunto de siete tesis para el análisis (Taylor, 1997: 305).

1. La tesis de la integración afirma que las oportunidades y limitaciones a las que se enfrentan las ciudades (o las localidades) dependen de la naturaleza de su integración en la cambiante división mundial del trabajo.
2. La tesis de la jerarquía afirma que algunas ciudades se han convertido en "pilares" del capital para la organización espacial de los mercados y la producción. Son ciudades mundiales que pueden organizarse en una jerarquía mundial de centros de control.
3. La tesis de la producción afirma que las funciones globales de las ciudades mundiales están representadas directamente en la estructura socio-espacial de la localidad.
4. La tesis de la comunicación afirma que las ciudades mundiales son las sedes principales de la concentración y de la acumulación del capital internacional.
5. La tesis de la emigración afirma que las ciudades mundiales se han convertido en polos de atracción para los emigrantes internacionales dando origen a una gran diversidad étnica.

6. La tesis de la polarización afirma que esa mezcla social interactúa con las funciones económicas originando segregación espacial en una localidad polarizada socialmente.
7. Las tesis del costo social afirma que la nueva polarización crea un potencial de costos sociales que supera la capacidad fiscal de la administración local y regional provocando crisis de las que quedan a salvo las funciones de control del capital global.

Friedman afirma que las ciudades mundiales están ubicadas en la superficie de contacto entre el sistema interestatal y el capital transnacional. Como tales, son la expresión contemporánea de la contradicción entre el espacio continuo en el que opera el capital y el espacio territorial de la política. Describe las "ciudades mundiales" como el centro financiero transnacional del principio del mundo moderno: primero Amberes, luego Génova y después Ámsterdam. Sin embargo, en el último caso la ciudad mundial formaba parte de un Estado territorial nuevo y fue esta última forma política la que prosperó.

Hoy en día es posible que las ciudades mundiales estén empezando a alcanzar algunas formas nuevas de independencia respecto a los Estados territoriales, lo que las convierte en algo muy relevante para nuestra geografía política. Por ejemplo, las finanzas de los Estados europeos occidentales son controladas en gran medida por decisiones del *Bundes Bank* en Frankfurt, y ni siquiera al Gobierno alemán se le permite controlar la toma de decisiones. El hecho de que las ciudades mundiales estén arrebatando funciones a los Estados territoriales puede ser un indicio importante de que, efectivamente, nos encontramos al comienzo de una transición a un sistema mundial distinto con una política esencialmente distinta (Taylor, 1997: 306, 307).

Las ciudades grandes y pequeñas son simplemente escenarios donde se desarrollarán las relaciones sociales y no constituyen en si mismas relaciones sociales. En las ciudades es donde se manifiestan, en primer lugar, los efectos de la globalización. Para Castells el

concepto de lo urbano es como una noción cotidiana: es en sus palabras el ámbito de la experiencia en el que la gente vive el día a día. (Taylor, 1997: 279). La escala de la experiencia es la escala en la que vivimos a diario, e incluye todas nuestras necesidades fundamentales, como trabajo, techo y consumo de artículos básicos. Para la mayoría de los que viven en países del centro se trata de un "sistema" urbano que abarca el área de desplazamientos cotidianos: para la mayoría de los que viven en otra parte se trata de una comunidad semiurbana o rural (Taylor, 1997: 40). Y es en las necesidades fundamentales donde se ven plasmados los efectos de la globalización. Tenemos que los horarios, las profesiones y los oficios se han modificado. Las casas habitación se han cambiado por unidades habitacionales o conjuntos residenciales dependiendo del nivel de ingresos de la población a la que va dirigido. Y los hábitos de consumo tanto alimenticios como de vestuario se estandarizan dentro de un mismo nivel de ingreso.

Las unidades domésticas dependen de la localidad y su vida cotidiana se desarrolla en las localidades. Ahora vamos a añadir la perspectiva del capital a la política local. Los que controlan el capital también tienen que tener en cuenta las localidades, porque es preciso dar un emplazamiento a todas las inversiones de capital. Las estrategias políticas prácticas del capital se reducen a tres opciones (Harvey, 1985). Primero, pueden encontrarse con la competencia de otros capitalistas al incrementar las inversiones en una localidad para producir de un modo más eficaz. Segundo, pueden localizar su inversión e invertir en el lugar que resulte más rentable. Tercero, el capital puede formar una coalición para el crecimiento en la localidad donde este ubicado, que se beneficiará del consiguiente aumento del valor de la localidad (Taylor, 1997: 298). De estas estrategias se habla en el siguiente apartado de este capítulo.

Lo global es un espacio de flujos unidos a diferentes y cambiantes sistemas locales: esto es, por ende, un sistema transterritorial. Es en lugar de un sistema territorial cerrado en un medio específico y esto es la principal función para producir bienes y servicios. La perspectiva geográfica es la que les da un significado a los actores del medio ambiente global que no pueden ser separados del sistema dinámico global. Esta situación se clarifica en la frase que utilizan las transnacionales cuando realizan su planeación.

"pensar globalmente y actuar localmente".

En suma, la globalización de la economía, y en particular de los servicios avanzados que organizan y gestionan el conjunto del sistema, no conduce a la dispersión espacial de funciones, ni tampoco a la concentración exclusiva de las funciones direccionales en unas pocas áreas metropolitanas. La ciudad global no es Nueva York, Londres o Tokio, aunque sean los centros direccionales más importantes del sistema. La ciudad global es una red de nodos urbanos de distinto nivel y con distintas funciones que se extiende por todo el planeta y que funciona como centro nervioso de la nueva economía, en un sistema interactivo de geometría variable al cual deben constantemente adaptarse de forma flexible empresas y ciudades. El sistema urbano global es una red, no una pirámide. Y la relación cambiante respecto a esa red determina, en buena medida, la suerte de ciudades y ciudadanos.

Se puede concluir que el desarrollo urbano es consecuencia de un profundo y persistente proceso que permite y estimula a la gente a la acumulación de bienes en el espacio geográfico. Históricamente tenemos dos prerequisites que fueron necesarios: 1) la generación de un superávit de productos que mantuvieran a la gente fuera de las actividades agrícolas y, 2) el logro de un nivel de desarrollo social que permitiera a grandes comunidades ser sociedades estables y viables.

En lo que se refiere al abasto del comercio internacional, lo global concierne ampliamente a la lógica local, debido a que empuja a los factores locales a la toma de decisiones para la vanguardia. Es decir, tanto las decisiones para producir como para el establecimiento de concesionarias de las transnacionales son tomadas fuera del ambiente local pero este aspecto es el principal afectado. Las transnacionales han dejado de ser meros exportadores de mercancías y servicios para crear una infraestructura mundial de producción y distribución cuyo valor se calcula superior a los 2.1 billones de dólares, es decir, dos veces mayor que Producto Interno Bruto Latinoamericano (Dieterich, 1998:49).

Más en particular, y con una considerable aceleración en los años ochenta, el fenómeno de la globalización se ha visto incrementado en el comercio de bienes y servicios de todo tipo, envolviendo países en desarrollo en un grado creciente. Una significativa parte de este comercio es actualmente entre ramas locales o subsidiarias de compañías multinacionales, las cuales en esa década se aceleraron significativamente, lo que Michalet (1985) define como "producción deslocalizada" (Conti, 1997: 195).

## 1.2. Las estrategias de las transnacionales

De 7,000 empresas transnacionales que existían aproximadamente en los años sesenta, en la actualidad existen 37,000, sus ventas combinadas superan el total del comercio mundial que en 1992 alcanzaba la suma de 5.8 billones de dólares. A nivel de mercado mundial se calcula que alrededor del 40% del comercio mundial no se realiza a través de un mercado libre sino como comercio intra-empresarial. En la última década, el número de países ha aumentado de 58 a 70 (Dieterich, 1998: 49).

Otros datos que pueden ilustrar sobre la importancia económica de las transnacionales a nivel mundial se obtienen de un breve perfil de las quinientas empresas más grandes de la naciente sociedad global.

Los ingresos combinados de las quinientas gigantes alcanzaron en 1994 la suma de 10, 245.3 billones de dólares, es decir 50% mayor que producto interno bruto (PIB) estadounidense; diez veces mayor que el PIB de América Latina y del Caribe. En 1990, 25 veces mayor que el PIB del país latinoamericano más grande (Brasil: 414.86 mmd en 1990); 43 veces mayor que el PIB mexicano (237.750 mmd) y 230 veces mayor que el venezolano (48.270 mmd).

Las fortunas (*assets*) de esas empresas representan un valor de 30,848.2 billones de dólares y un total de empleados de 34,515,427 personas. La empresa más grande del mundo en 1994, la japonesa Mitsubishi, tuvo ingresos de 175,835.6 mmd y trabajaba

con 100 mil productos. En lo referente al personal empleado, la General Motors ocupaba a 692,800 personas, mientras que sus ganancias alcanzaban la estratosférica cifra de 4,900.6 mmd, apenas por debajo de la Ford (5,308.0), de EXXON( 5,100.0) y del grupo Royal Dutch/Shell con 6,235.6 mmd.

De las diez compañías más grandes del mundo, seis son transnacionales japonesas, tres son estadounidenses y una es británica/holandesa. La distribución geográfica de las corporaciones reflejan las habituales estructuras de poder en la sociedad global: 435 de las 500 transnacionales más importantes -el 87 por ciento- pertenecen a los países del grupo G-7. De ellas, 151 son estadounidenses, 149 japonesas, 44 alemanas, 40 francesas, 33 británicas, 11 italianas, 5 canadienses (Chonsky y Dieterich, 1998: 50).

De América Latina se encuentran 2 brasileñas, 2 mexicanas y una venezolana, en la excelsa lista de amos del mercado mundial; pero es significativo que esas empresas pertenecen sin excepción, a los sectores primarios y terciario: tres son petroleras y dos de servicios (banco y teléfonos), reflejando de esta manera la actual inexistencia de un potencial industrial latinoamericano en el mercado mundial. (Chonsky y Dieterich 1998: 51).

### **1.2.1. La transformación de las transnacionales**

Para responder a la situación económica tan delicada del momento las empresas transnacionales a fin de sobrevivir y no bajar sus tasas de ganancia tuvieron que realizar profundas reestructuraciones industriales: modernización de los equipos, abatimiento del costo salarial, aumento de la investigación, innovaciones de los productos y avances en la gestión. La estrategia de las empresas para hacer frente a la crisis incluyó tres grandes vertientes: reestructuración (geográfica y de especialización por producto), aumento de la innovación e inversión en la modernización productiva. Este proceso se inició en los setenta con la instalación de maquiladoras en países del tercer mundo.

Dado que el entorno mundial se encuentra en transición casi permanente, las empresas llevaron a cabo diversas acciones de modernización y flexibilización de su equipo, disminución del personal, cambios en la gama de sus productos, mejoramiento de su gestión financiera y apertura al mercado internacional, entre otras.

A diferencia de las etapas económicas anteriores a la crisis, las operaciones de fusión y compraventa de empresas no responden al mero deseo de aumentar su participación en el mercado o de accentuar la concentración productiva, sino que son resultado de una necesaria política de reestructuración para encarar el entorno económico en formación. (Green, 1990: 93).

La expansión de los mercados de los países desarrollados no es sólo resultado de una ideología económica, sino también de los cambios tecnológicos actuales. Las nuevas técnicas introducidas por las grandes empresas son sumamente costosas, generan un gran aumento de la productividad y pierden vigencia rápidamente. Ésto obliga a las empresas a trabajar con equipos y productos con ciclos cortos de vida. Dada la alta productividad obtenida, los pequeños mercados nacionales se saturan rápidamente. Para amortizar la inversión en poco tiempo es indispensable salir al mercado internacional.

Como resultado de esta apertura, se ha agravado la competencia en el mercado internacional. El número de actores especializados en una gama limitada de productos se ha reducido y la lucha entre ellos es cada vez más intensa. Los grupos han seguido tres reglas de oro en su reestructuración: establecerse en mercado geográfico y con productos dinámicos, en sectores de actividad bien conocidos por el grupo y que posean una sinergia productiva importante (Green, 1990: 92). Estas reglas han sido aplicadas por varias empresas transnacionales en México como Wal-Mart y Nestlé, entre las más importantes.

Pero si el nuevo paradigma tecnológico, por si mismo, no destruye el empleo, si modifica profundamente las condiciones del empleo y la forma de organización del trabajo. Por un lado, teniendo en cuenta la interdependencia global de las redes de

empresas, los sectores abiertos a la competencia mundial tienden a aproximar (aunque no a igualar) sus condiciones de trabajo, haciendo que las empresas tiendan a relocalizarse en zonas de menores costos y regulación más laxa o, alternativamente, a provisionarse de productos generados en dichas zonas. Por otro lado, y en todas las sociedades, el nuevo sistema tecnológico permite y acentúa el proceso histórico de desagregación del trabajo con base en un nuevo modelo flexible de relaciones laborales. En efecto, mientras que la revolución industrial consistió en agregar la fuerza de trabajo de campesinos expulsados de sus tierras y de artesanos desposeídos de sus medios de producción para formar el sistema social de la fábrica, la actual revolución tecnológica se dirige, al contrario, hacia la individualización de las tareas y la fragmentación del trabajo, reconstituyendo la unidad del proceso mediante redes de comunicación. Así, los fenómenos de subcontratación, descentralización productiva, aprovisionamiento subsidiario, trabajo parcial y a tiempo parcial, empleo por cuenta propia y consultoría, están teniendo un crecimiento vertiginoso, e incluyen ya entre la cuarta parte y una tercera de la fuerza de trabajo en las principales ciudades desarrolladas (Carnoy y Castells; 1996 citado por Borja y Castells, 1997: 27).

### **1.2.2. La división del trabajo de las empresas transnacionales en el mundo**

Como ya se mencionó al inicio del capítulo, el proceso de trabajo y la distribución de los productos para el mercado mundial son fundamentales por lo que las grandes empresas transnacionales han desarrollado diferentes estrategias para poder expandirse en el mundo entre las que destacan y la *racionalización* y la *deslocalización*.

Para que las grandes compañías transnacionales alimentarias (GCTA) transitaran hacia una nueva estrategia en la que el énfasis que se ponía en la baja del costo unitario del producto mediante una producción en gran escala se trasladara ahora a la *acumulación intensiva*, era imperativo buscar la reducción de los costos de producción y el aumento de la ganancia por unidad producida a partir de la *racionalización*, aunque la realización de los productos radica en mercados más restringidos. Las inversiones en racionalización de estas empresas explican el desplazamiento que ha enfrentado el empleo en los

últimos años, lo que corre paralelo a la claridad del objetivo de no buscar hacer crecer el producto de manera permanente (Torres *et al*, 2001: 88).

Además era necesaria la *deslocalización* de dichas empresas. Por *deslocalización* debemos entender todos los procesos mediante los cuales las distintas variedades de alimentos, los métodos de producción y los modelos de consumo se difunden por todo el mundo a través de una red más intensa y creciente de interdependencia económica y política.

*Deslocalización* significa que una parte cada vez mayor de la dieta proviene de lugares distantes a través de canales comerciales. Aunque para las economías industrializadas la *deslocalización* ha estado asociada a la diversificación de los alimentos disponibles, para el tercer mundo, excluyendo las capas medias y altas de los sectores urbanos, la inserción de esos aparatos agroalimentarios en las corrientes comerciales mundiales han acarreado no sólo la pérdida del control de sus sistemas de distribución, sino la reducción de la disponibilidad alimentaria local (Torres *et al*, 2001: 89).

La aparición de las redes comerciales internacionales de alimentos, así como la emigración de los centros rurales a los urbanos y de un continente a otro en escalas aún sin precedente, con el intercambio de técnicas y preferencias culinarias y dietéticas con los tres fenómenos fundamentales que se asocian a la *deslocalización*.

Esta lleva consigo la reducción de la autonomía local de los recursos energéticos, ya que cada vez más se hace desprender la disponibilidad de alimentos a la del equipo de transporte que funcione con gasolina, así como la instalación de infraestructura de la industria alimentaria. Cada localidad urbana se halla expuesta a las fluctuaciones económica-políticas de cualquier factor de los que se componen las redes mundiales de energía y alimentos.

Conciliaciones en la producción y precios del petróleo, café, azúcar, así como las demandas de consumo de carne de ganado vacuno o de los bienes ofrecidos por la

industria internacional de comida rápida. También hace referencia al paso de un control local y comunitario a uno que está inserto en las corrientes internacionales en los que los sistemas de producción de alimentos tienen un lugar preponderante (Pelto y Pelto, citado por Torres *et al*, 2001: 98).

La *deslocalización* productiva reúne capitales de diverso origen, tecnologías generadas en diversas áreas, mano de obra local barata, ventajas arancelarias y procesos productivos, regimentados, etc., queda articulada por los GCTA (Arroyo, citado por Torres *et al*, 2001: 90). Es pues este entorno de racionalización y *deslocalización* el que explicará tanto las estrategias como las prácticas de innovación de las GCTA y su incidencia relativa en los patrones de consumo (Torres *et al*, 2001: 90).

El crecimiento de las redes comerciales de distribución de los alimentos se halla estrechamente relacionado con el desarrollo de las tecnologías de procesamiento de los alimentos. Este último implica un amplio aspecto de manipulaciones desde una conservación relativamente sencilla hasta la preparación de comidas precocinadas y listas para comer, así como una variedad de comidas rápidas (Torres *et al*, 2001: 91).

Actualmente los límites que en particular encuentra la internacionalización de los alimentos han sido superados por las tecnologías y producción y conservación así como en la del transporte. Ello favorece la *deslocalización* que sitúa a las GCTA como grandes reordenadores de agricultores, agroindustrias y mercados de alimentos, redefiniendo el papel y la función que cada economía local desempeña en el sistema agroalimentario internacional (Torres *et al*, 2001: 91).

Las GCTA se fueron convirtiendo también en el instrumento *ad hoc* para agilizar los montajes y desmontajes exigidos por la *deslocalización*. La movilidad del capital ha impuesto la necesidad de transformar los procesos productivos y distributivos como condición para reproducir los mismos en distintos territorios con diversas condiciones voluntad que es indispensable para la rápida reubicación de las inversiones en los destinos en los que la utilidad sea más atractiva (Torres *et al*, 2001: 91 y 92). Montar y

desmontar procesos productivos en diferentes regiones del mundo se vuelve importante cuando la planeación corporativa logra alcances planetarios. La uniformización, tanto en la capacitación como en la constante actualización del *know how*, son fenómenos que permean a la industria alimentaria, estableciendo por un lado la sanción del mercado a través de precios internacionales, y readecuando por otro, los patrones de consumo de los distintos sistemas alimentarios nacionales y locales (Torres *et al*, 2001: 92).

La permanente adaptación de la infraestructura productiva alimentaria por la vía del trabajo de las GCTA (a través de sus filiales) a las técnicas y estándares de producción internacional, expresa que el verdadero sentido de la internacionalización (globalización del capital) es la inducción de los sistemas productivos locales a los patrones internacionales. La consolidación de formas de capital mayoritariamente mexicano como GCTA es un claro ejemplo de lo anterior: que BIMBO y MASECA presentan mejores índices financieros que NESTLE y Anderson Clayton no debería hacernos abandonar la idea de que el sector industrial esta en manos de GCTA (Torres *et al*, 2001:92).

A continuación se habla de cómo el abasto responde a las necesidades de consumo de las sociedades y a sus fuentes de abastecimiento.

### 1.3. El abasto alimentario

Para explicar el abasto es necesario que definamos como se rige el mercado. Por lo que primero lo definiremos en términos económicos: “un mercado existe cuando compradores que desean intercambiar dinero por bienes y servicios se ponen en contacto con vendedores que desean intercambiar bienes y servicios por dinero. Entonces un mercado se define en términos de las fuerzas fundamentales de la oferta y la demanda y no necesariamente está confinado en un lugar geográfico particular (García, 1987: i).

De manera que quién quiera conocer la marcha de los acontecimientos del mercado, debe estudiar a fondo el comportamiento de la oferta y la demanda, sus dos principales

determinantes. El funcionamiento de la oferta y la demanda lo determinan los precios en el mercado y sus variaciones a corto, mediano y largo plazos (García, 1987: iii, iv).

En cuanto a la comercialización, se puede decir que este es un proceso que comienza con la decisión de los agricultores de producir productos agrícolas vendibles y envuelve todas las operaciones que es necesario efectuar para acopiar y preparar el producto para el consumo y mover éste desde la finca productora hasta el consumidor final en la forma más eficiente posible. Este proceso, hace pasar a los productores por diferentes agentes de comercialización (mayoristas de origen, mercados mayoristas en destino, mercados detallistas, etc.). De acuerdo con lo anterior los precios por la acción de la oferta y la demanda se van formando en mercados diferentes, a menudo con un grado de competencia también diferente (García, 1987: iv).

Por lo que respecta a los mercados, según su amplitud diferenciamos mercados locales, regionales, nacionales e internacionales; según el tipo de mercancías: mercados de cereales, ganado, carne, huevos, frutas y hortalizas; según el volumen manipulado se pueden distinguir mercado de mayoreo y menudeo (García, 1987: iv).

### **1.3.1. La demanda de los productos agrícolas**

El Dr. Littman (citado por García, 1987: v), indica que la demanda es el factor clave de los mercados, ya que a través de su análisis se pueden conocer con alguna precisión los volúmenes que podrá absorber el mercado de cada producto, en qué lugares o plazas y a qué precios. Esta información permite programar la producción en correspondencia con la demanda, evitando de esta manera la realización de inversiones antieconómicas, los fenómenos de superproducción o déficit y pérdidas en los mercados (García, 1987: v).

La demanda agrícola está expresada en la siguiente relación funcional:

$$D_i = F(P_i / P_{ob}, Y, P_s, P_c, G \text{ y } P, Exp)$$

Donde:

- Di: Cantidad demanda del producto i
- Pi: Precio del producto i
- Pob: Población
- Y: Ingreso
- Ps: Precios de los productos sustitutos
- Pc: Precios de los productos complementarios
- G y P: Gustos y preferencias de los consumidores
- Exp: Expectativas de los consumidores (García, 1987: 9)

A continuación se explican brevemente los conceptos anteriores.

- a. El precio del producto esta regido por la ley de la oferta y la demanda, al subir el precio de los productos agrícolas la cantidad demandada disminuye; un efecto contrario se observa si baja el precio. Estos cambios en los precios provocan movimientos a lo largo de la curva de la demanda agrícola.
- b. La población esta compuesta por el número de habitantes, su ritmo de crecimiento, la estructura por edades, la distribución geográfica, la proporción de población urbana y rural, sexo, son aspectos que generalmente modifican a la demanda agrícola (García, 1987: 9).
- c. Los efectos que provocan las variaciones en el ingreso real de los consumidores y su distribución se pueden distinguir los de corto y largo plazo. A corto plazo si el ingreso aumenta la demanda de alimentos, sobre todo los que contienen alto contenido de proteína. Si el ingreso real baja disminuye la demanda de estos productos y aumenta el consumo de otros productos que pueden ser menos nutritivos. En cambio, en el largo plazo un cambio en la distribución del ingreso provoca cambios estructurales en la demanda agrícola. Si aumenta el ingreso de toda la población aumenta la demanda y si

disminuye el ingreso disminuye la demanda.

- d. Los precios de productos sustitutos, para hablar de estos productos tenemos que hacer referencia a que los precios de todos los bienes de una economía están relacionados en un sistema interdependiente: el cambio en el precio de un provoca cambios en la demanda de los otros bienes. Se considera que la mayoría de los productos de origen agrícola guardan relaciones de sustitución entre sí, aunque unos más que otros. La sustitución se entiende en términos técnicos (composición nutritiva) y económicos (precios relativos).
- e. Los precios de los productos complementarios. La relación de complementariedad también es factible de observar entre los productos de origen agrícola sobre todo los alimentos carne-ensaladas, pan-café, entre otros. El cambio en el precio del bien complementario y el cambio en la demanda del bien en cuestión están relacionados inversamente. Es decir si sube el precio del bien complementario los consumidores propenderán a consumir menos de este alimento o gastar más en ese bien. Ello los obliga a hacer ajustes en su presupuesto en términos de adquirir menos del producto. Lo contrario ocurrirá si baja el precio del producto sustituto.
- f. Los gustos y preferencias de los consumidores. Estos factores también generan cambios estructurales en la demanda agrícola. En la práctica están muy vinculados a las variaciones en el ingreso. Los cambios en los gustos y preferencias se originan por las siguientes causas: i) Por motivos psicológicos: educación; tradición y la propaganda. ii) Por motivos fisiológicos: edad, sexo, peso y estatura; la actividad física e intelectual; la región donde se habita.
- g. Expectativas de los consumidores. Los consumidores se formulan expectativas o esperanzas sobre la ocurrencia de eventos futuros, sobre los cuales existe mucha incertidumbre como la inflación, disminución del ingreso, huelgas, inestabilidad política y los rumores (García 1987: 9, 10, 11, 12, 13 y 14).

Para el abasto es fundamental la distribución de los productos por lo que también es necesario tomar en cuenta las principales características de la producción agrícola. Entre las cuales se tienen:

- a. Está dispersa. Esto significa que existen muchas unidades de producción distribuidas en una gran área geográfica. Por ello, se hace necesario el acopio de la cosecha; es decir, reunirla en algún punto. Para poder acopiar se requiere de transporte.
- b. Es estacional. Esta característica ya no es tan cierta por la producción en invernaderos y otros métodos culturales.
- c. Es perecedera. Es decir, se deteriora rápidamente, esta característica exige un transporte ágil, así como su procesamiento o almacenamiento.
- d. Es heterogénea en cuanto a tamaño, color y formas. Por lo que se hace necesaria su clasificación, normalización y estandarización de calidades.
- e. Es variable. Esto quiere decir que los volúmenes producidos varían de un año a otro.
- f. Es voluminosa económicamente. Esto implica que se requieren transportar grandes cantidades para hacer costoso su movimiento. Es decir, acopiar para que el transporte sea rentable (García, 1987: 60 y 61).

A continuación se analizan los conceptos del sistema de abasto y sistema de comercialización de alimentos que son difíciles de explicar, uno sin hacer referencia al otro y ninguno de los dos conceptos es totalizador. Pero sí se puede establecer que el abasto se refiere a los mecanismos comerciales, técnicos y territoriales que intervienen en la ruta que siguen los alimentos desde su producción en el campo hasta que éstos llegan al consumidor final. El abasto alimentario se inscribe dentro de una cadena

integrada de mayor proporción que parte de la producción, acopio, tratamiento de los productos, transporte, almacenamiento, venta al mayoreo y distribución al detalle. La comercialización por su parte, implica mucho más que el acto de vender, involucra también toda una serie de condiciones impuestas a productores, vendedores y consumidores, así como el entorno de todos ellos.

### **1.3.2. La importancia de la localización en el abasto alimentario**

La trascendencia del factor económico aparece de manera inequívoca en cualquier esquema de abasto alimentario, pero alrededor del mismo se entretajan una serie de eslabones complementarios que le sirven de base; dichos eslabones muestran una estructura compleja, más aún si se trata de cubrir las necesidades de grandes núcleos urbanos, desvinculados paulatinamente de la producción primaria y que, por lo tanto, requieren el montaje de un aparato amplio de distribución para lo cual se definen redes de abastecimiento vinculadas, aunque no únicamente delimitadas por el factor económico (Delgadillo, 1995: 17).

Así, el espacio económico surge vinculado a una estructura locacional que se define según los distintos niveles de participación social en la producción y el consumo. Más concretamente, el espacio económico deriva de una serie de acuerdos y arreglos entre grupos de interés que se establecen para regular sus actividades y proporcionar un marco de seguridad comercial; tales arreglos pueden constituir canales de comercialización (Dunham, 1987 citado por Delgadillo, 1995: 18). Bajo este supuesto surgen los "hinterlands" urbanos que incorporan una región geográfica amplia y se concretan en un punto nodal que expresa la interdependencia funcional de un sistema espacial a partir de la producción y el consumo (Delgadillo, 1995: 18).

La interconexión influye en el comportamiento de la cadena agroalimentaria y el sistema de abasto, principalmente porque a lo largo de la cadena participan diversos agentes que otorgan a la interrelación espacial un contenido social; esto se observa claramente cuando se analizan las aglomeraciones urbanas en función de su relación con el mercado

y los centros de producción rural, aunque vale decir que tal relación no resulta homogénea, ya que no ocurre dentro de un sistema territorial cerrado y por lo tanto, existen movimientos tanto de personas como de productos que trasciende ciertas relaciones fijas. Como resultado de ello, la demanda no se distribuye de manera uniforme a nivel espacial (Delgado, 1995: 21).

Entre más pequeño es el centro de consumo, más pequeño resulta su radio de abastecimiento; incluso en algunos casos pueden quedar supeditados y depender de un mecanismo de reexpedición de productos que controlan los centros de consumo más grandes donde se concentra la mayor parte de la producción regional, ya que en la medida que cuentan con una demanda concentrada de mayor tamaño dominan áreas más amplias de producción.

Los modelos teóricos clásicos sobre el análisis de las interconexiones espaciales presentan una explicación general sobre el comportamiento de interrelación entre los centros de producción y consumo, pero tienen que ser adecuados y ampliados cuando se trata de explicar un fenómeno particular como el abasto alimentario. La propuesta de August Lösch sobre los anillos concéntricos es de utilidad en cuanto establece integralmente un plano geográfico homogéneo, una especialización de la producción, un intercambio intrarregional o intraurbano de productos y una complicada red de mercados: además de que su análisis parte de ubicar la mercancía más local creando por tanto un paisaje económico más diversificado (Berry citado por Delgado, 1995: 22).

En las teorías locacionales agrícolas y urbanas se considera que la utilización más eficiente de una unidad territorial está en función de la distancia de un cierto punto (centro) y de los precios de los insumos y productos de ese punto. Existen alternativas de localización que se determinan entre diferentes usos de la tierra y las localizaciones óptimas para una variedad de cultivos y usos urbanos del suelo. En el rubro del abasto es indispensable ubicar el comportamiento de las áreas de producción agrícola, ya que a partir de las características que estas presentan puede un centro de consumo modelar su "hinterland" inmediato o abastecerse de zonas alternativas que pueden estar más alejadas

(Delgadillo, 1995: 23).

Cualquier caso de análisis territorial considerado en términos del factor económico y el comportamiento de interrelaciones regionales que mantiene el espacio, la teoría de la localización señala, que la elección de una ubicación óptima implica la reducción al mínimo de los costos de transporte para cada escala de producción. Cuanto mayor sean dichas economías, mayor será la escala de producción y en consecuencia, las dimensiones de los centros de aglomeración; mientras los costos de transporte sigan siendo elevados, los intercambios entre lugares cada vez más distantes serán menos rentables; esto explica que sólo cuando la presión de la demanda rebasa las zonas inmediatas, un centro de consumo busca regiones de abastecimiento fuera de su área de influencia, favoreciendo el desarrollo de una nueva área o el cambio de giro de especialidad productiva de la misma (Delgadillo, 1995: 24).

El factor espacial juega un papel determinante cuando se trata de definir una opción económica; deben considerarse ventajas de localización de la producción o el mercado, ya que de ello dependerá la lógica y los niveles que juegue un esquema de abastecimiento. Los centros urbanos ofrecen la ventaja de contar con un mayor mercado local y ciertas economías de aglomeración que atraen algunas actividades productivas y éstas contribuyen a una mayor expansión; las zonas rurales complementarán dicha ventaja al presentar menor costo de la mano de obra, así como la infraestructura para la producción agroalimentaria que difícilmente ofrece el medio urbano (Delgadillo, 1995: 24 y 25).

Las interrelaciones espaciales también se miden según el papel de subordinación que va sufriendo una región sobre otra; esta interpretación ha sido recogida por la teoría de la relación centro-periferia, la cual puede aplicarse al caso de microrregiones y a escala internacional cuando un país asume el papel de tributario de otro, de tal manera que refleja formas desequilibradas de relación entre las regiones económicas del mundo.

La teoría de la relación centro-periferia supone que el crecimiento regional depende de los mercados externos, y se ocupa también de interpretar los efectos que tiene en las relaciones comerciales una periferia que vende productos básicos o semielaborados y un centro que proporciona a cambio bienes manufacturados y de servicios. Las zonas periféricas normalmente tendrán pocas opciones y por lo tanto dependerán de los mercados centrales, mientras que en las operaciones comerciales y las relaciones de intercambio intrarregional tenderán a afectar desfavorablemente a la periferia.

El centro presenta mejor acceso a los mercados, se beneficia con las políticas gubernamentales y ofrece economías externas y de escala que no pueden obtenerse en otras localizaciones secundarias; las inversiones posteriores fortalecen una estructura inicial que se refleja en una expansión demográfica y consecuentemente del consumo, por lo cual el esquema de abastecimiento se orienta justamente hacia el centro, sea de materias primas en general, o de productos agroalimentarios en el caso de las regiones internas (Delgadillo, 1995: 25).

El análisis del abasto parte del entorno macrorregional, regional y subregional, tomando en cuenta la identificación de áreas de producción y centros de demanda y el comportamiento de los diversos eslabonamientos que intervienen en la cadena; a partir de ahí se establece la funcionalidad de este sistema alimentario nacional.

En este capítulo se analiza como se conformó el mercado mundial a partir de la segunda guerra mundial. El cual se caracteriza por abarcar la producción, la circulación y el consumo de las mercancías. Para poder actuar en estos tres ámbitos necesita influir en el territorio y en la población donde penetra y no sólo en el intercambio de mercancías. Para poder desarrollarse necesita el apoyo de las instituciones como los gobiernos de los Estados, donde reside el poder formal, y de las unidades domésticas, donde se determinan las costumbres y hábitos culturales de un pueblo determinado. Es decir actual en los ámbitos local, regional y global.

Para poder conformarse este mercado mundial una condición *sine quanon* fue el desarrollo urbano de las ciudades globales, como la Ciudad de México, Río de Janeiro entre otras muchas. Estas ciudades en algunos casos se han convertido en megaciudades, las cuales articulan la economía global, conectan las redes informacionales y concentran el poder mundial.

Bajo todas las condiciones que impone la mundialización, los territorios no resisten y ceden para ajustarse al cambio. Los espacios empiezan a producirse de otra manera, se construyen de acuerdo a los intereses predominantes y según lo demandan los sistemas técnicos hegemónicos, primero a nivel mundial, como es claro, y después en las dimensiones regionales, nacionales y locales. Puede decirse que la consecuencia más visible es que los lugares empiezan a especializar su función productiva y a optimizar el área de trabajo para hacer más redituable su función. Con la desaparición de la pugna Este-Oeste a fines de los ochenta, se acentuaron las diferencias Norte-Sur, donde los países industrializados, sus empresas y sus capitales, condicionan el desarrollo de los países económicamente dependientes y comprometen también su soberanía. A un nivel más local pero también comparativo, Santos explica la función de la ciudad como espacio privilegiado, y sienta claramente la diferencia entre urbanización del Norte, por así llamarla, y la del Sur (Santos, 1982).

Comprendido el fenómeno de la mundialización pierde sentido el estudio geográfico tradicional tomado como meta. La geografía o la descripción llana de lugares a manera de fotografía no puede atrapar la rapidez y complejidad con la que fluye la información militar, política y financiera. La región administrativa, vestigio de la geografía vidaliana, es un concepto que produce risa a las estrategias de las grandes transnacionales. Los estados del llamado Tercer Mundo ya no negocian bilateralmente de acuerdo con una conveniencia de vecindad o empatía, sino regidos por intereses perfectamente establecidos de los que las élites del subdesarrollo se hacen cómplices. Los gobiernos neoliberales de América Latina son un excelente ejemplo de la sumisión pactada, aunque esto no sea nada nuevo.

Un favor más que ofrece la globalización radica en la posibilidad de teorizar, ahora sí, con una geografía general que sea realmente general, con una geografía mundial, con una geografía mundial y totalizadora para la cual se pueda encontrar un objeto de estudio y unas premisas generales para buscar leyes de comportamiento espacial (Santos, 1990: 15-16). Antes no se podía, no lo podía ser Vidal de la Blache ni Humboldt ni Varenia. A juicio de Milton Santos esto es cada vez más posible porque vivimos la “edad de oro” de la geografía (Santos, 1988-B: 28). Si bien lo anterior resulta discutible, ya que hay quien asegura la imposibilidad (e inestabilidad) de conseguir leyes de comportamiento espacial, lo cierto es que el fenómeno de la tendencia globalizadora ha dado material infinito a los científicos sociales para trabajar teóricamente. Y si resulta cierto que también existen ventajas de esta mundialización entonces con mucha mayor razón se hace evidente que no se puedan seguir realizando en México y en algunos países pobres, una geografía marginal, desinteresada y anacrónica.

Con frecuencia, las hegemonías de los países en desarrollo se confabulan con los sistemas hegemónicos de alcance mundial y comienzan a formar parte de ellos. Pero cuando no es así, cuando existe la oposición de todo un pueblo para conservar su cultura y el orden de sus espacios, las decisiones pueden sobrevolar dicha voluntad disidente. De hecho la información ya no necesita atravesar fronteras ni pedir permiso; Radio Martí puede emitir desde Florida hasta la Habana y la Ford Motor Company puede ejercer presiones sobre México para que no se apliquen medidas más serias contra la contaminación que producen sus vehículos. Bastantes empresas transnacionales tienen el poder económico desmesuradamente mayor que el presupuesto entero de países que ostentan una supuesta soberanía sobre sus territorios (Fernández, 1995). No obstante no hay que perder de vista que dentro de la globalización también los sucesos que ocurren en lugares periféricos puede repercutir en lo que pasa en los centros hegemónicos de decisión mismos que, por cierto tampoco tienen necesariamente una sede geográfica determinada.

Sin embargo, a pesar de lo bien protegido que se encuentra ese poder dominante, posee una fragilidad de origen que no pueden explicar ni los programas más sofisticados de

computación ni el espionaje vía satélite. A diferencia de los sistemas técnicos antiguos, los sistemas técnicos contemporáneos carecen de rostro humano y conllevan por ello la desigualdad, la pobreza, el hambre, la ignorancia y la muerte. Los estallidos sociales no son medibles y tampoco avisan, pero no son extraños en el mundo.

El mapa que el geógrafo debe mirar a cualquier escala y sobre cualquier tema que involucre a la sociedad en un mapa de flujos. El nuevo tipo de estado, el territorio no tiene límites marcados con mojoneras o alambrados, sino por el alcance de sus flujos financieros y de información; mientras tanto, su población y su cultura permanecen bajo control en listas en una nómina y cumpliendo funciones específicas.

En este nuevo estadio de la economía mundial, las empresas transnacionales se han revitalizado con nuevas estrategias de producción, distribución y sus campañas publicitarias han logrado cambiar los gustos y preferencias de los consumidores de los países en donde han penetrado. Dentro de estos cambios está el establecimiento de grandes centros comerciales dentro de los cuales encontramos subsidiarias de restaurantes, marcas de ropa y autoservicios internacionales en las ciudades globales.

En lo que se refiere al abasto analizamos los conceptos que determinan el mercado, oferta y demanda. Como influye la localización de la producción y el abasto de productos agrícolas. El tipo de productos y su presentación al consumidor final se modifican por los gustos y preferencias de los consumidores.

El capítulo 2 muestra como el estado mexicano transformó sus leyes e instituciones para tener acceso al mercado mundial, signando acuerdos comerciales internacionales y los efectos que estos hechos han tenido en la balanza comercial. En el capítulo 3 se observa el cambio del modelo de desarrollo de la economía mexicana y la evolución del abasto y el consumo en México de 1940 al 2000. En el capítulo 4, la evolución del abasto en la ciudad de México. Como se modernizó tanto en sus establecimientos como en sus fuentes de abasto. En el capítulo 5 como el abasto moderno impactó las principales zonas de aprovisionamiento de la manzana y la lechuga de la Ciudad de México.

### **1.3.3. El sistema de abasto alimentario en México**

El sistema de abasto en México tiene un alto grado de complejidad, por lo que se debe analizar tomando en cuenta las variables de esa problemática, en función de las especificidades de cada región, ya que las situaciones que enfrenta el abasto no son un todo homogéneo entre regiones productoras, ni por lo que respecta a los distintos centros de consumo.

Prácticamente toda la infraestructura para el abasto en México se ubica en las grandes ciudades, de ahí se deriva el carácter concentrado del sistema de comercialización que, en algunos casos, conjugado con la dispersión de la población y algunos problemas de accesibilidad, deja desprotegida diversas áreas rurales, mismas que se enfrentan a la disyuntiva de “importar” los alimentos que en algunos casos produce, o correr el riesgo de quedarse desabastecidas. Así, para ubicar el núcleo de la problemática del abasto, no puede dejar de estudiarse a la cadena de comercialización conformada como un sistema en su entorno regional, aún cuando por requerimientos metodológicos se analice fragmentariamente en eslabones.

En México hasta finales de los años ochenta el sistema de abasto alimentario se proveía básicamente de productos nacionales, pero a partir de nuestra entrada al GATT se diversifican las fuentes de abasto. Las fases del sistema de abasto alimentario a saber son: la producción, el acopio, el almacenamiento, el transporte, la distribución y el consumo. De estas actividades el estado mexicano intervino muy fuertemente en el acopio y el almacenamiento a través de CONASUPO y todas sus subsidiarias. El acopio consiste en la acumulación de la producción de alimentos agrícolas a cargo de una institución gubernamental o privada.

**CUADRO 2**  
**FASES DEL SISTEMA DE ABASTO ALIMENTARIO**

Fases	Variables del sistema	Factores de distribución y mercado
Producción	Frutas Verduras Granos Carne Lácteos Pollo Huevo	Productores-tipos Intermediarios-tipos Estado-Conasupo Asociaciones Organizaciones sociales
Acopio	Acopio y circulación de mercancías (centros regionales) Agentes de control	Tipos de producto Tecnologías de manejo Agentes de control
Almacenamiento	Bodegas públicas y privadas (localización)	Volumen de manejo Capacidad Tipos de productos Tipos de almacenamiento: ANDSA, BORUCONSA (Localización regional)
Transporte	Rutas Tipos de transporte (distribución regional)	Volumen de manejo, agrupaciones Y control de carga (circuitos espaciales)
Distribución	Centrales de abasto Rastros Mercados públicos Establecimientos comerciales	Tipología comercial: Almacenistas Bodegueros Detallistas (Distribución regional e interurbana)
Consumo	Concentración Crecimiento Urbanización	Consumidores Estratos de consumo Ingresos

Fuente: Torres Torres, 1991, pág 26; citado por Delgadillo Macías. Op. cit., pág. 10.

El cuadro anterior esquematiza la situación del abasto en México hasta mediados de los años ochenta en México.

La concentración del poder comercial junto con la orientación preferentemente urbana del abasto, genera un esquema de distribución de alimentos en México injusto e irracional desde el punto de vista social. Prácticamente todo el desarrollo de la infraestructura se orienta hacia grandes centros urbanos los cuales se ven favorecidos por el movimiento ágil y oportuno de una red comercial de tipo privado, que favorece al

conjunto social a pesar de que existan estratificaciones de consumidores; el resto del país en cambio, a pesar de la presencia de organismos de distribución públicos como DICONSA y la existencia de un programa nacional de abasto alimentario, padece los efectos de un sistema de comercialización escasamente vertebrado y poco funcional a las demandas nacionales.

#### **1.3.4. Las nuevas fuentes del abasto alimentario en México**

Como ya se mencionó, a partir de la apertura comercial las fuentes de abasto en México se diversificaron, pero desde luego que no fue para todos los sectores, solamente fueron aquellos que eran susceptibles de modernizarse. En Estados Unidos aparecen innovaciones comerciales como las cadenas de tiendas y supermercados, surgen las economías de escala para abatir los costos de intermediación y los precios del consumidor. Otra estrategia es la integración vertical desde el productor hasta el consumidor; vuelven a unirse funciones de mayoreo y menudeo, pero ahora desde la ciudad, generalizándose el sistema de contratos. La zona de abastecimiento urbano se extiende a otros países mediante el mercado alimentario internacional cuyas oscilaciones influyen en los precios internos. Se forman nuevas empresas mayoristas a partir de varias familias de supermercados y el ambiente comercial se torna más competitivo. Estas empresas como ya se mencionó se asocian con las locales.

El esquema anterior conforma lo que se reconoce como estructura bimodal de la venta al menudeo (Delgadillo, 1995: 15) donde existe un canal de tipo tradicional con márgenes comerciales de infrasubsistencia, donde opera mano de obra predominantemente familiar que todavía representa una opción importante para los consumidores en algunos productos como refrescos, pan de caja, entre otros; y un canal de tipo moderno que gana cada vez más terreno entre los consumidores pero que se orienta preferentemente a satisfacer las necesidades de los consumidores de ingresos medios y altos en el ámbito urbano.

**El gran comercio, que se distingue por contar con instalaciones y técnicas modernas de venta que le permite reducir significativamente sus costos de operación; cuenta además con procedimientos de organización y administración eficientes a través de los cuales logra abaratar el costo final de los productos; sin embargo, esta disminución de costos no siempre se refleja en un abaratamiento del precio de venta de las mercancías y su cobertura espacial intraurbana es relativamente amplia pero socialmente restringida.**

## CAPÍTULO 2 LA GLOBALIZACIÓN Y LA APERTURA COMERCIAL EN MÉXICO 1986-1999

En México se instrumentaron políticas de ajuste antes de aplicar el nuevo modelo de desarrollo, todo ello para que nuestro país accediera al proceso de globalización. El eje central del programa de ajuste estructural lo constituye la política de exportaciones, a través del cual se trata de reinsertar la economía nacional en el mercado internacional. Esto es posible si los precios nacionales son competitivos en el mercado mundial. Se debe lograr que la "eficiencia interna" alcance los mismos niveles del mercado internacional.

Las inversiones se deciden sobre la base de los precios relativos de los factores de producción, así como de los impuestos y de los subsidios que modifican estos precios relativos. El objetivo de una política de ajuste es abrir la economía al exterior y liberalizar el mercado interno. Los incentivos están dirigidos a promover la producción para la exportación. El mercado interno pasa a segundo plano.

Debido a estos hechos el objetivo de este capítulo es mostrar cómo la legislación mexicana se modificó para que la economía pudiera acceder al mercado mundial, así como, el desarrollo del proceso de apertura económica al signar varios acuerdos comerciales con distintos bloques de países, para conocer el impacto que tuvieron estas acciones en el mercado nacional de hortofrutícolas que modificaron nuestra balanza comercial en ese rubro.

Para poder lograr este objetivo se implementaron las siguientes medidas:

1. Fortalecer la empresa privada.
2. Disminuir al mínimo las "distorsiones" que genera el sector público.
3. Promover la modernización tecnológica.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

#### 4. Promover cambios en las relaciones de producción.

Estas medidas fueron el preámbulo para establecer el nuevo modelo de desarrollo en México que es el neoliberal. Este modelo se caracteriza a grandes rasgos por la aplicación de las siguientes acciones:

1. Devaluación de la moneda.
2. Estabilización del gasto público.
3. Liberación del comercio.

Otras importantes medidas que se han tomado son las de adecuar nuestra legislación para poder implementar estas acciones y de las que hablaremos a continuación.

### 2.1. Transformación del Estado mexicano para acceder a la economía global

Como ya se mencionó, la apertura comercial que emprendió México en 1986, con su adhesión al GATT, tiene como objetivo principal intensificar el intercambio comercial con sus principales socios comerciales, para tratar de que la economía en su conjunto y el sector agropecuario en particular, sigan por la vía de desarrollo que permitirá maximizar el valor de la producción agropecuaria y del ingreso rural a través de una especialización y creciente actividad en las ramas que tienen ventajas comparativas. La adhesión de México al GATT coincidió con el inicio de la Ronda de Uruguay, la cual se realizó de 1986 a 1993, en donde se negoció por primera vez desde los inicios del GATT el sector agropecuario. Entre los acuerdos que se tienen pendientes por revisar dentro de la OMC están el sector agropecuario, los servicios y la propiedad intelectual, los cuales fueron emanados de las negociaciones del GATT.

En este proceso de globalización, los Estados soberanos han modificado sus estructuras y sus legislaciones. El caso más palpable ha sido el de la Unión Europea, que modificaron sus constituciones y actualmente tienen una moneda única, la cual entró en circulación el primero de enero del 2002, aunque no todos los países miembros la adoptaron. México no ha sido la excepción y ha modificado sus leyes, creado otras y algunas otras han sido derogadas. En el siguiente apartado se analizan los cambios que ha sufrido la legislación en México.

### **2.1.1. Modificaciones al marco legal y administrativo para la apertura comercial**

Las fuentes jurídicas internas en las que se fundamenta el intercambio de mercancías entre México y los mercados externos se encuentran dentro de nuestra Carta Magna en el artículo 131, dentro del cual se especifica que es facultad de la Federación gravar las mercancías que se importen o exporten o que pasen de tránsito por el territorio nacional así como su reglamentación para su circulación dentro del territorio nacional (Witker y Jaramillo, 1996: 1). Este precepto está reglamentado por la Ley de Comercio Exterior de julio de 1993 y su reglamento, el cual fue publicado en diciembre del mismo año. Otras leyes que actúan en este ámbito son la Ley del Impuesto General de Importación y Exportación, la Ley Aduanera (1992) y su última modificación fue hecha en 1996, el Plan Nacional de Desarrollo, Programa Nacional de Modernización Industrial y del Comercio Exterior, Ley de Inversión Extranjera.

Otro ámbito modificado fue el fiscal y las leyes que se modificaron son las siguientes: la Ley del IVA, la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, el Código Fiscal de la Federación, la Ley del Impuesto sobre la Renta. Otras leyes fueron creadas o modificadas para este fin son: la Ley Federal sobre Metrología y Normalización (1992), la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (1988), la Ley General de Salud (1984), la Ley Federal de Sanidad Vegetal (1994), la Ley Federal de Sanidad Animal (1993), la Ley Federal de Derechos (1990) y las Normas del GATT.

En la Ley de la Tarifa del Impuesto General de Importación (1995), se encuentra la nomenclatura clasificatoria de los productos, la columna impositiva o tributaria que en impuestos *ad valorem* que van de exento a 20% cubren nuestra tarifa. Es decir, el promedio de protección tarifaria para la industria nacional es de un 10%, teniendo en un 20% su máximo nivel, con las excepciones antes señaladas. Dentro de esta ley están contenidas 11,300 fracciones arancelarias aproximadamente y 5 tasas impositivas que son 0, 5, 10, 15 y 20 por ciento, casos excepcionales son algunos productos del sector alimentario, textil y del calzado (Witker y Jaramillo, 1996: 28).

Cabe recordar que el techo arancelario máximo negociado en el GATT es de 35%, por lo que al suscribirse el Tratado Trilateral de Comercio, México puede subir dicho 20% al 35%, respecto a terceros países sin violentar sus obligaciones multilaterales contraídas al adherirse a dicho organismo en 1986 (Witker y Jaramillo, 1996: 29 y 30).

El análisis que se hace de la tarifa de importación es igualmente válido para la de exportación, por lo que solamente vale la pena comentar que en materia arancelaria ésta no contempla prácticamente gravamen alguno, con excepción de algunas materias primas tales como petróleo, café, algodón, entre otras. De manera que en la Ley de la Tarifa del Impuesto General de Exportación (TIGE) cuenta con más de 5,000 fracciones arancelarias, de las que aproximadamente 300 están sujetas al requisito de permiso previo para su exportación y únicamente 70 aproximadamente están gravadas.

No obstante lo anterior, es oportuno recordar que este panorama estadístico puede cambiar en virtud de disposiciones jurídicas, que pueden afectar tanto a la TIGI como a la TIGE básicamente en lo que se refiere al pago de aranceles y que necesariamente deben ser publicadas en el Diario Oficial de la Federación (Witker y Jaramillo, 1996: 52 y 53).

En la Ley de Comercio Exterior en concordancia con el art. 131 constitucional, se establece que el Ejecutivo Federal tendrá facultades para establecer medidas para regular o restringir la importación y la exportación de mercancías a través de acuerdos

expedidos por la SECOFI (Actualmente Secretaría de economía), o en su caso, conjuntamente con la autoridad competente y publicados en el Diario Oficial de la Federación.

En tal ordenamiento se dispone que las medidas de regulación o restricción a las importaciones se podrán establecer en los siguientes casos:

1. Cuando se requiera de modo temporal para corregir desequilibrios en la balanza de pagos, de acuerdo a los tratados o convenios internacionales de los que México sea parte.
2. Para regular la entrada de productos usados, de desecho o que carezcan de mercado sustancial en su país de origen o de procedencia.
3. Conforme a lo dispuesto en tratados o convenios internacionales de los que México sea parte.
4. Como respuesta a las restricciones a las exportaciones mexicanas aplicadas unilateralmente por otros países.
5. Cuando sea necesario impedir la concurrencia al mercado interno de mercancías en condiciones que impliquen prácticas desleales de comercio internacional.
6. Cuando se trate de situaciones no previstas por las normas oficiales mexicanas en lo referente a seguridad nacional, salud pública, sanidad fitopecuaria o ecología de acuerdo a la legislación en la materia (Witker y Jaramillo, 1996: 34 y 35).

Otras modificaciones que se realizaron, se pueden clasificar como administrativas, con el cambio de modelo económico de desarrollo se han visto reflejadas en las instituciones

tanto en organismos públicos centralizados y descentralizados y organismos del sector privado. Dentro de los organismos públicos centralizados la principal adecuación cambios en su reglamento interno. Entre estos organismos tenemos la SECOFI, que creó diferentes Direcciones Generales para la atención de asuntos en esta materia y la Unidad de Prácticas Comerciales Internacionales, la SHCP, la Secretaría de Salud, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la SAGAR, la Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, la cual a través del Instituto Nacional de Ecología (órgano desconcentrado) puede otorgar permisos de importación y exportación de residuos peligrosos y la Secretaría de Relaciones Exteriores modificó su reglamento interno en 1989. Dentro de los organismos públicos descentralizados tenemos el Banco Nacional de Comercio Exterior y el Banco de México (Witker y Jaramillo, 1996: 75).

Los organismos del sector privado tenemos: la Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM), el Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales (CEMAI), el CONACEX, la CONCAMIN, la AMCHAM, el Consejo Nacional Agropecuario (CNA) y el Consejo Mexicano de Porcicultura (CMP) (Witker y Jaramillo, 1996: 87).

Dentro de los cambios que se mencionan al inicio del capítulo están los acuerdos comerciales que signo México, los cuales se comentan a continuación.

Estos cambios han permitido a México importar y exportar mercancías, ya que en la economía cerrada que existía no se encontraban dichos mecanismos que facilitaban estas acciones.

### **2.1.2. Los acuerdos y tratados internacionales que consolidan la apertura del mercado mexicano**

Después de la adhesión al GATT, México ha firmado tratados de libre comercio con Estados Unidos y Canadá; Colombia y Venezuela; Costa Rica; Bolivia; Nicaragua y Chile. Otros avances en esta materia son que entraron en vigor a partir del 1° de julio del

2000 los tratados con la Unión Europea e Israel. En lo que se refiere a los Acuerdos de Complementación Económica, el 29 de diciembre de 1999 se concretó una ampliación profunda con Uruguay, donde el 90% del universo arancelario entre estos dos países quedará libre de aranceles y se incorporan disciplinas sobre acceso, salvaguardas, normas sanitarias, normas técnicas, prácticas desleales, reglas de origen y solución de controversias. Una vez implementados los mecanismos para realizarlo el acuerdo entrará en vigor. Con Perú, a partir del 28 de febrero del 2000, se acordó una ampliación, para incluir preferencias para algunos productos de interés de las Partes, así como un mecanismo de solución de controversias.

El pasado 10 de mayo del 2000 se concluyó la negociación del tratado de libre comercio entre México y El Salvador, Guatemala y Honduras. La fecha probable de su entrada en vigor es a partir del 1° de enero del 2001, una vez que sea ratificado por los Congresos de cada país ([www.secofi.snci.gob.mx](http://www.secofi.snci.gob.mx)).

En lo que respecta al sector agropecuario, el gobierno de México ha simplificado significativamente los trámites administrativos para la obtención de autorizaciones sanitarias y fitozoosanitarias para la importación y exportación de productores agropecuarios, fertilizantes y agroquímicos. El diario oficial de la federación publica todas las disposiciones sanitarias y fitosanitarias.

Para ejemplificar estos convenios se hará un análisis del Acuerdo Trilateral de Libre Comercio entre México-Estados Unidos-Canadá cuya importancia reside en que E.E.U.U. es nuestro principal socio comercial.

### **El Acuerdo Trilateral de Libre Comercio entre México-Estados Unidos y Canadá**

El tratado tiene como fin el mejorar las relaciones comerciales de México con Estados Unidos y Canadá, dentro de los objetivos de la negociación están:

- i) **Eliminación de todas las barreras arancelarias y no arancelarias entre México y los Estados Unidos, con el objetivo de maximizar los beneficios derivados de una especialización creciente de la producción de acuerdo con las ventajas comparativas de cada país, reconocimiento de la asimetría entre los sectores agropecuarios de los dos países.**
- ii) **Plazos largos o desgravaciones especiales en el proceso de desgravación de México para la totalidad de los productos sensibles del sector agropecuario, con el objetivo de brindar márgenes suficientes para la reconversión productiva.**
- iii) **Desgravación inmediata o a mediano plazo de los principales insumos que utilicen sector agropecuario.**
- iv) **Márgenes suficientes de maniobra para canalizar apoyos directos o indirectos de las actividades agropecuarias, compatibles con los requerimientos que plantea el ajuste estructural del sector.**
- v) **Congruencia en los esquemas de desgravación a lo largo de distintas cadenas agroindustriales.**
- vi) **Mecanismos ágiles para impedir que los subsidios a la exportación de países dentro y fuera de la región generen competencia desleal para el productor mexicano.**
- vii) **Mecanismos ágiles para impedir que las normas estándares de comercialización constituyan obstáculos injustificados al comercio o actúen en forma discriminatoria para las exportaciones mexicanas.**

#### **a) Plazos de desgravación arancelaria en el marco del TLCAN**

El aspecto medular de las negociaciones del TLCAN fue determinar el programa de desgravación para cada uno de los productos agropecuarios y específico. Dentro de las negociaciones establecieron cinco categorías de desgravación para los productores agropecuarios.

Categoría A (liberación inmediata).

Categoría B (liberación en 5 años).

Categoría C (liberación en 10 años).

Categoría C (liberación en 15 años).

Categoría D (las que ya estaban liberadas antes del tratado).

La liberación de los productos que están actualmente sujetos a permiso previo tiene modalidades especiales. Dentro de la negociación se acordó sustituir el régimen de permisos previos de importación por un nuevo esquema de aranceles cuota. Este esquema establece los aranceles que sustituyen el permiso previo -y llamado arancel equivalente- el cual disminuirá en forma gradual durante el periodo de transición. Asimismo, el esquema de arancel cuota contempla establecer cuotas de importación que quedan exentas de pago del nuevo arancel, es decir, ingresan al país con arancel de cero, con el objetivo de mantener la congruencia y las cadenas productivas.

**CUADRO 3**  
**RESUMEN DE OFERTAS ARANCELARIAS Y COMERCIO**

Velocidad de desgravación	Número de fracciones arancelarias	
	México	Estados Unidos
A+D	389	976
B	88	98
C	368	109
C+	5	20
Total	850	1203
	Comercio (miles de dólares)	
	México (1989-1991)	Estados Unidos (1989-1991)
A+D	979,212	1,559,610
B	90,786	147,275
C	1,157,557	719,028
C+	498,089	131,031
Total	2,725,644	2,556,944
	Comercio (porcentaje)	
	México	Estados Unidos
A+D	35.93	61.00
B	3.33	5.76
C	42.47	28.12
C+	18.27	5.12
Total	100.00	100.00
	Sacrificio fiscal (miles de dólares)	
	México	Estados Unidos
A+D	32,509	22,874
B	12,918	15,172
C	164,656	53,353
C+	52	31,777
Total	210,135	123,176

Fuente: Téllez Kuenzler, Luis. La modernización del sector agropecuario y forestal. Una visión de la modernización de México. 1994. p. 135.

**b) La apertura del mercado de Estados Unidos**

En los productos en donde la producción de ambos países es complementaria, los Estados Unidos liberaron en forma inmediata los aranceles en aquellos productos y mediante una ventana de acceso dependiendo de la época de producción en EE.UU. es la preferencia arancelaria. Se aplica a la mayoría de las hortalizas mexicanas.

El maíz y el frijol son los productos más importantes del sector agropecuario de México, tanto por su participación en la producción, como en la superficie cultivable y en el

empleo rural. Para estos productos México estableció una categoría de desgravación de muy largo plazo, 15 años. En el caso del maíz se estableció un arancel equivalente de 215%, en el caso de frijol, el nuevo arancel es de 139%, en los productos agrícolas es de 260%, 128% en el caso de la cebada y 139% en el caso de leche en polvo. Los aranceles se aplican cuando han rebasado el cupo de importación de los productos mencionados.

Para el maíz, frijol, leche en polvo, pollo, cebada, grasas animales y papa, se planteó una reducción de 24% durante los primeros seis años. Las cuotas de importación establecidas para los productos que están actualmente sujetos a esta restricción corresponden, en términos generales, a los niveles promedio de importación del período 1989-1991. Para los casos de maíz, frijol y leche en polvo dichas cuotas fueron inferiores a las importaciones correspondientes a dicho período (Téllez, 1994: 42).

En el caso de ciertos productos sensibles a la competencia de las importaciones, se estableció un período de transición en promedio 10 años para permitir que se ajusten a las nuevas condiciones del mercado. Los principales productos bajo esta categoría son: carnes, arroz, aceites, productos lácteos y embutidos o preparaciones de carne y la manzana.

En el caso de ciertos productos sensibles a la competencia de las importaciones, México negoció disposiciones especiales de salvaguarda para impedir un flujo excesivo de productos importados hacia el mercado interno (Téllez, 1994: 42).

### **c) Acuerdos sobre subsidios internos**

México mantiene su derecho de impulsar la producción agropecuaria a través de los distintos instrumentos de política agropecuaria que están a su disposición. Por lo que se podrán utilizar apoyos al campo con la flexibilidad requerida para impulsar el cambio estructural, apoyar la reconversión productiva, y favorecer la sustitución de cultivos hacia aquellos en los que existen ventajas comparativas. Es importante resaltar que México necesita apoyos para desarrollar la infraestructura hidroagrícola, la investigación

científica para el campo, caminos, campañas sanitarias y fitosanitarias, adopción y difusión de nuevas tecnologías, semillas y variedades vegetativas, para elevar la productividad. Asimismo, en el TLCAN se estipula que podrán existir apoyos directos a la comercialización agropecuaria, subsidios verdes.

#### **d) Subsidios a la exportación**

Este tipo de subsidios puede tener un efecto depresivo sobre el nivel de precios en el mercado del país importador por lo cual su utilización estará sujeta a la aprobación de un comité trilateral para evitar que los productores en México enfrenten condiciones de competencia desleal. Cuando un país exportador de América del Norte considere que otro país de la región está importando bienes de países fuera de la región que reciben subsidios a la exportación, podrá solicitar consultas al país importador sobre las acciones que pudieran adoptar en virtud de tales importaciones subsidiadas.

México se reserva el derecho de imponer cuotas compensatorias a las importaciones que pudieran tener incorporados subsidios a la exportación. Por ello, las disciplinas establecidas dentro de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio generan un marco equitativo para el intercambio de los productos agropecuarios entre los tres países.

#### **e) Medidas sanitarias y fitosanitarias en el TLCAN**

En este capítulo del Tratado de Libre Comercio Trilateral se trata de impedir que las regulaciones sanitarias y fitosanitarias sean barreras injustificadas para el acceso de las exportaciones a los diferentes mercados. En muchos casos, las medidas fitosanitarias son el principal obstáculo a las exportaciones. Tal es el caso de las carnes de porcino y pollo, y las plantas de maceta, entre los casos más importantes.

Algunas experiencias con algunos productos, como el atún, hicieron necesario contar con un acuerdo en materia de medidas sanitarias y fitosanitarias con el objeto de evitar

su utilización como barreras injustificadas al comercio. Además de incluir el reconocimiento de "áreas libres" y "áreas de escasa prevalencia" de plagas dentro del Tratado. Anteriormente, Estados Unidos sólo reconocía países completos en los conceptos antes mencionados. La inclusión de estos nuevos conceptos en el comercio con México permitieron iniciar las exportaciones de productos porcícolas de la zona libre de cólera del estado de Sonora y del aguacate en algunos municipios del estado de Michoacán. Una vez establecida la parte formal de la globalización, comentaremos cómo y en qué áreas productivas han penetrado las empresas transnacionales a nuestro país.

Esta nueva economía globalizada está íntimamente ligada al proceso del abasto dado que para que crezca adecuadamente necesita cubrir el ciclo de producción – distribución – consumo. Para los objetivos de este estudio a continuación se analiza el proceso de expansión de las grandes corporaciones alimentarias (GCTA'S), las cuales se encargan del abasto alimentario, en México.

## **2.2. Las estrategias de las transnacionales en el mundo**

Las grandes empresas transnacionales surgieron de empresas establecidas en países desarrollados las cuales tenían un *savoir faire* determinado, con lo que pudieron penetrar algunos mercados extranjeros. A partir de 1984, estas empresas se reestructuran debido a la creciente apertura de la economía mundial. Dos elementos desempeñan un papel de gran importancia en ese proceso: la mayor circulación de capitales entre Europa y Estados Unidos y la creciente integración de la economía europea (Green, 1990: 93 y 95).

### **2.2.1 Las empresas transnacionales**

Para dimensionar la importancia de estas empresas tenemos los siguientes datos: después de la segunda guerra mundial el 43.6% de la producción total mundial de soya

se concentraba en los Estados Unidos y a finales de los setenta el porcentaje se eleva 66%. Para 1980 concentraba el 50% de las exportaciones totales de cereales, vendiendo al exterior además 833,000 ton de carne. Si el 80% de la comercialización internacional de granos esta controlada por el GCTA, los estadounidenses controlan el 80% de aquel. Los líderes controlan el 58% de la producción mundial de alimentos, y las expectativas para el año 2000 fueron alcanzar el 72%. Las 10 GCTA ubicadas en el grupo de la OCDE explican el 20% de esta producción mundial (Torres, 2001: 81 y 82), (ver cuadros 4 y 5).

**CUADRO 4**  
**LAS 10 AGROINDUSTRIAS MUNDIALES MÁS GRANDES**  
(Por país de origen de la matriz)

País	Número de grupos		
	1978	1981	1985
Estados Unidos	50	44	38
Reino Unido	21	24	25
Japón	9	11	11
Francia	4	6	8
Canadá	7	6	7
Países Bajos	2	3	3
Suiza	2	3	2
Otros	5	3	6
Total	100	100	100

Fuente: Institut Agronomique Méditerranéen del Montepellier, citado por Ruth Rama, *Investir Dans L'industrie Alimentaire*, Paris, OECD(OCDE), Études du Centre de Développement, 1992, p.44. Citado por Torres et al. *La Alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio. México. 2001. p. 82.*

Algunas empresas transnacionales ya estaban establecidas en México antes de la apertura comercial como se puede constatar en el cuadro 5, entre las que destacan Nestlé, Campbell Soup, Heinz, Foods, Ajinomoto, Coca Cola y Pepsi Cola.

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

**CUADRO 5**  
**CLASIFICACIÓN SECTORIAL DE LAS GRANDES SOCIEDADES DE**  
**PRODUCTOS ALIMENTARIOS Y DE BEBIDAS, 1985**

<b>Carne</b> 1. United Brands(EU) 2. Canada Packers(Can.) 3. Northern Foods(RU)	<b>Productos Lácteos</b> 1. Nestlé(Suiza) 2. Snow B Milk(Jap.) 3. Unigate(EU)	<b>Frutas y legumbres</b> 1. Campbell Soup(EU) 2. Castle & Cook(EU) 3. United Brands(EU)
<b>Pescado</b> 1. Taiyo Fishery(Jap.) 2. Nippon Suisan(Jap.)	<b>Aceites y Grasas</b> 1. Unilever(RU) 2. Lesieur(Fr.)* 3. Anderson Clayton(EU)	<b>Cereales</b> 1. Cargil(EU) 2. Con Agra(EU) 3. Bunge & Bom(Arg.)
<b>Panadería y pastelería</b> 1. British Foods(RU) 2. United Biscuits(EU) 3. Meiji Seika(Jap.)	<b>Azúcar</b> 1. Tate & Lyle(RU) 2. Berisford(RU) 3. Ferruzzi(It)	<b>Confitería</b> 1. Mars(EU) 2. Cadbury Schweppes(RU) 3. Hershey Foods(EU)
<b>Espicias</b> 1. Heinz(EU) 2. Ajinomoto(Jap.) 3. Burns Phillip(Aus.)	<b>Vinos</b> 1. Suntory(Jap.) 2. Allied-Lyons(RU) 3. Distillers(RU)	<b>Cervecería</b> 1. Anheuser Busch(EU) 2. Phillip Morris(EU) 3. Kirin Brewery(Jap.)
<b>Bebidas sin alcohol</b> 1. Coca-Cola(EU) 2. Pepsico(EU) 3. Ferrier(Fr.)		

Fuente: Institut Agronomique Méditerranéen de Montpellier, citado por Ruth Rama; Investir...op. cit. Citado por Torres et al...Op. cit. P. 83.

Nota: Las sociedades son clasificadas en función de las ventas de cada sector alimentario o de bebidas.

\*Adquirida por Ferruzzi (Italia)

De 7,000 empresas transnacionales que existían aproximadamente en los años sesenta, en la actualidad existen 37,000, sus ventas combinadas superan el total del comercio mundial que en 1992 alcanzaba la suma de 5.8 billones de dólares. A nivel del mercado mundial se calcula que alrededor del 40% del comercio mundial no se realiza a través de un mercado libre sino como comercio intra-empresarial. En la última década, el número de países ha aumentado de 58 a 70 (Dieterich, 1998:49)

Otros datos que pueden ilustrar sobre la importancia económica de las transnacionales a nivel mundial se obtienen de un breve perfil de las quinientas empresas mas grandes de la naciente sociedad global. Los ingresos combinados de los quinientos gigantes

alcanzaron en 1994 la suma de 10, 245.3 billones de dólares, es decir 50% mayor que producto interno bruto (PIB) estadounidense; diez veces mayor que el PIB de América Latina y del Caribe. En 1990, 25 veces mayor que el PIB del país latinoamericano más grande (Brasil: 414.86 mmd en 1990); 43 veces mayor que el PIB mexicano (237.750 mmd) y 230 veces mayor que el venezolano (48.270 mmd).

Las fortunas (*assets*) de esas empresas representan un valor de 30,848.2 billones de dólares y un total de empleados de 34,515,427 personas. La empresa más grande del mundo en 1994, la japonesa Mitsubishi, tuvo ingresos de 175,835.6 mmd y trabajaba con 100 mil productos. En lo referente al personal empleado, la General Motors ocupaba a 692,800 personas, mientras que sus ganancias alcanzaban la estratosférica cifra de 4,900.6 mmd, apenas por debajo de la Ford (5,308.0), de EXXON( 5,100.0) y del grupo Royal Dutch/Shell con 6,235.6 mmd.

De las diez compañías más grandes del mundo, seis son transnacionales japonesas, tres son estadounidenses y una es británica/holandesa. La distribución geográfica de las corporaciones reflejan las habituales estructuras de poder en la sociedad global: 435 de las 500 transnacionales mas importantes -el 87 por ciento- pertenecen a los países del grupo G-7. De ellas, 151 son estadounidenses, 149 japonesas, 44 alemanas, 40 francesas, 33 británicas, 11 italianas, 5 canadienses (Chonsky y Dieterich, 1998: 50).

A continuación se analiza como estas empresas penetraron en México, así como sus estrategias de modernización.

### **2.2.2. La inserción de las transnacionales en el país**

La fortaleza y el crecimiento de las GCTA dependen de su capacidad para insertarse en los circuitos globales de producción-consumo y también para remodelar los patrones de consumo local. La penetración y control de los múltiples mercados internos que componen el comercio global demandan velocidad en la capitalización misma que permite ramificar las infraestructuras productivas en los distintos mercados locales,

participar en los mercados financieros y hacer eficiente la distribución y comercialización como mecanismos básicos de sobrevivencia ante la guerra del abatimiento de los costos. Las CGTA que no hacen crecer su radio de transnacionalización enfrentan la amenaza de ser “fusionados” o “adquiridas” por la dinámica mundial, ferozmente concentradora. Las CGTA mexicanas está inscritas en ese proceso y su relativo éxito reciente ha complementado la definición del perfil alimentario que prevalece en México (Torres *et al.*, 2001: 80 y 81).

Como ya se mencionó, la legislación en México se modificó en varios aspectos, para este apartado veremos lo que respecta a la ley de la inversión extranjera. En México la inversión extranjera estaba limitada a 49% máximo en los sectores que se permitían. Actualmente, la inversión en los sectores permitidos puede llegar hasta el 100%. Las transnacionales dentro de las estrategias de inversión, como se mencionó en la introducción, se encuentran en los inicios de los noventa se realizaron diferentes formas de asociación como:

1. Fusiones y quiebras, lo cual tiene un contenido lógico, que responde a una forma de acrecentar la centralización del capital, y es reflejo de las formas más intensificadas de competencia global.
2. “*Joint Ventures*” que consisten en alianzas interfirmas, nacionales y/o extranjeras en inversiones de riesgo, que se realiza también con los gobiernos en la reorganización de la producción mundial.
3. Zonas de producción libre que refuerzan el crecimiento de la “fabrica mundial”, reorientando hacia los países periféricos algunos segmentos del proceso productivo.
4. Compras apalancadas (*Leveraged buyouts*); es decir, compra-venta de empresas financiadas con los activos de la misma empresa y su capacidad de generación de efectivo.

5. *Spinoffs*, o sea el aprovechamiento de la ventaja tecnológica en el comercio internacional con los nuevos productos más vendidos, a través del cual, las empresas obtienen ganancias super extraordinarias.
6. Reducción de costos (*Cost-cutting*), que consiste en la reducción de salarios, y ajustes sobre gastos en el proceso productivo.

Actualmente, las formas de asociación que se utilizan son: fusiones o adquisiciones y alianzas estratégicas. Dentro de las primeras, para el sector agroalimentario se realizaron dos importantes que son: Wal-Mart con el grupo Cifra(Aurrera) y Pernod-Ricard con Tequila Viuda de Romero. La más importante tanto por su valor monetario como por el impacto dentro del consumo nacional es Wal Mart. La segunda es relevante debido al producto que representa, que es el tequila un producto netamente mexicano y para el cual el gobierno mexicano acaba de obtener su certificado de origen. Esto debido a que en el mercado internacional se vendían tequilas adulterados u otro tipo de bebidas con etiqueta de tequila (Ver cuadro 6).

**CUADRO 6**  
**FUSIONES O ADQUISICIONES DE EMPRESAS ALIMENTARIAS**  
**EXTRANJERAS EN MÉXICO**

Comprador / país	Empresa adquirida	Sector	Vendedor /país	Valor*
Wal-Mart Stores Inc (EE.UU)	Wal-Mart México	Comercio al menudeo de alimentos y ropa	Wal - Mart México (México)	63.6
Pernod-Ricard S.A. (Francia)	Tequila Viuda de Romero	Alimentos	Tequila Viuda de Romero (México)	0.5

\*Millones de dólares

Fuente: Mendiola, Gerardo. ¿Quieres ser global?. Expansión. 07-21 de marzo, 2001. pág. 43.

**CUADRO 7  
LAS MULTINACIONALES ALIMENTARIAS MÁS IMPORTANTES DE MÉXICO**

Razon Social	Ventas nal (mdd)	Matriz	Part. %	Personal Nal (num)	Matriz	Part. %	Activos Nal (mdd)	Matriz	Part. %	Giro	Matriz
Wal - Mart de México ab	6,357	166,809	3.8	70,700	1,140,000	6.2	4,440	70,245	6.3	Com	Wal - Mart Stores E.U.
Sabritas	2,485	11,615	21.4	17,000	150,000	11.3	Nd	Nd	Nc	Alim	Frito Lay E.U.
Nestlé México a	1,802.9	49,694.1	3.6	7,102	230,929	3.1	1,026.1	36,820	2.8	Alim	Nestlé Suiza
UNILEVER c	523.5	43,679.9	1.2	Nd	255,000	Nc	Nd	27,940	Nc	Cosmet, Alim	UNILEVER Inglaterra
Pilgrim's Pride	315	1,357	23.2	Nd	15,150	Nc	Nd	Nd	Nc	Alim	Pilgrim's Pride
Kraft Foods	305	Nd	Nc	Nd	Nd	Nc	Nd	Nd	Nc	Alim	Kraft General Foods E.U.
Kellogg de México	200	6,984.2	2.9	Nd	Nc	Nc	Nd	4,809	Nc	Alim	Kellogg Company
Costcob	*	27456	-	Nd	52,500	-	Nd	37,593		Com	E.U. Costco Who Lesale

Fuente: Mendiola, Gerardo (2000). Las 100 multinacionales más importantes en México en: Expansión. Núm. 799. México D. F. Pags. 63-65.

Claves y aclaraciones

Todas las cifras se refieren a 1999

a) Fuente: Expansión; b) Fuente: Fortune; c) Fuente: Wright Research Center; d) Fuente: América Economía;

e) Fuente: Página web de la compañía

Corresponde a una participación de 24.5 % en el capital de Telmex.

En el caso de los bancos ( Santander, BBV y Citibank), las ventas corresponden a ingresos por intereses.

En los casos de Colgate- Palmolive, Procter & Gamble y Kellogg de México, se trata de estimaciones.

En todos los demás casos que no aparece una fuente establecida, las cifras fueron obtenidas de fuentes diversas: American Chamber of Commerce, otras cámaras comerciales, cálculos con base en sus participantes expresadas de mercado e informes anuales de las compañías.

Claves Nd=No disponible Nc= No calculable Ns= No significativa

Como ya se mencionó, algunas empresas transnacionales ya se habían instalado en el país, pero con inversiones limitadas entre las que tenemos Nestlé, Sabritas, Kraft y Kellogs. De las empresas que se establecieron a partir de la apertura comercial con posibilidades de inversión más amplias tenemos Wal-Mart, Unilever, Pilgrim's Pride y Costco (Ver cuadro 7).

Con la entrada de estas empresas transnacionales al país, se inició el consumo de productos alimenticios industrializados pero además productos hortofrutícolas de origen

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

extranjero. Para conocer cuales eran los que se consumían más, se realizaron visitas a los supermercados de la Ciudad de México.

Dentro de los datos obtenidos en las visitas caben destacar que los productos hortofrutícolas extranjeros que más se encontraron en sus anaques fueron la manzana y la lechuga. La manzana estuvo presente en todos los supermercados visitados en cambio la lechuga sólo en los supermercados en las áreas de ingresos altos y medios. Debido a este hecho se analiza la balanza comercial para estos productos. Lo que se presenta a continuación.

Para obtener la muestra del número de supermercados que se visitaron se tomo como base el censo de ANTAD, que mostraba un total de 154 establecimientos de los cuales se visitaron 31, y que es una muestra aleatoria representativa.

### **2.3. El mercado mundial de frutas y hortalizas**

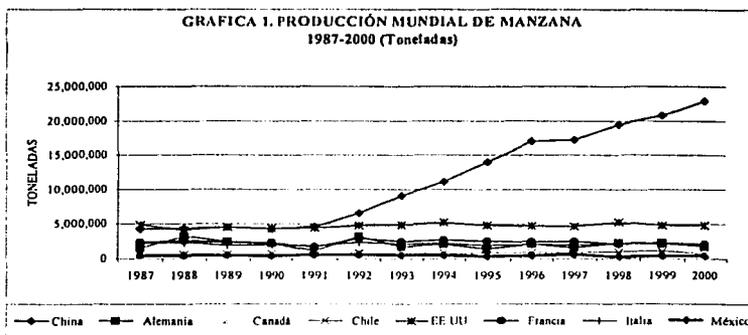
Actualmente los precios de la manzanas y la lechugas se fijan internacionalmente, los flujos de estas mercancías están determinados por las grandes transnacionales que entre sus estrategias está la de proporcionar capital, semillas y asesoría técnica, por lo que pueden producir en cualquier parte del mundo donde les resulte más rentable, y con las características y el control de calidad que ellos establecen.

Por estas razones se pueden encontrar productos hortofrutícolas nacionales con etiquetas de compañías extranjeras. A continuación se analiza los flujos de la manzana y la lechuga que circulan en el mundo. En primer lugar, se analiza quiénes son los principales productores, la superficie que dedican y sus rendimientos. Para continuar con la balanza comercial mundial de manzana y lechuga y constatar si coinciden, porque dentro de las prácticas del comercio internacional existe una operación que se llama triangulación, la cual consiste en que un determinado país compra una mercancía a un país determinado y la reexpide a otro obteniendo grandes ganancias. Esta práctica la efectúa Estados Unidos con productos mexicanos que reexpide a Japón y a otros países.

### 2.3.1. La producción de manzanas y lechugas en el mundo

#### a) Producción de manzana

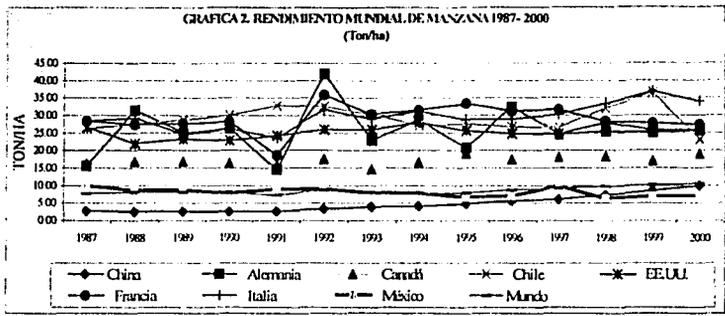
Dentro de los principales productores de manzana están E.E.U.U., Chile, Perú y México. El principal productor dentro de esta serie es China aunque su producción no tiene efecto en el mercado mundial porque es para autoconsumo, el segundo es EE.UU., a pesar de que su producción ha tenido altibajos tiene la supremacía absoluta en la producción de esta fruta. México y Chile en el inicio de la década de los ochenta tenían una producción muy similar, la cual osciló de las 245 mil toneladas métricas a 420 mil. Pero a partir de 1987, Chile ha tenido un incremento constante en su producción de manzana hasta 1999 donde Chile produjo 1,165 mil toneladas métricas y México tan solo 442,702, es decir menos del doble. Para el año dos mil la diferencia no es tan significativa, pero no sabemos si estas cifras sean las definitivas. (Ver gráfica 1).



Fuente: faostat, datos consultados en internet. [www.fao.org](http://www.fao.org)

Respecto al rendimiento E.E.U.U. es el que mantiene su rendimiento casi constante a través del periodo, seguido de Chile, los países Europeos como Italia, Alemania y Francia tienen buenos rendimientos pero con altibajos muy fuertes, el país con menor rendimiento es México. (Ver gráfica 2).

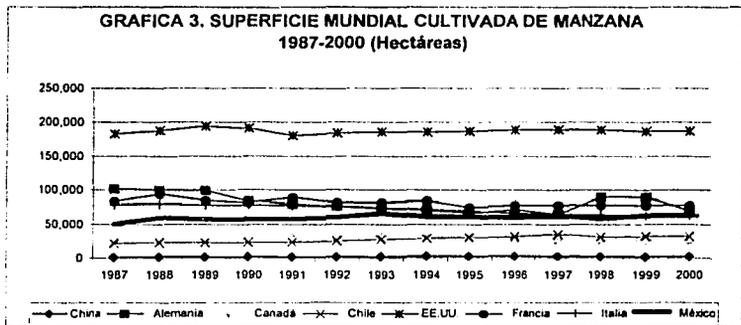
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Fuente: datos del FAOSTAT, información consultada en Internet. [www.fao.org](http://www.fao.org)

En cuanto a superficie E.E.U.U. es el que más superficie dedica, ya que entre 1987 y 2000 dedica 166,810 has. y 186,925 has. respectivamente. Chile duplicó su superficie de 15,500 has. a 32,400 has.

Por su parte México pasó de 45,017 has. a 63,600 has. y cabe destacar que a pesar de que Chile dedica la mitad de la superficie, respecto a México, tiene una mayor producción. (Ver gráfica 3).



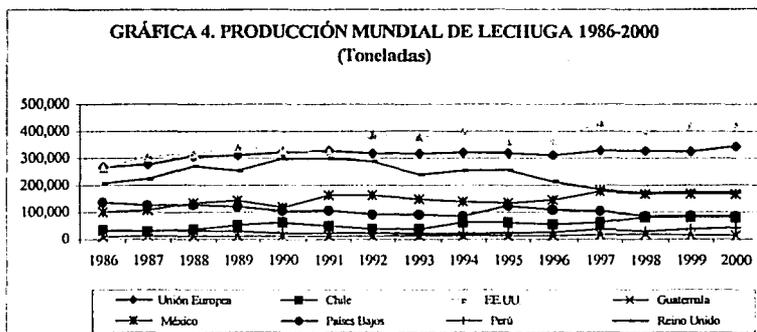
Fuente: faostat, datos consultados en internet. [www.fao.org](http://www.fao.org)

Nota: los datos que representan a China son por 1000

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## b) Producción de lechuga

El principal productor de lechuga para el periodo analizado es Estados Unidos que casi ha duplicado su producción siendo para 1987 de 2,871,089 toneladas métricas y en el 2000 4,230 mil toneladas métricas; seguido por la Unión Europea quien ha incrementado su producción para el periodo siendo para 1986 2,458,563 Mt y para el 2000 de 3,445,418 Mt, el Reino Unido tiene el tercer lugar durante el periodo a pesar que casi mantuvo constante su producción que para 1986 fue de 170,800 Mt y para el 2000 de 175,400 Mt, el cuarto lugar lo tienen los países bajos que para 1986, tuvieron una producción de 136 mil Mt en tanto que para el 2000 de 86 mil Mt teniendo un decremento para el periodo. México aparece en quinto lugar teniendo una producción para 1986 de 51,718 Mt y para el 2000 de 168 mil Mt ocupando el lugar de los Países Bajos, teniendo un incremento de 131.5%.

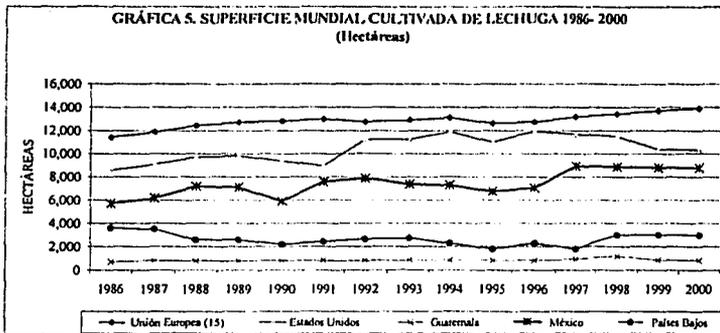


Fuente: faostat, datos consultados en internet. [www.fao.org](http://www.fao.org)

Nota: los datos que representan a la Unión Europea y Estados Unidos son por 100

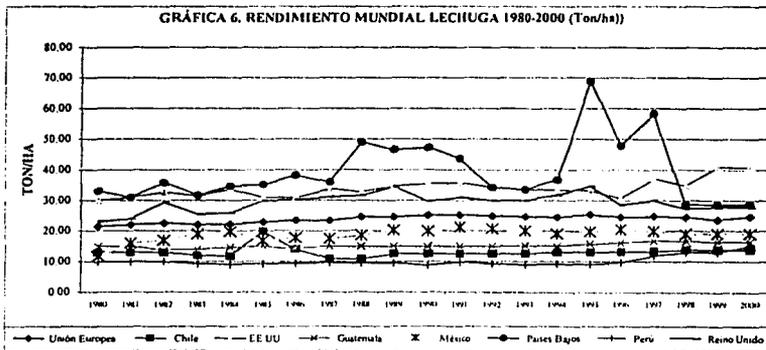
Respecto a la superficie, la Unión Europea es la que más números de hectáreas dedica, ya que para 1986 eran 114,406 hectáreas y para el 2000 139,137 hectáreas mostrando un incremento de 21.62%, E.E.U.U. el segundo, para 1986 95,706 has. y para el 2000 de 03,610 has, incrementando su superficie en 8.62%, en el tercero, cuarto y quinto lugar hubo cambios en los ocupantes.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Fuente: FAOSTAT, información consultada en la base de datos de la FAO [www.fao.org](http://www.fao.org)  
 Los datos de la Unión Europea son por 10. Los datos de Estados Unidos son por 10

El tercer lugar para México con casi 6,000 has., y el cuarto es Países Bajos con 2,872 has., en cambio para el 2000, 2500 has., el quinto para Guatemala con una superficie casi constante que gira alrededor de las mil hectáreas.



Fuente: FAOSTAT, información consultada en la base de datos de la FAO [www.fao.org](http://www.fao.org)

Los rendimientos presentan el siguiente comportamiento: el primer lugar lo tienen Países Bajos al inicio del periodo, quedando en segundo lugar a su terminación y

TESIS CON  
 FALLA DE URGEN

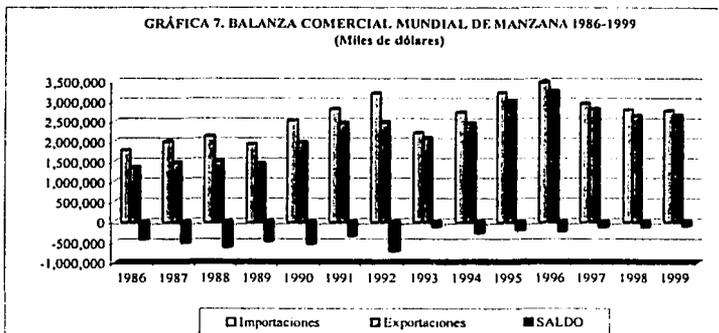
E.E.U.U. inicia el periodo en segundo lugar terminándolo en el primero. El Reino Unido mantiene el tercer lugar durante todo el período y la Unión Europea el cuarto lugar, también para todo el período. México inició este ciclo en el séptimo lugar y termina en el quinto superando a Guatemala y Chile. Estos dos últimos países terminan el período ocupando el sexto y octavo lugar, respectivamente. En lo que se refiere a Perú inicia en el octavo lugar y termina en el séptimo para el período de referencia.

Una vez establecido el lugar que ocupa México en la producción de estos productos se va a analizar la balanza comercial de México con el mundo para estos productos.

### 2.3.2. La balanza comercial mundial de manzana y lechuga

Para conocer la dinámica y la importancia de un producto dentro del Mercado Mundial es necesario analizar su balanza comercial ya que ésta nos dirá si la demanda es más fuerte que la oferta o viceversa. A continuación se analizan las balanzas comerciales mundiales de la lechuga y manzana.

#### a) Comportamiento de la balanza comercial mundial de manzana

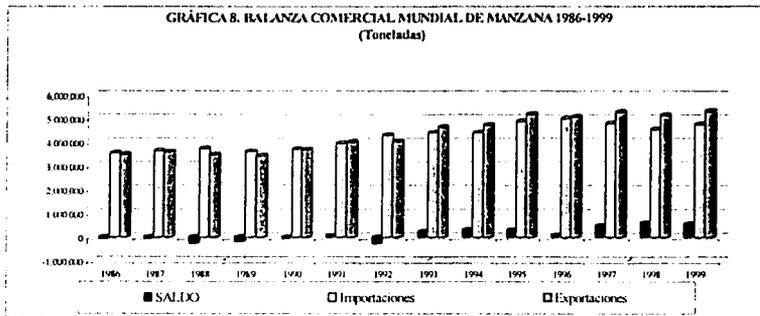


Fuente: FAOSTAT, información consultada en la página Web [www.fao.org](http://www.fao.org)

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

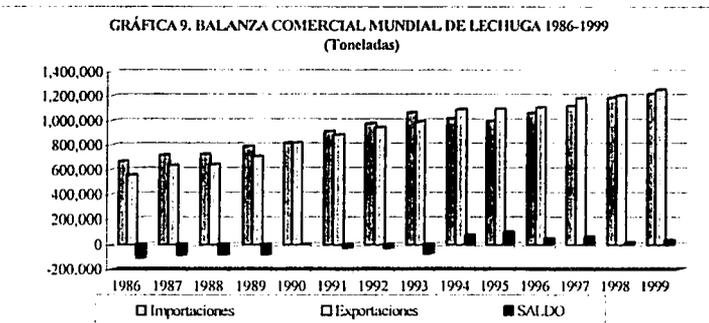
TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA

El comportamiento deficitario de la balanza comercial mundial de manzana es constante a través del periodo de análisis y se explica por que existe una mayor demanda por parte de los países consumidores que la oferta que tienen los países productores. La gráfica de intercambio comercial por volumen lo muestra más claramente.

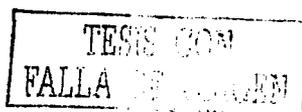


Fuente: FAOSTAT, información consultada en la página Web [www.fao.org](http://www.fao.org)

**a) Balanza comercial mundial de lechuga**



Fuente: FAOSTAT, información consultada en la página Web de la FAO. [www.fao.org](http://www.fao.org)



La lechuga es un producto que su consumo ha sido generalizado en el mundo. Se utiliza en el consumo de alimentos como entrada, guarnición, adorno en platillos, ensalada y actualmente algunas hamburguesas y tortas la contienen.

### **2.3.3. Importaciones y exportaciones de manzana y lechuga en México**

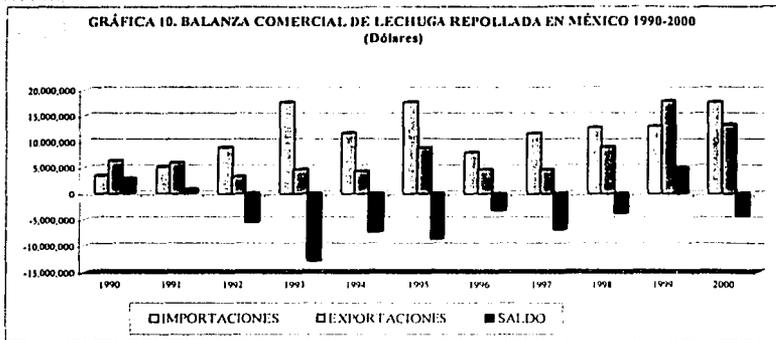
La antigua división del trabajo la cual otorgaba a los países del tercer mundo el papel de proveedores de materias primas y de productos agropecuarios, situación que actualmente no se cumple tan al pie de la letra. Actualmente, los países desarrollados principalmente EE.UU. y la Unión Europea son los grandes proveedores de productos agropecuarios para el mundo, como lo muestra la balanza comercial de mexicana por producto. A continuación se analizan los productos que nos ocupan.

#### **a) Balanza comercial de la lechuga fresca en México**

La lechuga fresca se clasifica en dos fracciones arancelarias para la lechuga repollada la 0705110 y la lechuga orejona con la 070519. El periodo de análisis será de 1990 al 2000, debido a que las importaciones de productos agrícolas inicio de hecho para esos años a pesar de que en 1987 nuestro país se adhirió al GATT. Antes de ésta época el modelo de sustitución de importaciones no permitía la importación de éstos productos.

#### ***i) Balanza comercial de lechuga repollada en México 1990-2000***

Iniciamos con el valor de las importaciones mexicanas de lechuga repollada EE.UU. es el principal proveedor de este producto. El comportamiento de este indicador fue el siguiente: tuvo un incremento constante de 1990 hasta 1993, llegó a \$17,560,864.00, en 1994 tiene un incremento de \$15,906,513.00, en 1995 se importa la misma cantidad que en 1993, en 1996 hay un gran decremento de 44.64% y a partir de 1997 se inicia una recuperación constante hasta que en el año 2000 alcanza la misma cifra que en 1995. Los otros proveedores son ocasionales entre los que encontramos Francia y Chile.



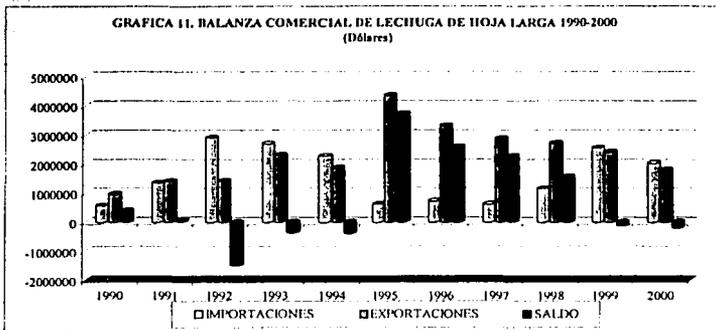
Fuente: Secretaría de Comercio con datos de Banxico, información consultada en la página Web de la SECOM. [www.secofi.gob.mx](http://www.secofi.gob.mx)

El valor de las exportaciones de lechuga repollada ha tenido un comportamiento variable mostrando una recuperación para 1998, 1999 y 2000. Nuestro principal comprador es E.E.U.U., siguiendo Belice, Canadá, Cuba, Costa Rica, Japón y Nicaragua. Si hacemos una comparación entre importaciones y exportaciones para el periodo analizado en la mayoría de los años somos deficitarios, con excepción de los años de 1990, 1991 y 1999. Es decir compramos más lechuga repollada de lo que exportamos.

#### *ii) Balanza comercial de lechuga de hoja larga*

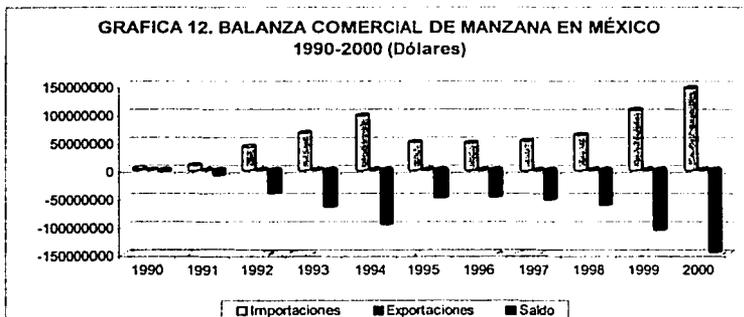
De la lechuga de hoja larga, como de la anterior, EE.UU es el principal proveedor; los otros proveedores son ocasionales y el valor de las exportaciones poco significativo. Respecto al valor de las exportaciones, E.E..U.U. es el principal comprador mexicano, seguido de Cuba, Costa Rica y Belice.

Del balance entre las exportaciones y las importaciones para 1990, 1991, 1995, 1996, 1997 y 1998 somos superavitarios en tanto que para los años de 1992, 1993, 1994, 1999 y el 2000 somos deficitarios en este producto (Ver cuadros). Es decir para seis años del periodo superavitarios y para cinco deficitarios.



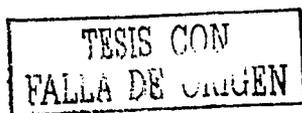
Fuente: Secretaría de Economía, con datos de Banxico. Datos consultados en la página Web. [www.secofi.gob.mx](http://www.secofi.gob.mx)

**b) Balanza comercial de la manzana**



Fuente: Secretaría de Economía, con datos de Banxico. Datos consultados en la página Web. [www.secofi.gob.mx](http://www.secofi.gob.mx)

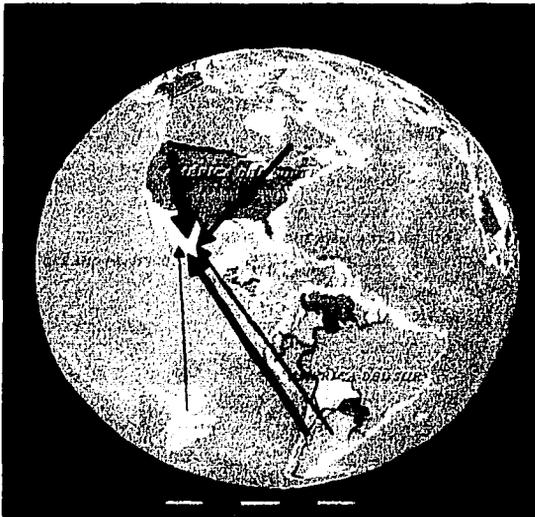
En lo que respecta a la manzana los principales proveedores de México son E.E.U.U., seguido por Chile, Canadá y Nueva Zelanda y con importaciones esporádicas de Etiopía, Sudáfrica, Alemania, Aruba, España, Afganistán y Corea del Norte. De las exportaciones al inicio del periodo de análisis las más importantes fueron para



Nicaragua, pero éstas fueron disminuyendo hasta que terminaron a partir de 1998; a E.E.U.U. han sido constantes con un comportamiento variable e incrementándose para el final del periodo; Belice ha sido otro comprador constante durante el periodo teniendo también un comportamiento variable e incrementándose para el final del periodo. El balance entre las importaciones y exportaciones es deficitario para todo el periodo de análisis y su comportamiento es de crecimiento constante (Ver cuadros del anexo).

Se puede concluir que el Estado hizo modificaciones significativas a su legislación ya a su aparato administrativo para acceder al mercado mundial. Lo cual permitió la firma de diferentes acuerdos comerciales con países y bloques de países, hecho que ha permitido la importación y exportación de productos hortofrutícolas. El producto final de estos hechos es que están importan ciertos productos en tiempos en que también son producidos en el país alterando significativamente los precios a los productores nacionales, tal es el caso de la manzana y la lechuga repollada en los productos que nos ocupan, (Ver mapa 1 y 2), pero tenemos otros ejemplos como la piña, el maíz, el frijol. Ocasionando una competencia desleal, ya que los productos mexicanos no se venden en los mercados nacionales y en algunos casos está provocando desempleo y abandono en el campo, emigración y dificulta aún más las tareas del campo.

MAPA 1  
IMPORTACIONES DE MANZANAS FRESCAS A MÉXICO 2000  
(Fracción 08081001)

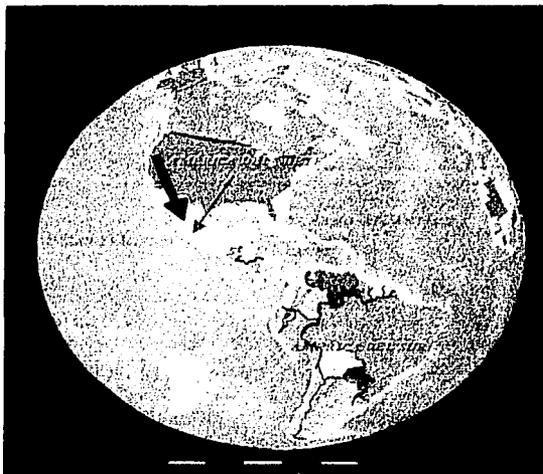


Dólares Estadounidenses

Estados Unidos	125,945,205
Chile	14,930,102
Canadá	4,665,382
Argentina	205,884
Nueva Zelanda	148,764

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

MAPA 2  
IMPORTACIONES DE LECHUGA A MÉXICO 2000



**Dólares Estadounidenses**

Lechuga de Hoja Larga (070519)

Estados Unidos 2,018,758

Lechuga Repollada (07051101)

Estados Unidos 17,680,884

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## CAPÍTULO 3. DESARROLLO ECONÓMICO, URBANIZACIÓN Y EVOLUCIÓN DEL ABASTO Y EL CONSUMO EN MÉXICO

El objetivo de este capítulo es mostrar los rasgos fundamentales que han tenido el abasto y el consumo dentro del desarrollo económico de México, e identificar los efectos de la globalización dentro del proceso de urbanización, el abasto alimentario y los hábitos de consumo en México.

El comercio transita por diversas formas de organización para adecuarse a las necesidades de abastecimiento que presenta una sociedad de acuerdo a sus hábitos de consumo. El estado debe tener una función administrativa y reguladora a fin de evitar el desabasto. En México han existido diferentes formas de abasto a través de su historia. A continuación haremos una reseña de cómo se ha desarrollado la economía, el abasto y el consumo en México.

### 3.1. El desarrollo económico y la urbanización en México

La simultaneidad entre el desarrollo económico y el proceso de urbanización establece una serie de relaciones entre ellos. La urbanización es una resultante del desarrollo económico que por su naturaleza y efectos económicos repercute a su vez sobre éste dando lugar a una clásica relación de causalidad circular.

La influencia esencial del desarrollo económico sobre la urbanización se manifiesta por la modificación de la estructura económica a favor de las actividades no-agrícolas o urbanas que hace posible la modificación en la estructura ocupacional. Esto posibilita el proceso de migración rural-urbana que es el proceso esencial que origina la urbanización. Por otra parte, la conexión urbanización-desarrollo económico se manifiesta por el conjunto de variables económicas y demográficas que, siendo efectivos o aspectos de la urbanización, fomentan un mayor desarrollo económico. Entre los aspectos que pueden ser afectados por la urbanización e influir en la dinámica

TESIS CON  
FALLA DE URGEN

económica se pueden mencionar: las economías externas de las ciudades, la concentración del mercado y de la población y su influencia en la participación de la población económicamente activa, el nivel y la estructura del consumo, la distribución del ingreso, los cambios en el costo de la vida, la estructura del ahorro y la inversión, ingresos y gastos públicos, entre otros (Unikel, 1978: 246).

A continuación se analiza como algunos de estos aspectos se desarrollaron en México.

### 3.1.1. El desarrollo económico y urbanización

El desarrollo urbano en México ha sido un proceso ligado al desarrollo económico y a los cambios en la estructura productiva en cada comunidad, ciudad o región. Dado que los niveles de ingreso están de cierta manera determinados por el desarrollo de la economía del país, a continuación se hace un breve bosquejo de la evolución de la economía de México en el Siglo XX.

CUADRO 8  
MÉXICO: PRODUCTO INTERNO BRUTO POR SECTORES ECONÓMICOS  
PRINCIPALES, 1900-1999 (en porcentajes).

Años	Total	SECTORES		
		Primario	Secundario	Terciario
1900	100	25.8	16.7	57.5
1910	100	24.1	18.5	57.4
1921	100	22.3	25.5	52.2
1930	100	18.8	28.1	53.1
1940	100	19.4	27.6	53.0
1950	100	19.2	29.8	51.0
1960	100	15.8	32.2	52.0
1970	100	11.5	37.2	51.3
1980	100	8.3	37.3	54.4
1990*	100	NE	NE	NE
1999**	100	5.0	28.2	66.8

Fuente: Garza Gustavo. Desarrollo Económico, Urbanización y Políticas Urbano-Regionales en México (1900-1982). En: Demografía y Economía volumen XVII, No. 1 (54). El Colegio de México. México. 1983. Pág. 158.

\*\*INEGI. Servicio de Información Estadística de Coyuntura. México. Feb. Del 2000.

Los sectores primario y secundario han sufrido las más drásticas modificaciones. Las actividades agropecuarias perdieron su importancia relativa en forma continua y, en el periodo 1921-1935, la agricultura experimentó incluso una disminución absoluta al bajar



de 4,652 millones de pesos constantes a 4 282, con un decremento medio anual del 0.8%. De esta forma, en 1940 su participación en el PIB total era del 19.4%. A partir de esa fecha, aunque con crecimientos absolutos significativos, ha sufrido una continua pérdida de importancia hasta alcanzar el 8.3% del PIB en 1980. Para 1999 el PIB del sector primario se vio reducido en más de un 20%, el cual se ha distribuido en los sectores secundario y terciario.

Al hacer un análisis general del cuadro 8 se tiene que el sector primario tiene un comportamiento descendente constante que oscila entre el 2% y el 4%, el cual inicia a partir de los años sesenta, el sector secundario tiene un comportamiento ascendente constante el cual oscila entre los valores de 1 a 3% tendencia que cambia a partir de los años setenta donde tuvo un 5% de incremento y a partir de esa década muestra un estancamiento para iniciar una constante contracción de la economía y por último el sector terciario muestra un comportamiento descendente constante, el cual va desde el 0.1% hasta el 3.1% pero a partir de la década de los ochenta inicia un crecimiento constante.

El sector secundario ha sido el más dinámico de la economía y, en general, tuvo un incremento constante de participación hasta casi el final del siglo XX. Prácticamente todas sus ramas aumentaron a un ritmo dos o tres veces mayor que la tasa global de crecimiento, sobresaliendo la electricidad, el petróleo y la industria de la transformación. De este modo, a absorber el 16.7% del PIB total nacional en 1900, pasó al 27.6% en 1940 y al 37.3% en 1980.

El sector terciario experimentó un leve descenso a través del periodo, hasta los años setenta el país tenía una estructura que era esencialmente industrial. Esta tendencia se ha revertido por los actuales patrones de desarrollo que se están presentando en un mundo globalizado. Se puede concluir que los cambios significativos experimentados en la estructura de la producción nacional a favor de los sectores no agrícolas han dado por resultado un dinámico proceso de urbanización que ha transformado al país en predominantemente urbano-industrial (Garza, 1983: 159-160).

Como constatamos los cambios de la estructura productiva afectan directamente la actividad productiva de la población. A continuación se habla del proceso de urbanización, así como de los cambios en la pirámide ocupacional de la población.

La política para el desarrollo económico en México a partir de los cuarenta fue de impulso hacia las áreas urbanas y un abandono de las zonas rurales, lo cual se refleja en la estructura de la población, donde se va incrementando la población urbana y mientras ocurre una gran disminución de la población rural. En el cuadro 9 se puede constatar este hecho ya que para el inicio del siglo XX la población rural representaba casi el 90% y actualmente representa el 25%. Es decir casi se revirtieron las cifras. La población urbana fue creciendo alrededor de 1.1% al 3% hasta los años cincuenta, su crecimiento a partir de 1960 fue vertiginoso, sobre todo para 1980, manteniendo su crecimiento entre un 5% de los ochenta hasta el año 2000. La población rural ha mantenido una tendencia decreciente inversamente proporcional a la de la población urbana.

La emergencia del México urbano; la persistencia de una problemática agropccuaria en el marco de fuertes desequilibrios campo-ciudad; la hegemonía de intereses urbanos; la función económica de la ciudad; la acentuación de los problemas urbanos y el surgimiento de movimientos sociales, explican estructuralmente la necesidad del Estado mexicano de intervenir activamente en lo urbano-regional a partir de la década de los setenta. Ante esta obligación imperativa, el gobierno federal multiplicó las políticas económico-sociales que tienen relación con la organización del espacio nacional. Esta creciente acción en el campo territorial representa la racionalidad del aparato gubernamental para enfrentar los desafíos del nuevo perfil urbano-industrial de México (Garza, 1983: 161).

**CUADRO 9**  
**MÉXICO: POBLACIÓN TOTAL, URBANA, RURAL Y NÚMERO DE CIUDADES**  
**(miles).**

Año	Total	%	Urbana	%	Rural	%	# Ciudades
1900	13,607	100	1,453	10.5	12,172	89.5	33
1910	15,169	100	1,783	11.7	13,377	88.3	36
1921	14,335	100	2,100	14.7	12,235	85.3	39
1930	16,553	100	2,892	17.5	13,661	82.5	45
1940	19,649	100	3,928	20.0	15,721	80.0	55
1950	25,779	100	7,209	28.0	18,570	72.0	84
1960	34,923	100	12,749	36.6	22,176	63.4	123
1970	49,050	100	22,004	44.9	27,046	55.1	178
1980	66,846	100	44,799	66.3	22,547	33.7	258
1990	84,537	100	60,310	71.3	24,226	28.7	378
2000	100,104	100	75,721	75.6	24,338	24.4	

Fuente: Garza (1983). Desarrollo Económico, Urbanización y Políticas Urbano-Regionales en México (1900-1982). El Colegio de México. Demografía y Economía. Vol. XVII. Núm. 2. México. \*CONAPO (1988). México Demográfico. Breviario 1988. México. Pag 90.

La modificación de la estructura productiva ha tenido un impacto directo en el proceso de urbanización. En 1900, de 13.6 millones de habitantes el 10.5% eran urbanos, esto es, que vivían en localidades de más de 15 000 habitantes. Cuarenta años después el porcentaje se duplica, alcanzando el 20% de la población urbana, que aumenta en forma permanente, alcanzando el 44.9% en 1970 (Garza, 1983: 159). La población urbana se duplica en 1980 respecto a la de 1970 y su crecimiento ha sido continuo hasta el año dos mil donde la población urbana representa las tres cuartas partes de la población total del país.

Dentro del periodo analizado el número de ciudades ha ido en aumento. En 1900 sólo existían 33 ciudades que pasaron a 39 en 1921, a pesar del movimiento revolucionario. Para 1940 se tenían 55, las cuales pasaron a 123 en 1960. En el decenio de 1960-1970 aparecieron 55 localidades urbanas nuevas para conformar una jerarquía de 178 ciudades en 1970 (Garza, 1983: 159). En los noventa se considera que existen 100 ciudades intermedias en el país.

El desarrollo del sistema urbano actual depende no sólo de las tendencias demográficas internas y políticas gubernamentales que favorecen la centralización, sino también de fuerzas económicas y políticas transnacionales. A este respecto, el patrón de

**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

urbanización desde 1940 guarda ciertas similitudes importantes con el porfiriato temprano. Por ejemplo, la correlación entre crecimiento urbano y políticas gubernamentales de industrialización con base en la sustitución de importaciones en los años 1940 y 1950 era obvia. Igualmente, la expansión de una agricultura de riego en gran escala en el norte, los sempiternos problemas de la agricultura de temporal en pequeña escala en el altiplano y el sur, la participación de millones de hombres en el programa bracero entre 1942 y 1964, y la proliferación de inversiones en infraestructura urbana y servicios, reflejan el papel de la inversión extranjera en el México contemporáneo (Kemper y Royce, 1981: 16 y 17).

Entre 1940 y 1970 el aprovechamiento del ahorro interno se generalizó y se recurrió sólo en forma modesta al crédito externo. El empleo y el salario real en el sector formal se elevaron en forma constante. La inflación entre 1951 y 1970 promedió menos del 5% anual. En términos generales se puede decir que hubo congruencia en las políticas macroeconómicas en ese periodo. A partir de 1971 la economía siguió creciendo, sin embargo, el relajamiento de la disciplina fiscal se manifestó en un desequilibrio en la balanza de pagos, lo que se logró por un tiempo y, además, se pospusieron los cambios estructurales que para ese entonces eran imprescindibles para el buen funcionamiento de la economía. De esta forma la mayor tasa de crecimiento de los precios internos, respecto a los precios del exterior, llevó a la sobrevaluación del tipo de cambio que culminó con el ajuste cambiario de 1976.

El aspecto del México contemporáneo refleja un proceso de lento pero constante en la formación de la estructura urbana de la nación. Tal vez los esfuerzos más radicales para cambiar el patrón de asentamiento fueran los programas de reforma agraria para el establecimiento de pequeños ejidos. Tras un estallido inicial de actividad a fines de los años treinta, el gobierno ha continuado creando ejidos en el campo subdesarrollado, con los programas más recientes dirigidos a la colonización de Quintana Roo y Chiapas. A pesar de esta política para animar a los campesinos a permanecer en las áreas rurales, aparentemente el crecimiento urbano se vio impulsado por el abandono de los pequeños asentamientos. El número de localidades menores de 1,000 habitantes alcanzó un

máximo de casi 103,000 en 1940 e incluía 9.8 millones de personas que representaban la mitad de la población nacional. En 1970, había aún más de 90,000 aldeas, con una población total de 13.5 millones, pero representaba sólo el 28% de la población total.

En contraste con los programas ejidales, el gobierno ha hecho menos por desarrollar "ciudades nuevas" dentro del sector urbano. A excepción de desarrollos suburbanos como Cuautitlán Izcalli, en el área metropolitana de la ciudad de México, y dos casos significativos de desarrollo industrial: Ciudad Sahagún en Hidalgo y Ciudad Lázaro Cárdenas en Michoacán. La creatividad urbana se ha visto orientada primariamente al sector turístico. El desarrollo de Cancún, Ixtapa, y una serie de otros lugares vacacionales costeros representa un tipo de urbanización muy especializado. En los años recientes, el éxito de las actividades petroleras -exploración y refinería- en el área del Golfo ha llevado a la creación de petrociudades, como Ciudad Pemex, que tienen su paralelo histórico en las ciudades mineras de los siglos XVII y XVIII (Kemper y Royce, 1981: 17 y 18).

Los cambios que hubo entre 1900 y 1990 muestran claramente una modificación en la estructura productiva nacional hacia una agricultura sin campesinos, como reflejo del desarrollo económico relativamente acelerado, aunque desigual en los aspectos social y espacial y con una fuerte subordinación con el exterior.

### **3.1.2. Las políticas gubernamentales de desarrollo urbano en México**

La planeación urbana y regional en México a través de su historia reciente la podemos dividir en dos etapas: 1) institucionalización de la planeación espacial, 1977-1988 y 2) abdicación y delegación de las políticas urbanas regionales, de 1989 a la actualidad. Los antecedentes para estas medidas son la Ley General de Población (1973) y la Ley de Asentamiento Humanos (1976). Ambas leyes hablan de redistribución y ordenamiento de la población dentro del territorio nacional, pero son lineamientos generales sin determinar áreas o regiones para realizarlos.

### **a) Institucionalización de la planeación espacial, 1977-1988**

Estas transformaciones del sistema urbano crean la necesidad de realizar un Plan Nacional de Desarrollo Urbano (SAPO, 1978). El propósito del Plan de Desarrollo Urbano es coordinar las actividades gubernamentales y privadas a fin de establecer un mejor equilibrio en el crecimiento urbano nacional. El objetivo principal consiste en la descentralización de industrias y población fuera del Valle de México. Con este fin, un cierto número de empresas paraestatales se irían de la capital a otras regiones del país y varios cientos de industrias, especialmente las muy contaminantes, se moverán de la zona metropolitana desde principios de 1980. El plan señala también un cambio en las prioridades presupuestarias del gobierno federal en detrimento del Distrito Federal y a favor de otras regiones menos desarrolladas, con especial atención a los problemas de la zona fronteriza (Kemper y Royce, 1981: 19 y 20).

En 1980 se creó para hacer frente al lento crecimiento de la agricultura mexicana el Sistema Alimentario Mexicano (SAM), de este programa hablaremos mas ampliamente dentro del apartado de políticas de abasto.

Durante el gobierno de Miguel de la Madrid se creó la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE), en sustitución de la SAHOP, con el fin de enfrentar los problemas de contaminación atmosférica urbana. Entre los principales programas que se aplicaron en este periodo están: 1) Programa de Desarrollo de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México y de la Región Centro (1983); 2) Programa Nacional de Desarrollo Urbano y Vivienda, 1984-1988; 3) Programa Nacional de Ecología, 1984-1988; 4) Programa Regional del Mar de Cortés; 5) Programa Regional del Sureste (1983); 6) Programa de Fomento Industrial y Comercio Exterior, 1984-1988, y 7) Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico y Científico, 1984-1988 (Garza, 1999: 288 y 289).

Se reformaron los artículos 25 y 26 de la Constitución, lo que permitió la integración de un Sistema Nacional de Planeación Democrática y el artículo 115 constitucional que otorgó a los municipios nuevas atribuciones en materia de dotación de servicios públicos

y planeación. El Programa Nacional de Desarrollo Urbano y Vivienda no logró un diagnóstico y un pronóstico más riguroso que su antecesor, obteniendo resultados nulos.

El auge petrolero prevaleciente entre 1977 y 1981 generó expectativas irreales sobre la economía mexicana. El petróleo entonces no salvó a México de la crisis y en cambio exacerbó los ajustes estructurales al permitir el uso del crédito externo de manera poco prudente, que elevó a la deuda externa de 4,000 millones de dólares en 1970 a 88,000 millones en 1982, con un servicio por intereses que llegó a representar el 13% de los ingresos en cuenta corriente de la balanza de pagos (Garduño y González, 1998: 7 y 8).

Conviene repasar los factores causales que llevaron al trascendental cambio ocurrido. A finales de 1981 y principios de 1982 se conjugaron eventos tanto de origen interno como externo, que indicaban que ya no era viable la economía cerrada a la competencia del exterior, según el modelo anterior debería haber sido abierta desde el final del Desarrollo Estabilizador, y había también la necesidad de implementar cambios inmediatos que evitaran mantener rezagado el aparato productivo de las oportunidades de desarrollo que imponían los nuevos patrones mundiales del crecimiento.

El ajuste macroeconómico iniciado a partir de la crisis de 1983 se caracterizó por la búsqueda del equilibrio fiscal mediante la depuración de empresas ineficientes, así como la privatización de empresas públicas y de instituciones bancarias. La racionalización de los precios de los bienes y servicios de las empresas del sector público representó otro elemento básico para corregirlo que algunos especialistas habían calificado como economía de ficción.

La inflación de 1987 dio paso a la política de Pactos, la cual hizo recaer el peso del ajuste en la masa trabajadora, aunque esta política tuvo efectos rápidos para reducir los niveles de inflación de 15% mensual a 3% en un año, pero después tuvo un efecto desfavorable, ya que deprimió la demanda interna para los bienes y servicios no comerciables. Sin embargo, la política de topes salariales se tornó en un ancla para contener las presiones inflacionarias, lo que a la larga, aunque los salarios crecieron a

una tasa inferior a la inflación interna, indujo un margen de sobrevaluación de la moneda, lo que se tradujo en un amplio cambio en el déficit de la cuenta corriente de la balanza de pagos que había representado el 7.5% del PIB. Esta situación, considerada por los agentes económicos como insostenible, aunada a los efectos desconcertantes de homicidios políticos, el brote de inconformidad en las comunidades de los Altos de Chiapas, el manejo inadecuado de la deuda interna (Tesobonos), así como la inexperiencia de la nueva administración condujeron a la crisis de diciembre en 1994 y enero de 1995.

El periodo de este gobierno se caracterizó por una crisis económica estructural, con una tasa de crecimiento del PIB negativa de -0.4% anual, la entrada de nuestro país al GATT en 1986 y donde la prioridad gubernamental estuvo centrada en la instrumentación de políticas sectoriales de corte neoliberal para estar acorde con la apertura de la economía nacional olvidándose de programas territoriales para el país los que continuo a través del mandato de Carlos Salinas de Gortari (Garza, 1999: 289).

#### **b) Abdicación y delegación de las políticas urbanas regionales de 1989 a la fecha**

El Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, correspondiente a la administración de Carlos Salinas de Gortari. Tenía entre sus principales objetivos recuperar el crecimiento económico con estabilidad de precios y mejorar el nivel de vida de la población. Los programas que se derivan de este documento y que afectan directamente el aspecto territorial son: 1) Programa Nacional de Desarrollo Urbano, 1990-1994, y 2) Programa de las 100 Ciudades. Pero las acciones públicas reales con algún impacto territorial significativo se realizaron por medio del Programa Nacional de Solidaridad (Garza, 1999: 291 y 292).

Este programa establece tres propósitos fundamentales: 1) mejoramiento de los aspectos de salud, alimentación, educación, vivienda, servicios básicos y tenencia de la tierra; 2) generación de empleos apoyando actividades agropecuarias, agroindustriales, microindustriales y piscícolas; 3) ejecución de programas de desarrollo regional, sobre

todo en obras de infraestructura. Dentro de las acciones del programa destacan la urbanización de calles y banquetas, alumbrado público, rehabilitación de plazas; apoyo a la autoconstrucción de vivienda y regularización de la tenencia de la tierra, así como la construcción y mantenimiento de carreteras (Garza, 1999: 292 y 293).

Los resultados en los aspectos de salud y alimentación no fueron palpables ni evaluados. En lo que respecta a la tenencia de la tierra se implementó el PROCEDE (Programa de Certificación de Derechos Ejidales y Titulación de Solares Urbanos), que sigue vigente hasta la fecha y lo realizan INEGI y la Procuraduría Agraria, han tenido un avance en esa materia del 80% a la fecha, a nivel nacional. Donde los resultados fueron perceptibles son en materia de urbanización de calles y banquetas, alumbrado público y construcción de carreteras.

Dentro del mandato de Ernesto Zedillo se promulga el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 se plantea que la migración es el factor demográfico que mayor incidencia tiene dentro de los procesos de distribución territorial y de urbanización (Poder Ejecutivo Federal, 1995: 81). Dentro de sus estrategias y líneas de acción plantean mejorar la educación, la salud, la vivienda, aumentar la productividad y los ingresos reales de las personas y las familias son los retos más importantes a fin del milenio (Poder Ejecutivo Federal, 1995: 84). Plantean que el objetivo último reside en el establecimiento de las bases productivas para un desarrollo social sostenido, justo y homogéneo en todo el territorio nacional. Por ello, el diseño y la ejecución de las políticas de desarrollo regional y urbano y de Reforma Agraria se orientarán a reducir las desigualdades entre las ciudades y el campo, a aumentar los niveles de competitividad, a generar más empleos, atenuar las presiones demográficas y mejorar las condiciones de vida de la población (Poder Ejecutivo Federal, 1995: 101, 105).

En este contexto se plantean en el Plan dos objetivos: 1) Propiciar el ordenamiento territorial de las actividades económicas y de la población conforme a las potencialidades de las ciudades y las regiones que todavía ofrecen condiciones propicias para ello y 2) Inducir el crecimiento de las ciudades en forma ordenada, de acuerdo con

las normas vigentes de desarrollo urbano y bajo principios sustentados en el equilibrio ambiental de los centros de población.

En 1994, la proporción entre la población urbana y la rural fue de 73 por ciento en áreas urbanas y 27 por ciento en el campo. El desarrollo urbano se enfrenta actualmente a las dificultades propias de la expansión de las ciudades. Por un lado, los volúmenes crecientes de población acentúan la gravedad de los rezagos en los servicios públicos. Por otro, la falta de capacidad financiera de los gobiernos locales, debida a un flujo reducido de ingresos públicos y a limitaciones en los programas administrativos de la ciudad, impiden atender oportunamente las necesidades nuevas y las carencias acumuladas.

Es importante destacar que, a pesar de la persistencia de una concentración muy intensa en las cuatro grandes zonas metropolitanas (Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y Puebla), existe una tendencia hacia una redistribución más homogénea de la población, pues la participación de estas cuatro zonas en el total de la población urbana nacional ha pasado de 51.3 por ciento en 1980, a 47 por ciento en 1990.

En 1995 se inició otro periodo de inestabilidad y de grandes ajustes, tanto en lo financiero como en la economía real, que trajeron consigo una contracción de la actividad económica, pues se registró una caída del 6.2% del PIB y una importante depreciación del tipo de cambio del peso frente al dólar estadounidense. El proceso de recuperación en 1996 fue lento y muy dispar en su conjunto, no obstante el importante aumento de las exportaciones inducidas por la subvaluación del tipo de cambio (Garduño y González, 1997: 8).

Otra política que es necesario mencionar, dentro de este estudio, es la de apoyo a la construcción de centros comerciales en las zonas urbanas del país a través del Banco Nacional de Comercio Interior que está en proceso de liquidación. Este banco de desarrollo otorgaba dos tipos de crédito. El primero era para locatarios de mercados públicos en toda la República con el único requisito de acreditarse como tal con su

cédula de empadronamiento y el monto que le otorgaban dependía de un tabulador donde los mercados eran clasificados en A, B y C. El segundo a personas físicas o morales, quienes tenían que presentar sus balances contables de sus empresas, referencias comerciales, identificación, garantía inmobiliaria o fiduciaria, además de realizarse un estudio de factibilidad del proyecto.

Los recursos los obtenía de diferentes instituciones financieras nacionales que recibían directamente los créditos que otorgaba el Banco Mundial a nuestro país. Estos créditos se otorgaban con tasas preferenciales dependiendo de la institución; por ejemplo, tenemos que FIDEC prestaba a la tasa de CPP con -4 a +2 puntos, FOGAIN, que fue absorbida por NAFIN, prestaba a una tasa de CETES +1 a +4 puntos, FIRA otorgaba esos créditos a unas tasa de 75% de CETES y FONATUR el CPP más menos de 1 a 5 puntos (BNCI, 1993.1994 y 1995).

En esta época hubo un *boom* en la construcción de centros comerciales modernos lo cual no sólo sucedió en México sino en las principales capitales de América Latina como Río de Janeiro, Buenos Aires y Santiago de Chile.

*Grosso modo*, se concluye que a partir de 1940, el crecimiento económico y el proceso de urbanización se aceleran bajo la influencia de un conjunto de políticas gubernamentales que conformaron las condiciones generales necesarias para la producción privada: sistema carretero nacional; dotación de energéticos; sistemas de irrigación en el campo; estructuración del aparato financiero; producción de bienes intermedios fundamentales (siderurgia, fertilizantes, químicas). Para estimular el proceso, el gobierno establece una serie de medidas de carácter sectorial dirigidas a fomentar la industrialización y la producción agropecuaria que influenciaron la organización territorial de la población y las actividades económicas. Algunas de estas políticas tenían objetivos territoriales, como es el caso de los parques y ciudades industriales que explícitamente se diseñaron para contribuir a la descentralización industrial y a la disminución de las desigualdades regionales.

La incorrecta aplicación de este tipo de políticas aisladas indica, en parte que hasta los años setenta el interés real del Estado Mexicano y de los principales grupos industriales nacionales fue básicamente de tipo sectorial. Revestían importancia las elevadas ganancias y la acumulación de capital en la industria, sin reparar verdaderamente en las implicaciones de su concentración territorial. A partir de los años ochenta se implementan políticas económicas que permiten el desarrollo regional en algunas zonas del país. Y en los noventa el Estado Mexicano deja la realización de estas tareas al sector privado.

El desarrollo económico y el urbano determinan las políticas sobre el abasto y la viabilidad de su aplicación, por lo que a continuación hablaremos de estas últimas.

### **3.2. Las políticas del abasto**

En este apartado hablaremos del abasto a través de la historia de nuestro país, las políticas gubernamentales y la situación actual del abasto.

El modelo típico de abasto de la época prehispánica de intercambio directo entre productor y consumidor, o entre productor y productor a través del trueque, cambió para hacer frente a las nuevas necesidades de abasto debido a que se tienen que satisfacer las necesidades de la demanda europea que son básicamente trigo, lácteos y carne. Se formó un mercado dependiente caracterizado por la intervención externa. Durante la época colonial surgió el pósito como una institución de carácter municipal destinada al acopio de granos para posteriormente prestarlos en condiciones módicas a los labradores y vecinos durante los meses de menor abundancia. Por ejemplo, el pósito de la Ciudad de México fue una institución de servicio social cuyo capital se destinaba a contener las injustas alteraciones de precios que se registraban ante la escasez de productos estratégicos en la alimentación, como el maíz (Bassols *et. al*, 1994: 43).

Años más tarde, surge la alhóndiga a semejanza de los pósitos, esta institución estaba organizada para cumplir la función de granero, pero los virreyes la concibieron como una forma de eliminar a los acaparadores que ya desde la colonia surgieron como figuras centrales del comercio. Las principales actividades de las alhóndigas consistían en almacenar granos y harinas para los habitantes de la ciudad, controlar todo el grano producido y vendido en la comarca de su jurisdicción, vender el grano encargado bajo consignación, regular los precios, funcionar como bolsa, habilitar a corto plazo y colecta de fondos para el pósito (Bassols *et. al.*, 1994: 43 y 44).

En la época independiente el mecanismo regulador y de control pasó a los graneros de las haciendas conocidos como trojes; de ellas se surtían las tiendas de raya que suministraron víveres a los trabajadores y peones. De las trojes se abastecían también las comunidades circunvecinas a las que se trasportaba el grano, en carretas. Cuando había escasez, los hacendados obtenían grandes ganancias mediante la especulación de granos puesto que no se ejerció ningún control sobre los precios. Esta situación prevaleció por un siglo hasta que la revolución se encargó indirectamente de liquidar dicho mecanismo al paso de los revolucionarios por las haciendas acompañado del asalto a las trojes o las tiendas de raya (Bassols *et al.* , 1994: 44 y 45).

Durante mucho tiempo el estado intervino de manera aislada y con espectros regionales muy restringidos sobre el abasto; ello demuestra una incipiente organización administrativa a través de la cual se pudiera contrarrestar la fuerza que habían adquirido los agentes privados. En 1913, el vicepresidente Pino Suárez promueve la idea de mejorar el abastecimiento con un organismo regulador de los precios en el mercado rural. El estado revolucionario no cambia el esquema de comercialización que existía desde la colonia, simplemente lo readecua a las nuevas condiciones sociales y políticas: trata de intervenir más en la fijación de los precios para legitimarse entre sus bases. Por otro lado, se preocupó más por satisfacer la demanda de los grupos desprotegidos que por modernizar las estructuras donde ya participaban los distintos agentes comerciales.

### **3.2.1. Las políticas gubernamentales sobre el abasto**

Para comprender la evolución de la comercialización de productos agrícolas en el México contemporáneo es necesario conocer las políticas económicas instrumentadas para orientarla. En general, la política económica es el manejo deliberado de medios e instrumentos para obtener ciertos fines, e influir en el campo de la producción, de la comercialización propiamente dicha y del consumo final de la sociedad humana. Esta política diseñada por el estado con el fin de regular la vida económica. Dentro de los lineamientos de la política económica estaba el proteger el consumo de la población trabajadora en los grandes centros urbanos. Esta acción reforzó la tendencia concentradora del abasto, en tanto que el comerciante persigue, históricamente, aquellos espacios con alta densidad de población donde puede obtener el margen de ganancia más alto. Tal situación indica también que el estado no puede modificar con su sola presencia la lógica natural del mercado.

En el abasto alimentario se parte de la premisa de que ninguna ciudad es totalmente autosuficiente, menos aún llega a satisfacer las diferentes necesidades del consumidor urbano; por tanto, se ve obligado a transgredir su espacio geográfico natural hasta conformar una región agrícola que la abastece; sin embargo las necesidades de la ciudad, derivadas de su crecimiento, llegan a rebasar la frontera de la región inmediata, absorbiendo la producción de varias regiones simultáneamente e incluso del país entero, o del entorno internacional (Torres, 2000: 53). México al cambiar del modelo económico de sustitución de importaciones por el neoliberal abrió su mercado a productos agrícolas extranjeros con lo que se diversificaron sus fuentes de abasto.

El hecho de que el gobierno mexicano priista fue producto de una revolución social, hizo necesario que participara directamente en el abasto. La primera medida de regulación del abasto consistió en la creación de un comité regulador, el cual desapareció durante los gobiernos de Cárdenas y Ávila Camacho, y creándose en sustitución de este la Compañía Importadora y Exportadora Mexicana (CEIMSA) y la Nacional Distribuidora y Reguladora (NADYRSA), las cuales podríamos considerar como la segunda medida

tomada en lo referente a la regulación del abasto.

NADYRSA se ocupó de la distribución urbana, sin embargo su gestión no fue prolongada ya que se fusionó a CEIMSA, esta a su vez fue absorbida por Conasupo, creada en 1961 y denominada como organismo público descentralizado en 1965. La fusión y desaparición de las instancias reguladoras habla tanto de una escasa claridad del estado en cuanto a regulación, como de su débil participación en la integración de la cadena comercial. Las funciones de Conasupo giran alrededor de un tema central básico que es la apropiada y eficiente regulación del mercado alimentario, y van desde el apoyo a la producción misma del sector primario rural, hasta los consumidores finales de la población. Es decir, la función altamente prioritaria y estratégica que desarrolla este organismo es la de garantizar la disponibilidad de alimentos a precios accesibles, y atender de manera permanente su responsabilidad de regulación y abasto del mercado (CONASUPO, 1987: 5). La creación de Conasupo fue la tercera y más importante medida en la regulación del abasto.

El sistema CONASUPO, además de la empresa matriz estaba formado por Bodegas Rurales Conasupo (BORUCONSA) y el Fideicomiso Comisión Promotora Conasupo para el Mejoramiento Social (FICOPRONSA). Su acción era reforzada por un área industrial constituida por tres empresas, todas ellas sociedades anónimas: Industrias Conasupo (ICONSA); Leche Industrializada Conasupo (LICONSA) y Maíz Industrializado Conasupo (Miconsa). Estas a su vez son complementadas por el área comercial, conformada por la empresa mayorista Impulsora del Pequeño Comercio (IMPECSA) y la filial al menudeo: Sistemas de Distribuidoras Conasupo (DICONSA) (CONASUPO, 1987: 7 y 8).

Otra política que aplicó el Estado mexicano que incidió tanto en la producción como en el abasto de productos agropecuarios fueron los precios de garantía; los fijaba el gabinete agropecuario para los principales productos básicos de consumo popular: maíz, frijol, arroz, trigo, sorgo, soya, cártamo, girasol, ajonjolí, semilla de algodón y copra. Eran precios mínimos que se establecían considerando los costos de producción, los

insumos, los volúmenes de oferta y demanda previstos, entre otros factores. El gabinete estaba integrado por varias Secretarías de Estado, Conasupo y asociaciones campesinas. Los precios de garantía trataban de asegurar que el campesino contará con un ingreso seguro para su producto, evitando así que éste caiga en manos de especuladores. Además, daba la oportunidad al agricultor de vender a quien ofreciera un precio por arriba del fijado para su producto. Es decir, que el campesino no estaba obligado a vender su cosecha a Conasupo, sino que el Gobierno Federal a través de esta institución le aseguraba un precio de garantía y la capacidad operativa y financiera para adquirirla en caso de que no logre venderla a un particular (CONASUPO, 1987: 9 y 10). Lo cual en la práctica no resultó porque funcionarios de esta institución vendían a precios bajos a los acaparadores y estos a su vez al mercado nacional, con grandes márgenes de ganancia.

El Gabinete Agropecuario fijaba el monto de la reserva técnica que generalmente equivalía al consumo nacional para un lapso de tres meses y Conasupo debía mantener a disposición esta reserva para hacer frente a incrementos en la demanda; controlar la oferta y evitar carencias en el mercado de acuerdo a los ciclos agrícolas.

La participación de la empresa paraestatal en el comercio interior del país se lleva a cabo a través de un sistema de empresas filiales, el Sistema de Distribuidoras Conasupo que distribuye básicos al menudeo e Impulsora del Pequeño Comercio que los comercializó al mayoreo lo que permitió, además de una coordinación de programas entre ellas, una relación orgánica que abarca incluso aspectos presupuestales, bajo la dirección de Conasupo Matriz y la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (CONASUPO, 1987: 24). Los ingresos que obtenía la institución a través de tres vías: los recursos propios que generaban la venta de los productos y servicios que manejaban y que constituían la mayor parte del presupuesto de ingresos; los recursos fiscales que el Gobierno Federal le entregaba para que transfiriera mediante subsidios a los consumidores de leche y tortilla, y los créditos externos que conseguía. Conasupo tenía una participación marginal en el mercado de las subsistencias populares que oscila entre el 10 y 12 por ciento; sin embargo, esta participación eventual pudo ser superior en

productos básicos como frijol, arroz, aceites y azúcar (CONASUPO, 1987: 27).

El Gobierno Federal otorgaba subsidios a la población en artículos de primera necesidad como frijol, maíz, trigo, oleaginosas y forrajes. Los tortibonos se crearon para hacer el subsidio a la tortilla más selectivo y transparente para así poder llegar realmente a las personas que más lo requieren (CONASUPO, 1987: 28 y 29).

La política del estado en su fase más consolidada a través de la Conasupo fue, antes de iniciar su desincorporación y privatización, la de mantener el equilibrio entre oferta y demanda; garantizar el abastecimiento de grandes centros urbanos como el Distrito Federal y regular la cantidad y precio de los productos agrícolas básicos. La Conasupo presentó algunos vaivenes dentro de la política de regulación del abasto. Su socio principal consistió al principio en la compra-venta interna de productos como maíz, arroz y sorgo a precio de garantía. A partir de 1975 consolida su aparato administrativo y funda filiales para la rehidratación de la leche (LICONSA), distribución de productos básicos (DICONSA) e industrialización de maíz y trigo (MINSA Y TRICONSA); también se había destacado por hacer más práctico el subsidio que el gobierno federal destinaba a la alimentación bajo la forma de precios bajos en masa, tortilla, pan blanco y leche; aunque debe reconocerse que tal política sólo benefició a algunos centros urbanos y no impactó de manera importante la estructura de precios del medio rural.

Al fomentarse la agricultura comercial, los sectores tradicionalistas del campo, los grupos de autosubsistencia, requirieron de una intervención estatal cada vez mayor con la cual lograron asegurar su supervivencia. Durante los sexenios de Echeverría y López Portillo, se acrecentaron y diversificaron las actividades de Conasupo; hubo reformas al pago y condiciones generales de compra; los propios campesinos se ocuparon del sistema de compra en sustitución del personal de la institución; las bodegas Conasupo prestaron asistencia técnica y asesoría mediante pláticas de orientación y capacitación. Con la creciente inflación, de principios de la década de los 70 Conasupo amplió sus actividades entre los consumidores urbanos vendiéndoles de ropa, calzado, productos perecederos, etc. (Bassols *et al.*, 1994: 46 y 47).

Los aspectos anteriores fueron reacciones de emergencia ante las condiciones críticas que presentaba la población rural y los estratos urbanos de bajos ingresos. A pesar de esto la intervención del estado nunca ha sido vista con simpatía por los grupos comerciales dominantes. Por lo que existió una gran presión para lograr la desaparición total de Conasupo.

Las deficiencias alimentarias no se resolvieron con las medidas antes mencionadas, al contrario, se vieron agravadas a partir de los setenta y para 1976 se instrumenta el Sistema Alimentario Mexicano (SAM). El SAM no fue un programa de donación de alimentos, sino que fue el único programa alimentario que puso énfasis en la necesidad de ser autosuficientes en la producción agropecuaria y pesquera, el eje de atención del SAM eran los productores de áreas temporales abocados a la producción de básicos, las poblaciones más numerosas del campo, a quienes veía como depositarios de la gran tarea a desarrollar la autonomía alimentaria, como vía de mejorar sus ingresos y elevar el consumo de alimentos de la población más pobre del país.

A pesar de que el SAM ha sido uno de los únicos programas de corte avanzado en el México moderno, la vida del SAM fue corta por razones ideológicas. Posteriormente, el SAM fue sustituido por el Programa Nacional de Alimentos y el Programa Nacional de Desarrollo Rural Integral en 1985 (Torres, 2000: 93).

En 1984 se inició el programa para la reestructuración, operación y desarrollo del Sistema Nacional para el Abasto (SNA) cuyos objetivos generales fueron: fomentar la integración, ordenación y modernización del proceso comercial de productos alimenticios de consumo generalizado en las fases de acopio, acondicionamiento, industrialización, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización; incrementar la disponibilidad de alimentos, mejorar la calidad de los productos alimentarios; aumentar el ingreso y el poder adquisitivo de los consumidores; procurar el arraigo de los productores a su lugar de origen; racionalizar la distribución de alimentos en el territorio nacional y reestructurar y modernizar los canales de comercialización. Sin embargo sus objetivos son apenas normativos y con un impacto nulo, al igual que la

comercializadora estatal ASERCA, en el esquema de abastecimiento, el cual se ha dejado al libre juego de las fuerzas del mercado, incluyendo la apertura comercial que inició México en 1986, al entrar al GATT y a otros tratados comerciales ( Bassols *et al.*, 1994: 48).

La intervención del estado en el abasto se está reestructurando; se comenzó por una redefinición y restricción de las funciones de regulación del abasto de Conasupo, induciendo la concurrencia del sector privado a los mercados agrícolas y a la innovación en el campo. El subsidio a la alimentación se restringe a fases terminales del consumo en productos específicos y para consumidores selectivos. Para este efecto se crearon los comités participativos de comercialización para granos, forrajes, trigo, maíz, oleaginosas, arroz y frijol. Estos comités son coordinados por la Secretaría de Economía (antes SECOFI) y tienen las funciones de coordinar, conciliar, concentrar la racionalización de los procesos del abasto; además de regulación de granos básicos delimitando los niveles de concurrencia para la sucesión de cosechas nacionales e importadas y las responsabilidades económicas, administrativas y operativas de los sectores público, privado y social. Debe destacarse que estos comités no tienen la facultad de modificar las cuotas pactadas en los acuerdos internacionales como el TLC, causa por la cual actualmente se tiene inundado el mercado con frijol importado a pesar de que la producción nacional ha sido alta y no son necesarias esas importaciones.

La participación del Estado en el abasto esta liquidada; esto se inicio con la resolución del ejecutivo federal publicada el 22 de mayo de 1987, la cual dispone el proceso de liquidación de CONASUPO, que terminó recientemente. Los programas de leche mantienen un carácter aparentemente contradictorio, la red de lecherías creció de 611 a 1469 y el número de familias beneficiadas se incrementó de 742 mil a 1 millón 900 mil cubriendo 11 entidades federativas; de cualquier manera los subsidios se redujeron en 80% al incrementarse el precio por litro (Bassols *et al.*, 1995: 48, 49 y 50). Esta labor actualmente la realiza la SEDESOL que es la que se encarga de los programas gubernamentales para atender zonas y población marginadas en el país.

Como se indicó en el capítulo 2, en México a partir de 1982 se empezaron a aplicar los pactos económicos para el control de los indicadores macroeconómicos, la inflación fundamentalmente, los cuales fueron el antecedente para la aplicación del modelo neoliberal que actualmente rige a nuestro país. Dentro sus principales lineamientos destaca la salida del estado mexicano como agente promotor del desarrollo económico. Si examinamos el Plan de Desarrollo, el Programa Nacional de Modernización del Campo y del Comercio Interior, que se instrumentan en el periodo presidencial que terminó en 1994, podemos constatar que en el marco en que se centran todas sus disposiciones, está ligado a una concepción liberal del desarrollo donde se determina que éste sea determinado por las fuerzas libres del mercado.

Para alcanzar los objetivos de política del país, se propone una estrategia que plantea la modernización del estado de las actividades productivas y comerciales. Está parte de reconocer que contamos con un rezago significativo en diferentes ámbitos y que la economía debe funcionar por sí sola y prácticamente sin intervención del estado (Bassols *et al*, 1994: 51).

Por su parte, tanto el Plan Nacional de Desarrollo como el Programa Nacional de Modernización del Campo, del periodo Salinista, contienen algunas disposiciones que pretenden incidir en la esfera de la comercialización. Sin embargo, por las características de las disposiciones y por la manera en que han sido implementadas, más que orientar el comercio de productos agrícolas se trata de un intento por justificar el pretendido retiro del estado de la actividad comercial.

La política propuesta, al menos en lo que al abasto alimentario se refiere, omitió presentar en toda su amplitud el sistema de mecanismos que, de manera integral y consistente, pretenderían inducir el funcionamiento autónomo del proceso de comercialización. En primer término la comercialización es un proceso formado por varias etapas y actividades económicas. Este proceso permite la unión de la producción agrícola con el consumo final; en realidad es un conjunto de relaciones económicas que funcionan como un puente que hace posible vincular la oferta con la demanda final.

Cada actividad contiene un alto grado de complejidad y se rige por leyes muy específicas.

Sin embargo, el estado deja muchas de las ramas de la comercialización de productos agrícolas al "libre juego de la oferta y la demanda", sin que medie un periodo de transición donde se instrumenten los mecanismos para facilitar el desenlace de las transformaciones. Por otro lado, a pesar de la apertura comercial dentro del Programa Nacional de Modernización del Campo y Comercio Interno no se contemplan las nuevas fuentes de abasto de ciertos productos agropecuarios que actualmente entran al país. Asimismo, dentro del Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, hay un gran vacío respecto a políticas sobre el abasto. Dentro del listado de programas sectoriales encontramos dos programas que deberían incidir en el abasto de productos de importación que son: 1) Programa de Comercio Interior, Abasto y Protección al Consumidor y 2) Programa de Política Industrial y Comercio Exterior (SHCP, 1995: 177).

Dentro de los objetivos de ambos programas no se encuentra alguno que se refiera a la regulación del abasto que se esta obteniendo del extranjero para algunos productos agrícolas. Esto se regula únicamente por los acuerdos internacionales que signa México, donde la mayor parte de las ocasiones no se consulta con los productores para que estas importaciones no los afecten ([www.secofi.gob.mx](http://www.secofi.gob.mx)).

### **3.2.2. Los centros de abasto y acopio del país**

La consolidación espacial del sistema de abasto alimentario no se corresponde con un proceso histórico económico y socialmente homogéneo a escala nacional, existen marcadas diferencias respecto al como se fueron estructurando los diversos flujos regionales de abastecimiento, lo cual tiene relación con los niveles de desarrollo económico alcanzado por las regiones y las ciudades a lo largo del país y de la historia. En el esquema también juega un importante papel la especialización productiva, situación que explica el hecho de que cada producto contenga un canal específico de

comercialización (Bassols *et al.*, 1994: 65).

Dentro de la lógica espacial de abastecimiento, las regiones y ciudades del norte del país estructuran un patrón territorial de abastecimiento de características distintas al centro y al sur. El peso gravitacional de la Ciudad de México tiene un efecto considerable en la subordinación de prácticamente todas las regiones del país a sus necesidades de abastecimiento, el cual irradia bajo mecanismos de reexpedición de diversos productos al centro y sur. Un rasgo común es que en el centro y sur del país, aún en el occidente, la estructura del abasto alimentario presenta una correspondencia estrecha con las pautas de organización social, el nivel de desarrollo alcanzado históricamente y la capacidad de control político y económico ejercido por los núcleos urbanos sobre las regiones rurales.

En el caso del abasto alimentario son dos los elementos que destacan en la importancia de la ciudad de México y en un nivel más amplio de ZMCM sobre el resto de las regiones y ciudades del país; uno es de carácter histórico y el otro de tipo económico-demográfico. La ciudad de México, que involucra a las 16 delegaciones y la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que incluye cerca de 35 municipios del Estado de México, conforman ya un mismo territorio que en el caso de la alimentación forman parte de un mismo problema (Torres, 2000: 52).

La Ciudad de México ha logrado a lo largo del tiempo un predominio casi absoluto, sobre el resto de las ciudades del país en cuanto a concentración de productos alimentarios; incluso se considera actualmente que tal predominio llega a ser, desde la perspectiva de su importancia social como ciudad, seis veces mayor a la ciudad inmediata en jerarquía, como sería el caso de Guadalajara. A pesar de que dicha concentración tiende a decrecer en volumen comparativo, en la medida que la población capitalina se dispersa hacia otros centros urbanos emergentes, para algunos productos como frutas y hortalizas, el control llega a constituir hasta más del 30% de la producción nacional, así como una proporción similar de lo que se importa (Torres, 2000: 52 y 53).

En la ciudad de México el antecedente de la Central de Abastos fue el Mercado de la Merced, la cual se construyó en 1883. Este mercado se constituyó en el nuevo núcleo comercial más importante del país, hasta la construcción de la Central de Abastos de Iztapalapa. La Merced, además de ser el mercado abastecedor de la gran ciudad, fue el centro de decisiones para la orientación de la agricultura; a partir de aquí se definieron los mecanismos de control de las regiones productoras agrícolas mediante el sistema de precios y financiamiento, y los procesos de reexpedición de productos hacia otros puntos. Durante su funcionamiento reflejó también la capacidad de concentración que había alcanzado la capital del país y la fuerza de los grupos de poder comercial que desde aquí dominaban el comercio nacional de alimentos. Finalmente, ante la sobresaturación que se había presentado en La Merced, junto con las complicaciones urbanas que se generaba en el centro de la ciudad, tuvo que cerrarse como mercado mayorista.

Con el cierre de La Merced surge una nueva idea de mercado mayorista, es decir, más adecuado a las dimensiones de la ciudad, pero también presenta una organización comercial más funcional a las necesidades de relación mayorista-medio mayorista y distribuirlos al menudeo. De esta manera se inaugura en 1982 la nueva Central de Abastos (Torres, 2000: 59).

Una vez que hemos planteado el comportamiento de la economía, el desarrollo urbano y las políticas de abasto veremos como ha evolucionado el bienestar en el país y como se han modificado a consecuencia de esto, los hábitos de consumo.

### **3.3. Evolución del bienestar en México y los nuevos hábitos de consumo de la población**

El fin último de las acciones de un estado es mejorar las condiciones de vida de su población. Por lo que para medir la eficacia de sus acciones se analizan las mejoras en

servicios, niveles de ingreso y el tipo de alimentos y nutrientes que consume su población a continuación veremos estos aspectos.

### **3.3.1. Evolución del bienestar en México**

Los niveles de bienestar se pueden medir de diferentes maneras, a saber: el primero es el que se refiere al estado de salud física y psicológica de la sociedad, vinculado con los programas públicos de salud, abastecimiento de agua potable, drenaje, hospitales, entre otros. Este aspecto se relaciona con la prevención de epidemias a través de la aseptia comunitaria.

El segundo es el bienestar económico, vinculado por la mayoría de los analistas económicos y financieros, con la disponibilidad de los bienes, la estabilidad de los precios, los niveles de las tasas de interés y la fortaleza del tipo de cambio, pero sobre todo con el nivel adquisitivo de los salarios de las familias, y con la accesibilidad al empleo para el cual se está capacitado, así como que obtenga una remuneración adecuada.

El tercero se refiere al bienestar político, ligado a la estabilidad de las instituciones, al derecho de elegir a los propios gobernantes y de exigir responsabilidad si este derecho no se ejerce con probidad. El bienestar descansa en el estado de derecho y la impartición de justicia en forma rápida y sin excepciones.

El cuarto está representado por los índices de bienestar urbano, en donde destacan la dotación de la infraestructura urbana: mercados, vías de comunicación, etc. y todos los elementos que llegan a influir en la calidad de vida. El quinto de estos tipos de bienestar es el bienestar cultural, es decir, aquel que fortalece el desarrollo de las actividades y expresiones espirituales de una sociedad. Como universidades, oferta de teatro, periódicos, etc. (Garduño y González, 1997: 10).

Para los objetivos de este estudio se analizan el segundo y el cuarto índice de bienestar, aunque el estado de salud física esta implícito en los índices que se analizarán, los cuales permiten inferir los cambios que han surgido en los hábitos de consumo dentro de la ciudad de México aunado a la situación económica de sus habitantes. En términos estrictamente económicos, "desarrollo" tradicionalmente ha significado la capacidad de una economía nacional, cuyas condiciones económicas iniciales han permanecido más o menos estáticas por un largo periodo de tiempo, de generar y sostener un incremento anual de su producto nacional bruto a tasas de 5 a 7% o más. Un índice de desarrollo común ha sido el uso de tasas de crecimiento de su población. Niveles y tasas de crecimiento del PNB real *per capita* son normalmente usadas para medir en un sentido amplio el bienestar económico en general de una población, esto es, cuántos bienes y servicios reales están disponibles para consumo e inversión por el ciudadano promedio.

#### **a) Los niveles de ingresos de la población de los cuarenta a nuestros días y su distribución**

El PIB por habitante, muestra en forma gruesa el grado de riqueza de una sociedad, permite establecer un punto de referencia y conocer en que nivel de desarrollo económico se encuentra un país determinado, es decir, si corresponde a un país industrializado, a otro de desarrollo intermedio, o bien, a uno de bajos ingresos. Este indicador cumple muy bien su función cuando se desea establecer una visión general. Sin embargo, para mayor precisión se tiene que conjugar con datos adicionales que den una idea de cómo se encuentra la distribución del ingreso en un momento dado, y cuál ha sido su tendencia en las pasadas décadas (Garduño y González, 1997: 14).

Entre 1940 y 1981 el PIB real por habitante registró una tasa de crecimiento positivo, pues se incrementó 3.2% anual, mientras que la actividad productiva lo hizo en 6.4%. Después de 1981, con la crisis de los precios del petróleo y del elevado endeudamiento externo a corto plazo, la economía mexicana no ha vuelto a tomar el sendero del crecimiento sostenido, y en 1995 descendió al nivel de 1978, su nivel más bajo, equivalente a un retroceso de 17 años.

Es importante señalar que la relación de ingreso *per cápita* mostró una contracción de 9.2% en términos reales. Pero también conviene tener presente que otros índices mostraron una mejoría, por ejemplo: en educación, esperanza de vida, reducción de la mortalidad infantil, mayor número de viviendas con servicios y aumento del número de teléfonos por habitante, entre otros elementos (Garduño y González, 1997: 15)

A continuación se analiza como se distribuye el ingreso y a que sectores afectó la pérdida del poder adquisitivo que se produjo en el país. Para analizar la distribución del ingreso se utiliza la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares (ENIGH) que realiza el INEGI en forma trimestral. Esta encuesta para algunos autores especialistas del tema (Hernández, 1998; Lustig, 1993; Boltvinik, 1994) presenta algunas fallas como que en algunos rubros cambian los elementos por los cuales están constituidos, que es necesario que se les hagan ajustes con respecto a las cuentas nacionales y el cálculo del ingreso monetario y no monetario entre las más importantes. Fernando Cortés advierte que si únicamente se compara el ingreso total que arroja la ENIGH se puede decir que los aumentos son significativos, sin embargo esto no quiere decir que las condiciones económicas de los hogares del país sean mejores para el fin del periodo analizado con respecto a su inicio (Cortés, 1995: 73). Debido a los fines de este trabajo tomaremos la evolución de los salarios de acuerdo a los resultados de la encuesta.

Hecha esta acotación encontramos que, entre 1950 y 1996, el índice de la distribución del ingreso no mostró una tendencia definida. En ciertos periodos no tuvo una tendencia clara al aumento de la concentración del ingreso, mientras que en otros registró una distribución menos inequitativa.

**CUADRO 10**  
**APLICACIÓN DEL COEFICIENTE DE GINI A LA ENIGH**

<b>Año</b>	<b>Ingreso Total</b>	<b>Ingreso Monetario</b>	<b>Ingreso Monetario</b>
1950	0.5040	N.D	N.D
1963	0.5182	N.D	N.D
1970	0.5168	N.D	N.D
1975	0.5646	N.D	N.D
1977	0.4956	N.D	N.D
1984	0.4292	0.4562	0.5506
1989	0.4694	0.4889	0.5921
1992	0.4749	0.5086	0.5404
1994	0.4770	0.5137	0.5335

Fuente: INEGI, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, Tercer Trimestre.

La distribución del ingreso registró, como lo muestran los datos del cuadro 10, una tendencia a la concentración en los grupos de mayores ingresos. Es decir, el coeficiente de Gini pasó de 0.504 en 1950 a 0.5168 en 1970, y a 0.5646 en 1975, entonces puede concluirse que en un lapso de 25 años la concentración del ingreso primero empeoró, para mejorar entre 1963-1970, la fase más destacada del Desarrollo Estabilizador, su aumento fue de 12.2% para todo el periodo. Este efecto de mejoría también se registró en el salario real que fue de 6.3% anual.

En el segundo periodo de 1975 a 1984, los indicadores de la distribución del ingreso muestran una cierta mejoría, pues el coeficiente de Gini bajó de 0.5646 en 1975 a 0.4292 en 1984, cuando la economía estaba superando los efectos de la crisis de 1982. En este periodo de nueve años de la distribución del ingreso mejoró 24.5% a favor de las personas comprendidas en los deciles más bajos. Todo parece indicar que la política distributiva en medio del desorden financiero favoreció a los estratos más débiles contra lo que podría esperarse, pero a costa de generar desequilibrios financieros que pondrían en entredicho todo lo que se había logrado.

En el tercer periodo de 1984 a 1994, el coeficiente de distribución registra un deterioro al pasar de 0.4292, el punto más bajo de la serie, a un nivel más alto, 0.4770 en 1994. El deterioro en la equidad distributiva no es de extrañar, ya que ahora el poder adquisitivo de los salarios reales del sector obrero se contrajo 13.5%, mientras que los salarios mínimos reales, a su vez, lo hacían en 35.5%, y los sueldos de los empleados en el sector

TESIS CON  
FALLA DE CARGEN

manufacturero ascendían 47.2% en términos reales. Pese a esta ganancia, la gran masa obrera ha resentido el peso del cambio económico inducido por la política de ajuste y modernización. El deterioro de la distribución del ingreso, en términos generales, se presentó cuando los indicadores macroeconómicos mejoraban, se lograba un relativo control de la inflación, la economía empezaba a retomar el crecimiento, y la política de desarrollo social cobraba nuevo impulso. Todos estos factores conducirían a una mejoría en la distribución del ingreso monetario; sin embargo, la concentración del ingreso presenta un importante deterioro, al ascender en 12.6% en el periodo considerado.

Los niveles de bienestar de la comunidad, observados en el periodo de 1980 a 1995, están más ligados a los efectos distributivos del ingreso, a través del gasto público en salud, educación o equipamiento urbano, que al ingreso promedio familiar o a la relación del PIB *per cápita* (Garduño y González, 1997: 70 y 71).

Las cifras macroeconómicas indican un virtual estancamiento en la relación con el PIB y la población, en tanto que la información derivada de las encuestas del ingreso y gasto de las familias muestra una mejoría nada despreciable, toda vez que alcanzó un incremento real de 2.3% anual para el periodo de análisis. El producto interno bruto *per cápita*, de 1984 a 1994, registró un ligero descenso al pasar de \$66,630.00 en 1984 a \$65,762.00 en 1994 (cifras expresadas en precios constantes de 1980), disminución que significó una reducción de 1.3%. Por su parte, la relación *per capita* de los pagos al factor trabajo dentro del PIB, pasó de \$19,015.00 a \$19,101.00, cifras que si bien muestran una ganancia de 0.5%, en el periodo referido, también indican que no se obtuvo una mejoría apreciable. Las cifras macro indican un estancamiento en la situación financiera de la población.

Para ese mismo periodo, según las encuestas, el ingreso monetario de los hogares presentó un aumento de 25.4% en términos reales, lo que significa una tasa de crecimiento anual de 2.3%. Sin embargo, la mejoría no se dio en forma generalizada para todos los estratos económicos. En consecuencia, el índice de concentración del ingreso aumentó al incrementarse 12.7% el coeficiente de Gini que pasó de 0.45616 en

1984 a 0.51374 en 1994. La virtud de los estudios derivados de las encuestas consiste en que permite conocer quiénes resultaron ganadores y quiénes perdedores (Garduño y González, 1997: 71).

Las encuestas ingreso-gasto levantadas en 1984, 1989, 1992 y 1994 registran un aumento nominal del ingreso (Ver cuadro 11). A partir de los resultados de dicha serie suele interpretarse que durante ese lapso las condiciones de los hogares mexicanos mejoraron, aunque se puede constatar que los estratos de altos ingresos reciben las mayores proporciones de dicho incremento, mientras que la capacidad adquisitiva general se ve menguada por efectos inflacionarios.

CUADRO 11  
DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO TOTAL POR DECILES 1984-1994

Decil	1984		1989		1992		1994	
	%	Acum	%	acum..	%	Acum	%	acum.
I	1.90	1.90	1.58	1.58	1.55	1.55	1.29	1.59
II	3.13	5.03	2.81	4.39	2.73	4.28	2.76	4.35
III	4.17	9.20	3.74	8.13	3.70	7.98	3.67	8.02
IV	5.22	14.42	4.73	12.86	4.70	12.68	4.64	12.66
V	6.45	20.87	5.90	18.76	5.74	18.42	5.67	18.33
VI	7.98	28.85	7.29	26.05	7.11	25.53	7.06	25.39
VII	9.86	38.71	8.98	35.03	8.92	34.454	8.74	34.13
VIII	12.26	50.97	11.42	46.45	11.37	45.82	11.34	45.47
IX	16.60	67.57	15.62	62.07	16.02	61.84	16.11	61.58
X	32.43	100.00	37.93	100.00	38.16	100	38.42	100.00
CG	0.4250	00.00	0.4694	0.00	0.4949	0.00	0.4770	0.00

Fuente: Torres y Gasca 1999 La configuración del patrón de consumo alimentario en México: una interpretación de la relación ingreso-gasto. En: Notas Revista de información y análisis. No. 5. Ags. P 15.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**CUADRO 12**  
**INGRESO CORRIENTE TOTAL POR DECILES**  
(millones de pesos a precios de 1994)

Año	Total	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X
1989	90 086	1 028	2 233	3 173	4 104	5 187	6 499	8 130	10 287	14 344	35 103
1994	121 741	1 233	2 761	3 980	5 187	6 512	8 123	10 265	13 629	19 843	50 208

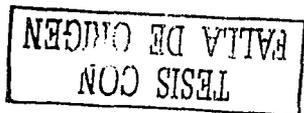
Fuente: Torres y Gasca 1999. *Op. Cit.* Pág. 14

El incremento relativamente sostenido del ingreso se sitúa hasta principios de la década de los setenta; corresponde a un periodo expansivo de la economía mexicana, acompañado por un aumento proporcional de los salarios reales, tasas bajas de desempleo y una inflación no desbordada.

Por tanto, el aumento diferencial del ingreso en los deciles refleja alzas continuas en los niveles de desigualdad. El proceso de concentración del ingreso se detecta en la serie analizada, ya que el Coeficiente de Gini se incrementa a partir de 1984 en función del ingreso corriente total; pasó de 0.4250 en 1984 a 0.4694 en 1989, a 0.4949 en 1992 y a 0.4770 en 1994. La distribución del ingreso es cada vez más concentrada, tal como lo muestra la Curva de Lorenz calculada para los cuatro años, que marca una tendencia de alejamiento de la línea de equidistribución entre el primer y el último años de la encuesta (Torres y Gasca, 1999: 14 y 15).

Como lo muestra el cuadro 12, las pautas de distribución por estratos de ingreso indican que durante 1984 y hasta 1994, la participación del 80% de los grupos más pobres (deciles I al VIII) de los hogares mexicanos en el ingreso corriente total se redujo de 50.9% a 45.4%. Por su parte, 10% de los hogares más ricos (decil X) elevaron significativamente su participación al pasar de 32.4% en 1984 a 38.4% en 1994; es de esperarse que después de 1995 la concentración haya crecido, dado el alto nivel especulativo que caracterizó a la última coyuntura, el desempleo y el incremento de los niveles de pobreza.

La tendencia a que un conjunto reducido de familias sea poseedor de una gran parte de la riqueza generada en el país se muestra en los resultados de la ENIGH publicados en



1994, en donde el grupo de mayores ingresos concentra 38.4% del ingreso nacional, frente a sólo 1.5% que queda en manos del estrato de menores percepciones (decil I), en el cual se ubica la mayor proporción de población.

Esto significa que el peso del ajuste económico realizado como parte de la estrategia económica de los ochenta, afectó fundamentalmente a los grupos de población de ingresos bajos y medios quienes eventualmente, redujeron sus niveles de consumo generalizado y la calidad de la alimentación. Los efectos de dichos cambios no se detectan de inmediato pero suelen constituir un aspecto a tomarse en cuenta cuando se trata de evaluar la capacidad intelectual y competitiva de una generación completa (Torres y Gasca, 1999: 15).

#### **b) Indicadores de bienestar urbano**

Como se mencionó en la introducción los hábitos de consumo se modifican por dos razones fundamentalmente, a saber, el nivel de ingreso y el acceso a los servicios urbanos como son agua, drenaje, servicio eléctrico y telefónico, entre otros. Se considera el ingreso como un elemento fundamental del bienestar familiar, el cual permite obtener bienes y servicios necesarios para el confort de los hogares. Entre estos bienes esta la vivienda en las mejores condiciones que el ingreso lo permita, por una parte, y por la otra la dotación de los servicios urbanos. Un indicador general del bienestar de las viviendas está integrado por seis relaciones, que son las siguientes: personas por vivienda y relación porcentual de la vivienda propia, respecto al total; relación porcentual de las viviendas con agua potable respecto al total; la misma relación con respecto al drenaje; disponibilidad de electricidad en los hogares y disponibilidad de teléfonos por hogares (Garduño y González, 1997: 32).

Entre 1960 y 1995 el bienestar de los hogares mexicanos, medido como la suma de los índices mencionados, registró una tasa de crecimiento de 2.7% anual para el periodo de análisis. Cabe aclarar que la tasa de evolución no fue uniforme, ya que el mayor crecimiento se observó en el servicio telefónico, pues éste aumentó 7.4%. El índice de

bienestar de las viviendas muestra un crecimiento sostenido desde 1960, que contrasta con los otros indicadores examinados anteriormente (Garduño y González, 1997: 32).

CUADRO 13  
PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS VIVIENDAS EN MÉXICO

	1960	1970	1980	1990	1995
Ocupaciones por vivienda	5.4%	5.8%	5.5%	5.0%	4.7%
Vivienda propia	54.1%	66.0%	68.0%	77.9%	80.1%
Disponibilidad de agua en viviendas	32.3%	61.0%	70.7%	79.4%	85.4%
Con drenaje	28.9%	41.5%	51.0%	63.6%	74.6%
Situación de electricidad		58.9%	74.8%	87.5%	93.0%
Servicio telefónico	5.2%	9.9%	21.0%	33.3%	45.0%
Índice de bienestar de viviendas	30.1%	47.5%	57.1%	68.3%	75.6%

Fuente: Garduño y González (1997). Los Indicadores de Bienestar en México 1940-1945. Los Indicadores del Bienestar de México 1945-1995. Instituto de Investigación Económica y Social Lucas Alamán A.C. México.

La mejoría que presentan las viviendas entre 1960 y 1995 no muestra un retroceso como consecuencia de las grandes presiones inflacionarias y de las crisis que condujeron a importantes ajustes, tanto en el tipo de cambio como en los precios y servicios del sector público. El mayor bienestar es producto de una conjugación de ciertos factores como: mayor canalización del gasto público al gasto social de viviendas, al saneamiento del ambiente urbano a través de la inversión en redes de distribución de agua potable y al drenaje, entre otros. También están los cambios en los patrones de consumo de los hogares, que ahora destinan una parte de sus ingresos para la adquisición de vivienda, como una forma de ahorro, el cual, en el largo plazo, está más protegido contra la inflación que el ahorro financiero, expuesto a los avatares de los mercados internacionales y de las erráticas políticas de las tasas de interés que en la mayoría de las veces repercuten en forma más negativa sobre los pequeños ahorradores (Garduño y González, 1997: 34).

De los estudios que ha realizado el INEGI se puede afirmar que en México existe una **correlación** entre los índices del bienestar y el tamaño de la población que reside en cada sitio urbano. De esta manera se comprueba que entre mayor sea la población se encuentran mejores servicios urbanos y educativos.

### **c) Los cambios de hábitos de consumo**

Los cambios observados en los hábitos alimentarios de México (Casanueva, 1995: 26), así como las condiciones nutricionales de la población, obedecen a diversos factores como las crisis económicas, el cambio de modelo de desarrollo en nuestro país, la creciente participación de la mujer en el mercado laboral y el proceso de globalización que se está presentando en el mundo. Entre los que destacan por su impacto en el consumo alimentario tenemos el trabajo femenino y el nivel del ingreso familiar.

En México el consumo es de carácter heterogéneo y escaso. Esta condición de heterogeneidad se refiere al menos a dos factores: por un lado opera la diversidad de gustos individuales por la comida que la hace diversa, y por el otro, el nivel de ingreso actúa como elemento diferenciador y conforma diversos esquemas de alimentación familiar; otros componentes podrían derivar del entorno físico-geográfico pero éstos no tienen demasiada relevancia (Torres *et al.* 2001: 7).

El patrón alimentario de México al final del siglo XX está definido a partir de la homogeneidad de algunos productos básicos dominantes en la estructura del consumo. También es reflejo de una relativa heterogeneidad en las formas de elección grupal, individual y regional de alimentos, que rebasa los límites de la oferta establecida por el mercado hegemónico (Torres *et al.* 2001: 24).

La estructura del patrón alimentario y sus variaciones a lo largo del tiempo se expresan en dos vertientes: una de tipo social, heterogénea, como producto de la estratificación del ingreso, aún considerando un cuadro básico de alimentos, y la otra de carácter espacial, interregionalmente heterogénea, donde las regiones definen sus rasgos de

consumo alimentario según las características de su población y entorno, pero aceptan e incorporan modificaciones provenientes del exterior, producto de las tendencias hacia la homogeneización que impone la economía. La evolución de las formas de consumir, de apropiarse de los recursos y de aceptar perturbaciones externas en la dieta habitual configuran el patrón alimentario dominante y sus variaciones, que en el plano individual se ve supeditado a los ingresos y a la estructura de la oferta (Torres *et al.* 2001: 25).

El patrón alimentario de México presenta una de las mayores diversidades mundiales visto desde la cultura regional y la variedad de recursos comestibles; sin embargo, resulta monótono y nutricionalmente desequilibrado por la inequidad en la distribución del ingreso hacia los grupos más pobres. En consecuencia, tenemos un patrón de consumo que refleja grandes oscilaciones en las estrategias de gasto familiar y también formas diferentes de acceso de la población a la diversidad alimentaria producto de la modernidad. Una apreciación al margen de consideraciones de tipo económico señala que la alimentación, y como consecuencia el patrón alimentario, además de aportar nutrientes al organismo se encuentra modelado por la personalidad, la cultura y las circunstancias (Vargas y Casillas citado por Torres *et al.* 2001: 26).

Bajo el contexto actual, resulta imposible plantear hoy en día la existencia de “patrones alimentarios cerrados”, ya sea entre grupos de consumidores, regiones o países. De romper barreras territoriales, exportar productos que son parte de otros patrones alimentarios y de adaptarlos a las costumbres locales se encargan las empresas transnacionales. Por ejemplo, la empresa Kellog’s, que domina casi el 80% del mercado latinoamericano de cereales para el desayuno, transfiere a otros países el patrón de consumo de Estados Unidos; a partir de esto consolida su ventaja competitiva en el mercado e interviene, indirectamente, en la diferenciación local de grupos de consumidores (Torres *et al.* 2001: 31).

La importancia de la alimentación en los niveles de bienestar es que este factor impacta directamente en la salud, la cual es fruto de la conjunción de otros elementos como los programas de salud pública. El mejoramiento del ingreso en los hogares permite adquirir

alimentos de mejor calidad, medicinas, mejor educación y otros medios (Garduño y González, 1997: 17). Por otro lado, en los hogares, debido al trabajo de la madre, se consumen alimentos precocinados ó de fácil preparación como por ejemplo se prefiere una lechuga importada que es más fácil de preparar para su consumo debido a su presentación, libre de tierra y otros componentes o la que esta lista para consumirse, sin necesidad de desinfectarla y secarla.

### **3.3.2. El ingreso y los cambios en el gasto alimentario en los hogares de México**

La distribución del ingreso y su relación con el gasto ofrece información útil para determinar la proporción de dinero que diversos grupos sociales destinan a la adquisición de bienes y servicios, como alimento, vivienda o salud. El comportamiento del gasto en alimentación da cuenta de la capacidad familiar para acceder a la canasta básica; la composición, cantidad y calidad de la dieta e indirectamente de las compensaciones que resultan de los programas sociales y subvenciones al consumo de productos alimentarios (vía precios controlados y ayudas directas), así como de las estrategias que sigue la población en cuanto a frecuencia, cantidad, diversidad, formas de preparación y puntos de aprovisionamiento de los alimentos (Torres y Gasca, 1991: 11).

Las posibilidades del gasto en alimentos, derivadas de la capacidad real del ingreso, son un factor determinante en las preferencias alimentarias, individuales y familiares, que se ubican, en algunos casos, por encima de aspectos culturales y de los hábitos mismos, que en la actualidad se modifican de manera más rápida (Torres y Gasca, 1999: 11). Como podemos constatar en nuestros mercados la aparición de brócoli, espárragos, endibias dentro de las legumbres frescas y entre las frutas frescas cerezas, nuevas variedades de manzanas, zarzamoras y kiwis por mencionar algunos.

En la etapa de mayor crecimiento económico en el país, conocida como el “milagro mexicano”, se presentó una mayor diversificación del consumo alimentario, asociada a una estabilidad relativa del ingreso y los precios, que se tradujeron en un mejor nivel

adquisitivo. Sin embargo, esa situación presentó un deterioro desde el inicio de los ochenta, a pesar de una mayor variedad de la oferta y de la modernización de los procesos de distribución. Por otro lado, la crisis de las dos últimas décadas contrajo el gasto, provocando la restricción familiar en el consumo. Por tanto, si bien persiste la tendencia hacia una homogeneización espacial de la oferta y las nuevas estrategias de las empresas alimentarias en los mercados, las tendencias de la economía y las políticas concentradoras del ingreso llevan a la estructuración de un solo patrón de consumo con diferentes niveles de acceso, expresado en la capacidad de gasto y las maniobras familiares para sortear la crisis (Torres y Gasca, 1999: 11).

El destino del gasto en alimentos tiene una importancia estratégica, particularmente en un país donde hay una distribución desigual del ingreso –caracterizada por su elevada concentración–, que lleva además a diferenciar la capacidad de consumo. Esta última condición permite el surgimiento de grupos con posibilidades de cubrir más allá de sus requerimientos reales alimenticios; gentes que incluso cuentan con capacidad para modificar rápidamente sus hábitos, independientemente de su costo económico, a diferencia de otros que acusan un marcado subconsumo y para quienes la alimentación representa un dilema de sobrevivencia (Torres y Gasca, 1999: 12).

En momentos de estabilidad y de concentración del gasto, los grupos de ingreso adoptan diversas estrategias: desde ampliar y seleccionar, hasta restringir o eliminar productos de la canasta básica. De esa manera, aún dentro de las tendencias a la homogeneidad, se configuran diversos patrones de consumo diferenciados por el ingreso, en los que se observa que los estratos superiores tienen un mayor ingreso que no necesariamente implica mayor calidad de dieta, pero sí la posibilidad de elegir y diferenciarse socialmente. Por su parte, los estratos más pobres gastan más en alimentos en proporción a su ingreso y aún así la calidad y volumen de éstos son deficientes y repercuten de manera desfavorable en sus niveles nutricionales (Torres y Gasca, 1999: 13).

En síntesis, el gasto en alimentación en México muestra una profunda heterogeneidad en los patrones de consumo, que no sólo se asocian al mosaico cultural, sino a la

## desigualdad social y el proceso de globalización.

### a) El ingreso y su distribución en el gasto

Los resultados más recientes de la ENIGH, de 1984 a 1994, permiten construir una serie estadística comparativa sobre la evolución del consumo de alimentos por estratos de ingreso y del patrón de homogeneidad o diversidad en función de los desembolsos monetarios de las familias. También ayudan las tendencias en el cambio de los patrones de consumo alimentario a partir de variaciones en la composición del gasto destinado para ello y sus diferentes desagregaciones tanto en alimentos frescos como en los de tipo industrializado, además de cambios en los hábitos de alimentación, como son el consumo en casa y extrahogar, y la dinámica diferenciada entre dieta rural y urbana (Torres y Gasca, 1999: 13 y 14).

Según la estructura comparativa del gasto familiar a partir de los diferentes rubros observados, la alimentación representa el renglón de mayor importancia cuantitativa y estratégica de las familias. En 1994 el gasto en alimentos cubrió 33.6% del gasto, muy por encima del de transporte, que registró 14.9%, vivienda 8.9%, y salud 3.8%.

Pese a ser el rubro más significativo, en función del ejercicio del gasto de los hogares, la alimentación muestra proporcionalmente un descenso de participación histórica. Mientras que en 1984 representó 44.5% del gasto monetario total, en 1994 disminuyó poco más de 10 puntos porcentuales, al situarse en 33.6%. Dicha tendencia parecería explicarse, en un primer momento, por el incremento relativo del ingreso total en comparación con una proporción casi constante de alimentos consumidos por hogar, aunque esto tiene efectos socialmente diferenciados (Ver cuadro 14). También puede obedecer, de acuerdo con datos de encuestas más especializadas, a una disminución en los niveles de consumo que indican un nuevo perfil de deterioro de la alimentación de los mexicanos.

**CUADRO 14**  
**COMPOSICIÓN DEL GASTO MONETARIO EN ALIMENTOS Y BEBIDAS POR**  
**DÉCILES 1984-1994 (porcentajes).**

<b>DÉCILES</b>										
<b>Año</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>	<b>V</b>	<b>VI</b>	<b>VII</b>	<b>VIII</b>	<b>IX</b>	<b>X</b>
1984	2.29	3.99	5.73	7.84	8.86	9.77	11.34	13.79	16.47	19.91
1989	3.04	5.80	5.99	7.01	8.74	9.97	11.22	12.61	14.37	21.27
1992	2.94	4.96	6.43	7.90	8.83	9.89	10.75	12.75	15.07	20.48
1994	3.03	4.58	6.07	7.10	8.61	9.67	10.84	12.69	15.40	22.02

Fuente: Torres y Gasca (1999). La configuración del patrón de consumo. Op. cit. Pag. 17.

Las diferencias en los niveles de ingreso individual y por estratos sociales dan como resultado la conformación de diversos patrones alimentarios con diferente composición en términos de valor. Por lo tanto, el ejercicio del gasto familiar en relación con la estructura segmentada del ingreso nos lleva necesariamente a otra vertiente de interpretación (Torres y Gasca, 1999: 17).

A medida que se analiza la evolución que tuvieron los diferentes estratos para ejercer su gasto en alimentación se detectaron las asimetrías del consumo de alimentos (Ver cuadro 14). En 1984 la población de mayores ingresos (10%) gastó 8.7 más veces en alimentos que la población de menores ingresos (10%) y, en promedio, siete veces más en cada uno de los siguientes años de levantamiento de las encuestas. De 1984 a 1994 solamente el grupo de mayores ingresos mantuvo un aumento constante en la proporción del gasto destinado para alimentos. Los dos primeros estratos aumentaron ligeramente hasta 1989, disminuyeron en 1992 y no registraron cambios significativos en 1994.

Durante todo el periodo los deciles III al V mantuvieron un comportamiento estable, sin variaciones significativas, mientras que en los estratos del VI al IX disminuyeron ligeramente su proporción.

La estructura polarizada del gasto en alimentos fue más significativa en productos específicos de mayor precio o alto valor agregado, dadas las dificultades de acceso para



los sectores de menos ingresos; tal es el caso de la fruta, carne, pescados y mariscos, y leche y sus derivados, principalmente (Torres y Gasca, 1999: 17).

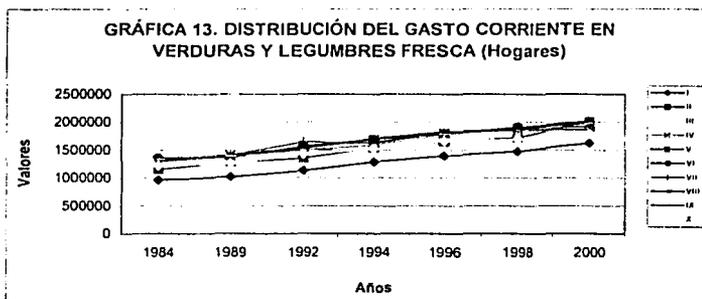
Los grupos que se pueden catalogar como de ingresos "medios" y "medios altos" (deciles IV a VIII) enfrentaron relativamente de mejor manera esta situación porque mantienen casi constante la proporción de su gasto. De aquí se desprende la hipótesis de que los estratos que disminuyen su proporción del gasto tienden a desplazar o sustituir algunos productos de la dieta, sin que ello de manera necesaria signifique subconsumo; sólo eliminan temporal o permanentemente productos de mayor valor o calidad.

Debido a que los tres estratos de ingresos más altos se presentan en cualquier periodo de levantamiento de las ENIGH como los más dinámicos en términos de monto de gasto alimentario, también se podría deducir la prevalencia de un manejo irracional del gasto, de un alto desperdicio de alimentos y de una dieta mal balanceada. Esta situación se presenta tanto en alimentos consumidos dentro del hogar como fuera del mismo (Torres y Gasca, 1999: 18 y 19).

#### **b) El consumo de frutas y hortalizas en México**

Para los fines de este estudio se hace un análisis más detallado de cómo se ha venido desarrollando el consumo de productos hortofrutícolas en los últimos años. Para este fin vamos a determinar el porcentaje de hogares que consumen estos productos y el porcentaje del gasto que dedican a la compra de estos productos. En la ENIGH dentro de las verduras y legumbres frescas se consideran las de uso más frecuente como tomate rojo y verde, chile serrano, jalapeño, poblano, de árbol y habanero, cebolla, ajo, aguacate, repollo o col, lechuga, ejote, chayote, calabacitas y cilantro. Cabe mencionar que dentro de la clasificación en el comercio internacional, el aguacate es considerado como un fruto y no verdura o legumbre como en esta encuesta. Dentro de las frutas tenemos la naranja, el limón, lima, toronja y mandarina, plátano tabasco, otros plátanos, guayaba y papaya.

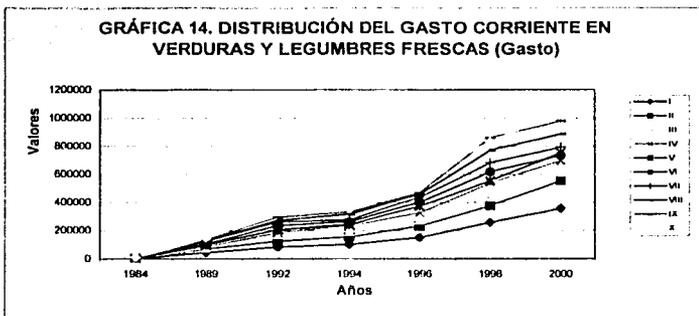
En las ENIGH de 1984 y 1989 aparecen los rubros otras verduras y legumbres frescas y otras frutas, en los cuales no aparece ninguna referencia al tipo de productos que están contenidos en esa clasificación. En las encuestas subsecuentes de los años 1992, 1994 y 1996 ya se enumeran dentro de verduras y legumbres frescas productos como nopales, chícharos, espinacas, entre otros, donde entendiéndose que se incluye productos que conforman los nuevos hábitos alimenticios de la población urbana de nuestro país. En lo que se refiere al rubro de otras frutas frescas encontramos manzana, pera, mango, mamey, entre otras. Este hecho es importante ya que como observamos en el capítulo 2, (Ver anexo) dentro de las frutas que más se importan están las manzanas, peras y uvas.



Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares. Varios años.

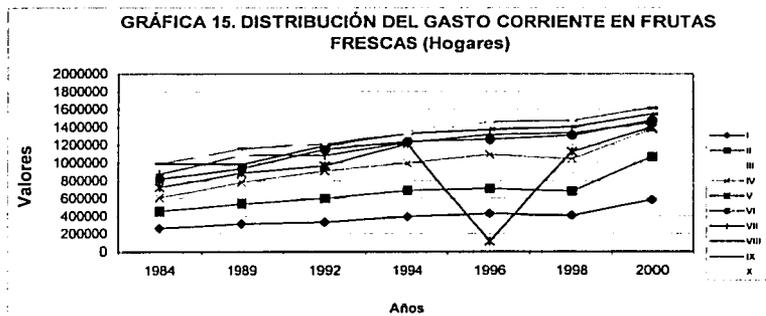
La gráfica 13 muestra que para el periodo de análisis, los diez deciles de niveles de ingreso mostraron que en todos los hogares hubo una tendencia a gastar más en verduras y legumbres frescas.

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN



Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares. Varios años.

La gráfica 14 muestra, para el inicio del periodo, como si todos los deciles tuvieran el mismo nivel de gasto, pero lo que sucede es que las diferencias en los niveles de gasto son mínimas en comparación con el resto del periodo. Por otro lado, es necesario recordar que muestra el gasto nominal y no el real. Lo que se destaca en esta gráfica es que los incrementos más representativos en el gasto para legumbres y verduras frescas es en los deciles más altos.

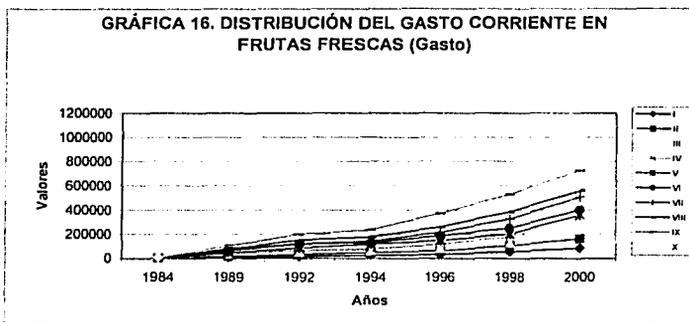


Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares. Varios años.

La gráfica 15 muestra el consumo de frutas frescas para el periodo analizado, encontrándose que los diez deciles de ingreso muestran una tendencia constante a la alza

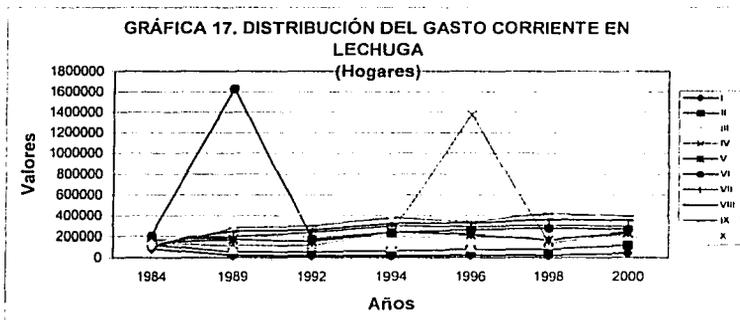
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

en el consumo de frutas frescas, con excepción del decil V, que para los años 1995 y 1996 muestra una gran baja, recuperándose a partir de 1997.



Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares. Varios años.

En la gráfica 16, se presenta el mismo fenómeno de las pequeñas diferencias de gasto al inicio del periodo en comparación con el resto. Esta gráfica muestra que los deciles más altos incrementan fuertemente su gasto sobre todo el de más grandes ingresos; en cambio el de bajos ingresos incrementa levemente el consumo de frutas frescas.

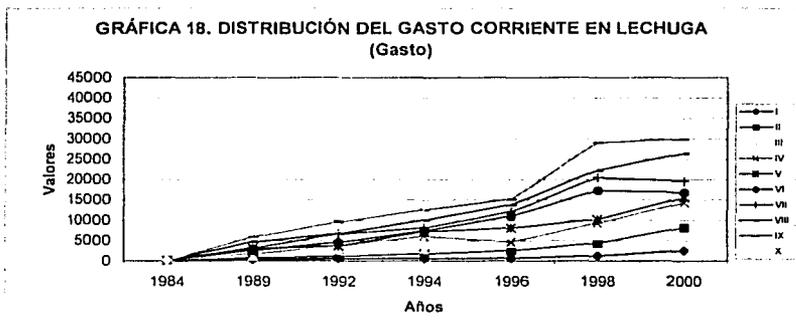


Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares. Varios años.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

El consumo de lechugas presenta un comportamiento variable en los diez deciles de ingreso. Para el primer decil presenta un comportamiento constante a la baja, recuperándose a partir de 1998 al 2000, pero sin alcanzar el mismo nivel de 1984. El segundo y tercer decil presenta un comportamiento variable y sin grandes cambios, mostrando un ligero incremento para el final del periodo.

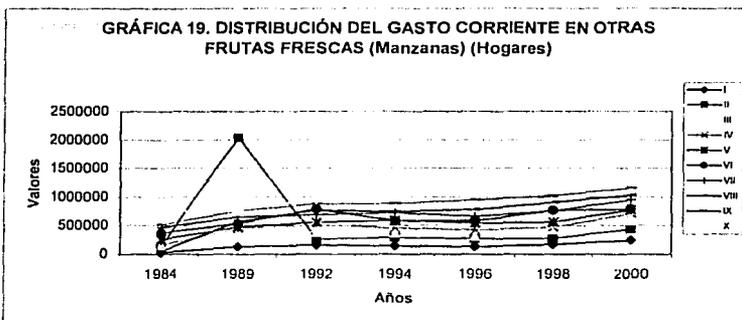
El cuarto decil presenta un comportamiento variable, mostrando un gran incremento a partir de 1994 hasta 1996 donde desciende fuertemente hasta 1998 y a partir de entonces presenta un leve incremento hacia final del periodo analizado. En cambio el octavo, noveno y décimo decil presentan un comportamiento variable pero con tendencia a la alza.



Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares. Varios años.

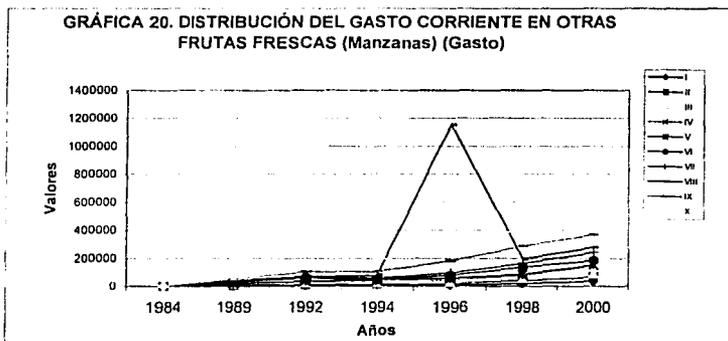
La gráfica 18 presenta el mismo fenómeno de las gráficas 14 y 16. Ésta gráfica muestra que todos los deciles tienden a gastar más en lechugas. El primer decil casi mantiene el mismo nivel de gasto en cambio el último decil incrementa su gasto sustancialmente, exceptuando para 1994 que tiene un ligero descenso.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares. Varios años.

El consumo de manzana y otras frutas frescas, presenta para todos los deciles un comportamiento constante a la alza. El segundo decil es el único que presenta un gran incremento que inicia en 1984 y declina a partir de 1989; y desde 1992 presenta un comportamiento similar a los otros deciles.



Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares. Varios años.

La gráfica 20 muestra que todos deciles incrementaron su gasto en manzanas y otras frutas frescas. En los primeros deciles el gasto casi permanece constante incrementándose fuertemente en los últimos deciles. El octavo decil presenta un

comportamiento atípico, un gran crecimiento en 1996 para continuar con un comportamiento similar al de los otros deciles.

Dentro de las principales tendencias analizadas en las ENIGHS, el porcentaje de los hogares que consumen verduras y legumbres frescas existe un incremento ligero pero constante los demás valores presentan el comportamiento constante; en lo que se refiere al gasto los cambios son tan poco representativos que podemos decir que se mantiene un comportamiento ascendente constante para los seis. Con respecto a las frutas frescas podemos decir que en el porcentaje de hogares que consumen estos productos los porcentajes iniciales y finales tienen muy pocas variaciones mostrando un decremento que va de un 3.58% en 1984 a 1.92% en 2000 y un incremento para el valor final siendo estos de 14.47% en 1984 y de 25.06% en 2000.

Lo que se puede concluir de estos datos es que los estratos de mejores niveles de ingreso son los que tienden a consumir legumbres y frutas frescas, desde luego que esto está asociado a que cuentan con aparatos electrodomésticos como refrigeradores modernos, extractores de jugos y frutas entre los más importantes que facilitan su consumo y pueden pagar su costo sobre todo en lo que se refiere a frutas frescas, que regularmente no están al alcance de la población con bajos ingresos.

En síntesis, se puede decir que en México la distribución de la población y del ingreso ha sido desigual, a pesar de que se han aplicado políticas gubernamentales para disminuirlo. A pesar de las crisis económicas recurrentes podemos ver que ha habido una mejoría en la prestación de servicios, que podríamos considerar urbanos, para la población. A pesar de que la distribución del ingreso continúa inequitativa y no solamente eso, sino que los hogares con mayores ingresos los han incrementado en la última década. Por otro lado, ese grupo de población al tener acceso a mejores ingresos y con la apertura comercial de nuestro país han modificado sus hábitos de consumo.



## CAPÍTULO 4. LA IMPORTANCIA DE LA CIUDAD DE MÉXICO EN LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EL PAÍS

### 4.1. El desarrollo urbano de la Ciudad de México

La ciudad de México ha sido un centro político y comercial importante desde la época prehispánica hasta nuestros días. Es una de las ciudades más grandes del mundo, tanto desde el punto de vista territorial como demográfico. Por otro lado, es considerada entre las ciudades globales del tercer mundo. Todas estas situaciones han permitido que actualmente sea un centro de comercio donde convergen productos de todo el mundo.

En este contexto el objetivo de este capítulo es mostrar como se introdujeron a la Ciudad de México productos hortofrutícolas que han modificado la distribución y el consumo de estos productos en la ciudad, para conocer el impacto de la globalización.

La Constitución de 1824 creó el Distrito Federal como sede de los poderes de la Unión. Después de varios cambios en su situación jurídica, sus actuales límites y superficie fueron establecidos en 1898, cuando fue dividida en la municipalidad de México y la Ciudad de México propiamente dicha, más seis prefecturas con dos o más municipalidades. En 1903 hubo una nueva reorganización y la entidad fue subdividida en 13 municipalidades. La Constitución de 1917 confirmó los límites del Distrito Federal establecidos en 1898, así como el municipio libre decretado en 1914 por V. Carranza.

La metamorfosis macroeconómica de la Ciudad de México por la pérdida relativa de su importancia industrial, el impacto de la crisis de los ochenta y el crac de 1995, así como su dinámica en servicios, se refleja nítidamente en algunas variables intermedias que determinan el bienestar de la población, tales como el nivel y la distribución del ingreso. Los hogares de la Ciudad de México dispusieron de un ingreso 39.4% superior al nacional en 1989, diferencia que se elevó a 44.1 en 1992 y 64.6% en 1994, para reducirse a 33.4% en 1996, como reflejo de la crisis devaluatoria del año anterior. Su

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

impacto fue demoledor para la economía familiar de los capitalinos, pues el ingreso promedio mensual se desplomó de alrededor de 4,300 pesos en 1994 a 2,500 en 1996, a precios constantes de 1993. Este dramático desajuste en la economía familiar se tradujo en un paradójico cambio en la distribución del ingreso (Garza, 2000: 9-10).

Las grandes desigualdades en los ingresos en las diferentes posiciones ocupacionales se cristalizan en agudos contrastes socioeconómicos en el espacio metropolitano. Según la desagregación espacial del AMCM en 3,195 áreas geoestadísticas Básicas (AGEB), 17.1% de la población se concentra en los estratos socioeconómico altos y medios-altos, 39.1% en los medios y 43.8% en los bajos. En términos generales, una quinta parte de la metrópoli presenta características equivalentes a las ciudades del primer mundo, dos quintas partes se asemejan a las zonas pobres de estas últimas urbe y 40% restantes se encuentran "calcutizados", esto es, presenta la pobreza generalizada observable en ciudades del tercer mundo como Calcuta, India (Garza, 2000: 12).

El aumento de la pobreza en la capital del país ha sido producto de la crisis económica de los ochenta y la de 1995, además de que el modelo neoliberal implantado acentúa significativamente las desigualdades socioeconómicas. El cambio estructural apuesta, asumiendo el costo anterior, a que las empresas mexicanas logren ser competitivas en el mercado internacional (Garza, 2000: 12).

Para 1990, el 26.8% de la población de la ciudad residían en viviendas adecuadas. Los niveles educativos son los más altos del país. Cuenta con servicios de salud públicos y privados, aunque los primeros no den un servicio adecuado y estén saturados. Además muchos derechohabientes utilizan servicios privados (Garza, 2000: 15).

El desarrollo que ha tenido la Ciudad de México para su análisis se divide en los siguientes subperíodos: 1960-1980, de auge; 1980-1988, de crisis, y 1988-1998, de recuperación moderada. Las actividades terciarias analizadas corresponden a las que aparecen en los censos comerciales y de servicios, los cuales no incluyen servicios financieros, gobierno y transporte. La información censal se ajustó con los datos de las

cuentas nacionales. La estructura terciaria se desagrega en dos subgrupos de comercio (mayoreo y menudeo) y tres de servicios (al productor, al consumidor y sociales) (Garza, 2000: 178-179).

El sector terciario en México aumentó ligeramente su participación de 65% en 1960 a 65.4% en 1998, mientras el secundario lo hizo de 22.4% a 28.8%, por lo que el primero era 2.3 veces superior respecto al segundo según generación de valor en 1998. Por grandes divisiones, los servicios representaban 26.1% del PIB total nacional en 1998, las manufacturas tenían 21.4% y el comercio 15.5%. Como las actividades terciarias son las más importantes en el país, su estudio para la Ciudad de México adquiere una doble importancia al permitir profundizar en sus características sectoriales y en las de su distribución territorial (Garza, 2000: 179).

El primer factor estructural que caracteriza la globalización se enmarca dentro de la "revolución terciaria o de los servicios", que sustituye a la vieja revolución industrial y conduce hacia la hegemonía de los servicios, entre los que destaca el poderoso sector financiero. La globalización avanza, en segundo lugar, por la acelerada expansión de los mercados financieros a todo el planeta, siendo que los recursos de los bancos internacionales como porcentaje del producto interno bruto (PIB) mundial se eleva de 6.0% en 1970 a 31.9% en 1989 (Lombardo Sonia, 1997: 59).

En tercer lugar, la aparición de avances tecnológicos revolucionarios en el campo de la microelectrónica, biotecnología, telecomunicaciones, robótica, invención de nuevos materiales, y otros, conduce a la flexibilización del proceso productivo, lo que permite gran libertad de localización de las empresas, así como fragmentar territorialmente las etapas del proceso productivo (para mayores detalles véase Lo y Yenung, 1998:2-5).

La Ciudad de México, a principios del siglo XX era una localidad de 344 mil habitantes, esto es, de tamaño medio, ya que en 1950 alcanza una población de 2.9 millones de habitantes e inicia un acelerado proceso de expansión metropolitana que la transforma en una megaciudad de 13 millones de habitantes en 1980. Esta asombrosa metamorfosis

fue resultado del acelerado crecimiento económico experimentado por el país entre 1940 y 1980, pues la capital fungió como el núcleo principal donde se concentró la creciente producción industrial y las más dinámicas actividades terciarias, atrayendo masivos flujos migratorios que impulsaron su explosivo crecimiento. De haber sido a fines del siglo XIX la localidad número 42 entre las 49 ciudades más grandes del mundo en esa época, cien años después, en 1996, se constituye en la ciudad más poblada del planeta, sólo después de Tokio (Garza, 2000: 320).

La conceptualización de las ciudades globales o mundiales aclara muy bien que estas no dependen únicamente del tamaño de la población, sino de su influencia dentro de la economía mundial, por lo que Lagos, con 20.7 millones de habitantes en 2010, no alcanzará la importancia financiera de Zurich, que apenas tendrá un millón de personas. Es, por tanto, un "honor" muy engañoso ser una megaciudad, pues lo realmente esencial para los países del tercer mundo es elevar sus niveles de ingreso para enfrentar de manera adecuada los grandes retos y desafíos que implica resolver la megaproblemática económica, social y urbanística que caracteriza a sus metrópolis (Garza, 2000: 320).

La década neoliberal significó para la Ciudad de México una etapa de crecimiento relativo similar al del país en su conjunto. Cabe destacar que el sector secundario mostró un dinamismo francamente por abajo del nacional, por lo que se ratificó su alejamiento como punto central en el crecimiento industrial del país (Sobrino, 2000: 166-167).

El crac de 1995 no se logró superar todavía en 1996, ya que el PIB terciario nacional decreció a -0.9% anual, mientras que el de la Ciudad de México lo hizo a -1.2%, reduciendo su participación de 40.1% del total nacional en 1993 a 39.8 en 1996. No obstante, la urbe elevó su participación en los servicios al productor a 58.1% en 1996, mientras que el comercio al mayoreo alcanzó 44.2%. Los servicios profesionales son los tecnológicamente más avanzados y los que presentan mayor dinamismo en el marco del ajuste neoliberal y de la inserción de México en el proceso de globalización económica. Al parecer, éstos tienden a concentrarse en las grandes metrópolis, teniendo a la Ciudad de México como el lugar más lógico para su ubicación en el país. Así la capital

mexicana se consolidó como el lugar central de primer orden que satisface la demanda de este tipo de servicios para todo el mercado nacional (Garza, 2000: 182).

Entre 1996 y 1998 se restableció el crecimiento económico y el sector terciario nacional elevó su PIB a una tasa de 5.1% anual, pasando de 501 505.9 millones de pesos en 1996 a 553 598.0 en ese periodo, lo que implicó una tasa de 6.7% anual, por lo que su participación en el total nacional aumentó de 39.8% en 1996 a 41.1% en 1998, según la estimación realizada. Cabe agregar que los servicios al productor y el comercio al mayoreo continúan elevando su participación, llegando a 64.8% y 45.9% del total nacional correspondiente, consolidando la función de la ciudad como el centro nacional de los servicios al sector productivo (Garza, 2000: 182-183).

Cuando México se integró plenamente con la economía norteamericana mediante el TLCAN, y a través del mismo en la economía global, el Distrito Federal reforzó sus funciones de gestión y coordinación internacional, transformando profundamente su estructura espacial en el cumplimiento de dichas funciones (Gamboa De Buen; 1994 citado por Borja y Castells, 1997: 38). Así, 8 de los 15 bancos que operaban en México y 16 de las 22 firmas de *brokers* se localizaban en el distrito financiero constituido en torno al Paseo de la Reforma, al oeste del Zócalo (el centro histórico). Nuevas promociones inmobiliarias hacia el oeste, como el complejo de Santa Fe, proporcionaron un espacio exclusivo de 650 hectáreas de sedes sociales de empresas como Hewlett Packard, Grupo Cifra, Televisa, así como a docenas de tiendas de lujo, hoteles y residencias de alto nivel. En el conjunto del D.F., se construyeron varios nuevos hoteles internacionales, así como cientos de miles de metros cuadrados de oficinas de alto nivel y un nuevo edificio para la Bolsa (Araneta, 1995; citado por Borja y Castells, 1997: 38). La modernización de las telecomunicaciones mexicanas, sobre todo las internacionales con base en satélite, y la difusión de sistemas informáticos, aumentó la capacidad de gestión instantánea de la nueva economía mexicana en los circuitos mundiales (Skezely, 1993 citado por Borja y Castells, 1997: 38). Irónicamente, fue precisamente esa profunda integración tecnológica y financiera la que motivó la bancarrota del país en 1994, cuando las informaciones sobre el estado real de su economía, y sobre la

profundidad de la crisis del gobierno, circularon en los mercados financieros internacionales (Jáuregui, 1997: 38).

México, a partir de su apertura comercial ha asignado diferentes acuerdos y tratados comerciales, con países o grupos de países de diferentes latitudes por lo que ha tomado una gran importancia en el mercado mundial. Por ejemplo el hecho de que los productos mexicanos puedan entrar tanto al mercado norteamericano como al europeo hace atractivo que los productos de esos países tengan dentro de certificado de origen, que en porcentaje de al menos 15% sea de México con lo cual tendrán acceso a esos grandes mercados.

Estos hechos han permitido a esta ciudad confluyan productos de diferentes latitudes tanto industriales como agropecuarios. A continuación se analiza cómo se ha desarrollado el abasto alimentario en la Ciudad de México y como ha diversificado sus fuentes de productos hortifrutícolas.

#### **4.2. Evolución del abasto en la Ciudad de México**

La importancia actual de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM) en el abasto agroalimentario deviene, como todas las ciudades mesoamericanas; de una tradición histórica a partir de la cual configuraron sus zonas de abastecimiento. Sin embargo, el radio de influencia en el abasto de la Gran Tenochtitlán estuvo fuertemente supeditado al avance del transporte en la época, básico en cualquier esquema de abastecimiento de alimentos. (Torres, 2000: 53).

Aunque los mexicas extendieron sus propias zonas productivas constituyendo chinampas en el lago de Xochimilco, ésto no alcanzaba para cubrir más del 5% de lo que consumía la ciudad. De cualquier manera, Tenochtitlán recogía los productos provenientes de Morelos que llegaban a la región de Chalco, el área de Azcapotzalco-Tlacopan recibía el

comercio del Valle de Toluca y Texcoco de Puebla, en el centro del flujo comercial se encontraba la gran ciudad consumidora. (Torres, 2000: 54).

Tras la conquista española las relaciones de abasto entre la capital y sus zonas de influencia fueron modificadas. La estructura de abasto prehispánica se transformó porque con la conquista española, la Ciudad de México ya no dominó en forma independiente el sistema de mercado, sino que el nuevo desarrollo de las zonas productivas y la apertura de caminos giró de estas zonas a los grandes centros mineros y puertos marítimos, reflejando el interés colonial en la producción para exportaciones, por encima de la producción para el consumo local. La Ciudad de México logró garantizar su abastecimiento alimentario durante el virreinato con un esquema combinado de regulación de flujo de la producción agrícola de sus regiones circundantes, con una menor proporción de población en el Valle de México, aumentó en la productividad *per cápita*, y con la introducción de la ganadería y los sistemas españoles de transporte. Esto último le permitió abastecerse de regiones que estaban mucho más allá de su límite inmediato de influencia. Por ejemplo, si bien el abasto no tributario de maíz a Tenochtitlán procedía del Valle de México, a fines del siglo XVI ya se había extendido a los valles de Toluca, Atlixco y Puebla (Torres, 2000: 55, 56).

Al triunfo de la guerra de independencia las haciendas se convierten en la unidad económica fundamental y fuente de aprovisionamiento para la Ciudad de México. De hecho son las haciendas quienes controlan el abasto, pero lo hicieron respetando la jerarquía que ya para entonces tenía la capital, en tanto el mercado cautivo de alimentos que había crecido considerablemente. Al término de la revolución, dichas unidades controlaron todavía por buen tiempo los alimentos, hasta que el Estado emanado del movimiento armado interviene en la regulación de productos por la vía del control de precios. (Torres, 2000: 57). A continuación se analiza lo que se considera el abasto moderno en la Ciudad de México.

#### **4.2.1. El abasto en la ciudad de México**

En tres ocasiones, se ha planteado la modernización del comercio de alimentos en la Ciudad de México en los últimos 100 años, cosa que a la luz de los resultados obtenidos no parece haberse logrado plenamente. La primera sucede en 1880 cuando el gobierno de Porfirio Díaz construyó el mercado de La Merced que venía a suplir la desorganizada concentración de puestos fijos y semifijos ocasionada por el incendio del mercado de "El Volador". La segunda se dio en 1957 cuando el regente de la ciudad, Ernesto P. Uruchurtu, impulsó un amplio programa de modernización y rehabilitación de mercados públicos, entre los cuales estuvo la construcción de seis mercados que componían el complejo del Nuevo Mercado de La Merced, y que dejó intacto el comercio mayorista asentado en la zona. La tercera (y última hasta la fecha) ocurrió en 1982, cuando el regente de la ciudad, Carlos Hank González, decidió la creación de una "nueva y moderna" Central de Abasto (llamada también Carlos Hank González) a menos de siete kilómetros en línea recta de la vieja zona de La Merced, que intentó sacar al comercio mayorista, pero que dejó intactos a los detallistas de toda la zona. (García, 1994: 8, 9). Pero se abordan más ampliamente estas tres etapas a continuación.

##### **Primera etapa: El antiguo mercado de La Merced**

Entre 1880 y 1910, durante al etapa del Porfiriato, empezó a generarse de manera palpable lo que sería, al paso de los años, un profundo desbalance entre las necesidades alimentarias de la población de la ciudad, por un lado, y la capacidad de abasto de las regiones agrícolas circundantes, por el otro. Este fenómeno se ligaba a la vez con un crecimiento espectacular de la población capitalina, impulsado tanto por el auge económico urbano como por los efectos brutales de la modernización capitalista que tenían lugar en las zonas de latifundios comerciales en expansión (García, 1994: 11).

La estabilidad política del porfiriato facilitó un aumento notable en la inversión extranjera y doméstica, el establecimiento de los rudimentos de un sistema bancario moderno, la construcción de una extensa red ferroviaria y, en suma, la incipiente

industrialización de la ciudad y de algunas zonas rurales. Como corolario, el número de habitantes de la capital se elevó de 225,000 en 1870 a 471,000 para 1910 y los límites físicos de la ciudad se expandieron, por primera vez, más allá de donde se habían fijado desde la Colonia (García, 1994: 11).

La Merced fue una ciudad aparte dentro de la misma ciudad. Desde sus orígenes más remotos en que se habla de la confluencia de canales fluviales que permitían el libre flujo del comercio indígena y el intercambio de productos, al igual que durante todas las épocas de su historia, esta zona creó sus propias reglas de supervivencia, de cohesión, de reproducción comercial y de aniquilamiento para aquellos que no cumplían con las costumbres y tradiciones aceptadas por la mayoría. Era un submundo en donde fue conformándose un sistema comercial *sui generis* que persiste hasta nuestros días. (García, 1994: 13).

La Merced capturó una gran parte de la migración a la Ciudad de México entre los años de 1920 y 1950, conformando un gran abanico de rasgos antropológicos que enriquecieron al barrio no sólo con las muchas formas de empleo que se “inventaron”, sino con una gama muy variada de tradiciones y costumbres que llegaron de toda la República para avecindarse en La Merced. Entender en este contexto la migración campo-ciudad, o bien, “ciudad pequeña del interior-gran ciudad”, nos permite apuntar la hipótesis de que La Merced es un *barrio adoptivo*. La población del barrio estaba finalmente compuesta por muchos inmigrantes. Sin embargo, La Merced tenía una gran cualidad como barrio: mantenía unidos a muchos miles de personas a través del trabajo, el comercio y los ritos religiosos que eran los denominadores comunes que unificaban a las diferentes clases y estratos sociales, sin importar su procedencia. (García, 1994: 46, 47).

Entre 1880 y 1910 se construyeron aproximadamente 20 mil kilómetros de vías de ferrocarril. Las compañías ferroviarias discriminaban, tanto por su estructura de tarifas como por el espacio asignado, el transporte de los bienes de bajo costo para consumo

doméstico, dando prioridad a los productos de exportación e importación (García, 1994: 74).

A principios de siglo una parte importante de los productos perecederos que se vendían diariamente en los distintos mercados de la ciudad, podían ser embarcados desde zonas aledañas a la ciudad (Chalco, Milpa Alta, Xochimilco, y otros) en cientos de pequeñas lanchas de madera (trajineras), y eran recogidos al borde del canal en el centro de la ciudad por "marchantes" o incluso consumidores directos. Era frecuente que los productores mismos entregaran sus productos a consumidores directos o bien a locatarios de mercados urbanos, de cuyas manos pasaban los alimentos al consumidor en un solo intercambio adicional. Sin embargo, una vez que hubo que pagar el "flete" entre el productor y la ciudad –además de que el transporte empezó a implicar la necesidad de desembolsar el dinero necesario para la compra de un camión o una carreta– la cadena de intermediación se hizo necesariamente más larga y costosa (García, 1994: 74).

A mediados de los años veinte, sólo uno de los antiguos canales alcanzaba las cercanías de La Merced, a poco más de un kilómetro de ésta, llamado el *Canal de la Viga*, procedente de Xochimilco y que desembocaba hasta la hoy nombrada calzada Chabacano, en donde a través del comercio que generó con los productos de Xochimilco (principalmente legumbres), llegaría con el tiempo a formar un importante mercado mayorista, conocido como "Jamaica", especializado principalmente en productos como elotes, lechugas, coles, chícharos, nopales, flores de todas las variedades y el "manejo" (cilantro, perejil, flor de calabaza, etc.) (García, 1994: 74).

En 1925, había solamente 241 kilómetros de caminos pavimentados y 245 de terracería en toda la República, pero treinta años después las cifras eran de 19,000 y 7,000, respectivamente. En 1928, uno de los tres principales dueños de carretas y guayines tiradas por mulas que había en La Merced se asoció con otro comerciante, y entre los dos, introdujeron al mercado los primeros camiones de gasolina, conocidos en la época como "los forcitos con palanca de chispa y arrancados de cuerda", lo cual representó un

cambio significativo para cargar entre tres y cinco toneladas, o sea, casi el doble de lo que se podía cargar en promedio con una "guayin de mulitas" (García, 1994: 75).

Durante 1928, el gobierno de la ciudad prohibió el tránsito por calles del centro de la ciudad de todos los animales de tiro, bajo el pretexto de que sus herraduras podían dañar la superficie de las calzadas y avenidas recién asfaltadas; sin embargo, dentro de la zona de La Merced, las calles continuaron siendo empedradas hasta así el final del decenio de los cincuenta. El país se había integrado en un solo mercado, aunque persistían diferencias regionales palpables y en la parte medular de este mercado, que era el centro también en la nueva red de carreteras y de la antigua red de ferrocarriles, estaba el Distrito Federal. (García, 1994:74, 75).

El tranvía de mulitas desapareció hasta 1932 y conforme fue aumentando el uso de los automóviles, se hizo cada vez más necesario establecer diferentes mecanismos para controlarlos. En 1938 aparecieron los primeros agentes de tránsito con motocicleta y en 1946 se instalaron los primeros semáforos eléctricos ya que, antes de éstos, se encontraban en los cruceros de mayor aforo vehicular agentes de tránsito (García, 1994: 74).

Para 1939 la ciudad de México contaba ya con 32,000 vehículos. Casi la totalidad de las vías de ferrocarril habían sido construidas durante el Porfiriato, y habían servido para unir económica y políticamente a la ciudad de México con otras grandes ciudades de provincia, así como para apoyar al mercado de exportación de materias primas. Pero es a partir de los años treinta cuando nace una red de carreteras que particularmente asegura conexiones directas con ciudades cercanas a la capital, reafirmando su influencia sobre vastas zonas de producción agrícola. Había, a principios de los años treinta, otras estaciones de ferrocarril que también llegaron a tener importancia y fueron la de Tacubaya y la de Mixcoac, en donde llegaban productos provenientes del estado de Guerrero: mangos, mameyes y tamarindos principalmente, que aunque eran "de estación" (de temporada), si llegaban en buenas cantidades (García, 1994: 75).

## Segunda etapa: El nuevo mercado de La Merced

La Merced se mudó y desapareció así el viejo mercado porfiriano. Muchas calles se abrieron nuevamente a la vialidad, se reacomodó a miles de comerciantes de vía pública, se dejó la parte poniente de la zona (donde antes estaba el viejo mercado) para las bodegas y comercios mayoristas. Y todo esto, que en su momento fue muy aplaudido y vitoreado, no fue definitivo, ya que para fines de los años sesenta, la situación era igual o peor de caótica. El crecimiento urbano había rebasado nuevamente el proyecto original, lo que obligó en 1980 a iniciar la construcción de una nueva Central de Abasto que “de aquí en adelante” resolvería los añejos problemas del Centro Histórico de México (García, 1994: 13).

El cierre del viejo mercado fue necesario, pero quizá lo más importante del cambio de 1957 fue que muchas calles fueron pavimentadas al retirar los viejos empedrados (excusa con la que se movió por la fuerza a los comerciantes) y que obligó a que muchos de los viejos (y jóvenes) “mecapaleros” y “tamemes” (cargadores indios) fueran sustituidos paulatinamente por los cargadores de diablito, conocidos como “diableros” o “carretilleros”. En ese instante se iniciaba el fin de una tradición comercial de más de 500 años, a causa, curiosamente, de la aparición de la rueda y el pavimento en una zona típica de México de 1957 (García, 1994: 13).

Vale la pena destacar que con el paso del tiempo se ha dado una mutación lenta pero sostenida en el comercio mayorista, tanto en el de frutas y legumbres como en el de abarrotes y víveres. Esto se puede constatar al observar que muchos tipos y clases de productos se han mejorado, o bien que han aparecido “nuevas especies”, mientras que otros han “desaparecido” del mercado de mayoreo, para ser de consumo local o regional. Un buen ejemplo de esto se da en algunas de las muchas variedades de plátano como el manzano, el castilla o el guineo que aunque se siguen cultivando ya casi no llegan al mercado mayorista. O bien, en otro ramo, si se comparan los productos que vendía un almacenista-abarrotero de principios de siglo y se analiza cómo va cambiando su negocio conforme avanza la industrialización de los productos (García, 1994: 102, 103).

Pero sin duda la función primordial y original que definió a La Merced como el mercado nacional mayorista de alimentos más importante de México, fue su función de Lonja Mercantil, o sea, de centro de contratación y comercio en donde se daba la formación de precios, “que hace precios” (para mencionarlo en el lenguaje comercial), y que era capaz por sí misma de reexpedir la oferta que llegaba de productos a otras plazas. (García, 1994: 103).

La Merced concentraba la oferta y la demanda en un solo lugar para tener al menos asegurado el precio del mercado. Esto llegó a tal grado que algunas cifras oficiales señalan que en La Merced se llegó a manejar hasta el 40% de la oferta nacional de productos, dato por cierto totalmente irrefutable por ser improbable. Lo cierto es que al llegar muchos productos a La Merced, su presencia y su demanda movían los precios a la alza o a la baja tal como reza uno de los populares refranes comerciales: “no hay producto más caro que el que no existe”, “a menos que le haya sumado la fecha de facturación”, agregaría un segundo dicho también muy generalizado (García, 1994: 103).

Un verdadero mercado mayorista forma e induce la competencia porque en él converge la información sobre la oferta y la demanda; pero lo más importante es que en él, con los comerciantes mayoristas, existe una capacidad de compra-venta que rebasa las fronteras de los mercados locales o meramente regionales. Esa es la gran diferencia de un mercado mayorista, como lo fue La Merced y lo es hoy la Central de Abasto de la Ciudad de México, de los que en realidad son mercados de redistribución, aunque se autonombren “Centrales de Abasto”, más por llamar la atención que porque en realidad cumplan con la función básica de un mercado de mayoreo (García, 1994: 103, 104).

De esta función surge uno de los grandes mitos de La Merced que se llegó a denominar “el turismo del abasto”, y que no alcanzaba a explicar porqué los productos debían llegar ahí y después ser reexpedidos a otras plazas. La respuesta es sencilla: llegaban como oferta y salían a las distintas plazas como demanda (García, 1994: 104).

### **Tercera etapa. La Central de Abastos de la Ciudad de México**

Como ya se mencionó la Central de Abastos de la Ciudad de México (CEDA) se inaugura en 1982, en la cual según estimaciones recientes señalan que diariamente ingresan a CEDA de la Ciudad de México 25 mil toneladas de alimentos. Este volumen alcanzaría para alimentar por un día a toda la población junta de Costa Rica, Belice y El Salvador; o bien de Copenhague, Berlín, Madrid, Roma, Atenas y Budapest. (Torres, 2000: 59).

La proporción de alimentos que llegan a la ZMCM para sostener a su ciudad central y a su zona conurbada, de ninguna manera resulta exagerada y sólo refleja las dimensiones de consumo de la población capitalina. Sin embargo, tal proporción (aproximadamente la tercera parte del consumo nacional) se encuentra a contralógica con una distribución regionalmente equilibrada de los alimentos en el país; más bien esta capacidad metropolitana expresa la magnitud de la concentración demográfica, combinada con el nivel de compra promedio de su población que extrae los productos agrícolas de sus regiones y pone en movimiento hacia el centro la mayoría de los agentes comerciales. Paralelamente genera otros efectos, sólo explicados por la lógica del mercado, debido al elevado porcentaje de alimentos (13% con respecto al ingreso diario global) que desde CEDA se reexpiden hacia otras ciudades del interior. (Torres, 2000: 61).

Parece evidente que con la construcción de CEDA fuera del centro de la ciudad se obtuvieron beneficios notorios en funcionalidad, sistema de precios, acceso vehicular y peatonal, descongestiónamiento urbano, entre otros, con respecto al viejo mercado de La Merced. Pero a la larga está presentando otro tipo de problemas colaterales al entorno urbano como son la generación cotidiana de 1,800 toneladas de basura que no absorbe totalmente su planta de tratamiento; o bien la emisión de gases contaminados por más de 50 mil unidades de transporte que llegan a descargar mercancías. Además, comienza a invadir casi toda el área adyacente con la construcción de nuevas bodegas que utilizan los mayoristas. (Torres, 2000: 61).

La CEDA es el centro de la red que abastece a la Zona Metropolitana, se conforma por centros de acopio, almacenamiento, distribución, exhibición y venta de toda clase de alimentos entre los que sobresalen frutas, hortalizas, legumbres y víveres en general. Cuenta con avanzados sistemas de información sobre producción, precios, mercado y especialización productiva de las regiones por ciclo que facilitan el manejo a los mayoristas; además, conecta a éstos últimas con medios mayoristas y menudistas que a su vez se encargan de llevar los alimentos a la mesa del consumidor capitalino (Torres, 2000: 61).

La CEDA se compone de cuatro grandes conjuntos: a) bodegas para almacenamiento, exposición y venta de productos hortofrutícolas y abarrotes; b) crujías para la comercialización mayorista; c) servicios complementarios integrados por andenes para subasta y mercado de productores, almacenes y frigoríficos centrales y; d) instalaciones administrativas y de seguridad, estacionamientos, circulación y vías de reserva. La CEDA esta controlada por el Gobierno del Distrito Federal, cuenta con una organización interna independiente, aunque mantiene cierta relación administrativa con las autoridades capitalinas correspondientes. (Torres, 2000: 63).

También en el norte de la Ciudad en 1994 comenzó a operar la Central de Abastos de Tultitlán, este mercado mayorista presenta la variante que es una de las primeras concesiones a la iniciativa privada para su construcción y operación en el marco de la modernización comercial. A sólo siete meses de apertura, funcionaban ya 150 bodegas (70% de la primera etapa) y 48 locales comerciales (Torres, 2000: 63).

De igual forma la ubicación responde a la necesidad de lograr una mejor integración para los flujos de productos hortofrutícolas del Norte, el Centro Occidente y el Bajío, puesto que presenta mayor accesibilidad, respecto a las centrales de Iztapalapa y Ecatepec, esto supone ventajas en la reducción de perecederos y costo de transporte, en este contexto se construye actualmente el eje interurbano Atizapan-Texcoco que unirá los flujos del transporte de la entrada a la carretera de Querétaro, en sólo 10 minutos, hasta Tultitlán y 20 hasta Texcoco. (Torres, 2000: 63).

Cabe señalar que tanto la creación de los mercados mayoristas, con los centros de acopio y la mayor parte de la infraestructura comercial urbana, no sólo respondió al aumento del consumo urbano de alimentos y la necesidad de nuevos subcentros alternativos de mercado, como consecuencia de la expansión de la ZMCM, sino también al carácter regulador del Estado en el mercado de alimentos y la política social de subsidios a la alimentación que, sin duda, sentaron las bases para consolidar un sistema de abasto donde diversas instituciones fueron creados para cumplir una función social de apoyo a la alimentación de grupos urbanos y, en el campo, para facilitar la distribución de la producción agropecuaria (Torres, 2000: 63).

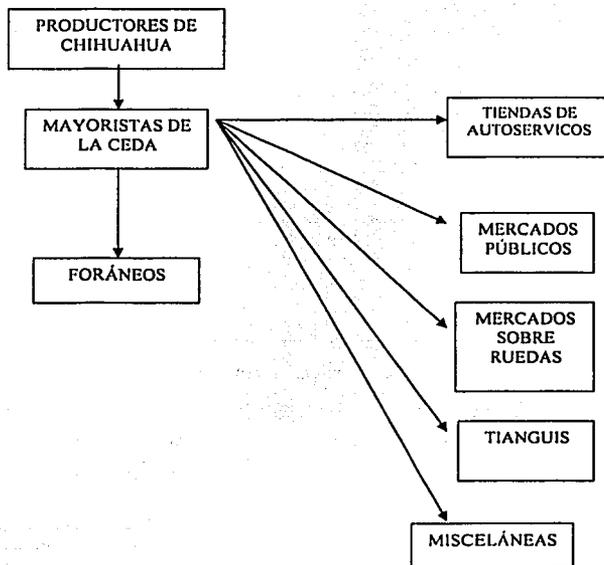
#### **4.2.2. Distribución interna de alimentos en la Ciudad de México**

Todos los productos que llegan a la CEDA tienen diferentes canales de comercialización para que lleguen al consumidor. Aunque las fuentes de abasto se han diversificado una vez que los productos entran a la CEDA mantienen sus canales de comercialización. A continuación presentamos los canales de comercialización de los productos que nos ocupan.

Como se puede observar en el esquema 1, la manzana que se consume en esta capital es producida en el estado de Chihuahua. Por lo regular los mayoristas de la CEDA van a Chihuahua y compran la producción de manzana. Este producto llega al área de mayoristas de la CEDA, que por lo regular son las grandes bodegas donde llegan compradores foráneos para su distribución fuera del Distrito Federal. En lo que respecta a los compradores del Distrito Federal como son las tiendas de autoservicio, los locatarios de los mercados públicos, mercados sobre ruedas, tiangueros y los dueños de misceláneas. Y como ya se mencionó algunos productos ya no llegan a los mercados mayoristas como la manzana que se produce en Puebla. Por otro lado, como se puede observar en el esquema 2, ahora existen también proveedores del extranjero. Que para el caso de la manzana son de E.E.U.U., Chile y Canadá principalmente. Como se puede observar el canal de comercialización se mantiene a través de los mayoristas de la CEDA. Cabe mencionar que algunos productores de manzana de Estados Unidos y

Chile, principalmente acuden a ofertar sus productos en las convenciones anuales de la (ANTAD) asociación nacional de tiendas de autoservicio y departamentales, pero esta práctica representa un riesgo para los autoservicios debido a que no conocen al vendedor. Lo que implica que no llegue en el tiempo esperado el producto, así como con la calidad necesaria. Por otro lado, actualmente en la CEDA existen bodegas especializadas en importación de este producto por lo que la practica de comprar a los mayoristas de la CEDA resulta actualmente la más viable y la CEDA sigue cumpliendo su función de controlar, calidades, precios y distribución de los productos.

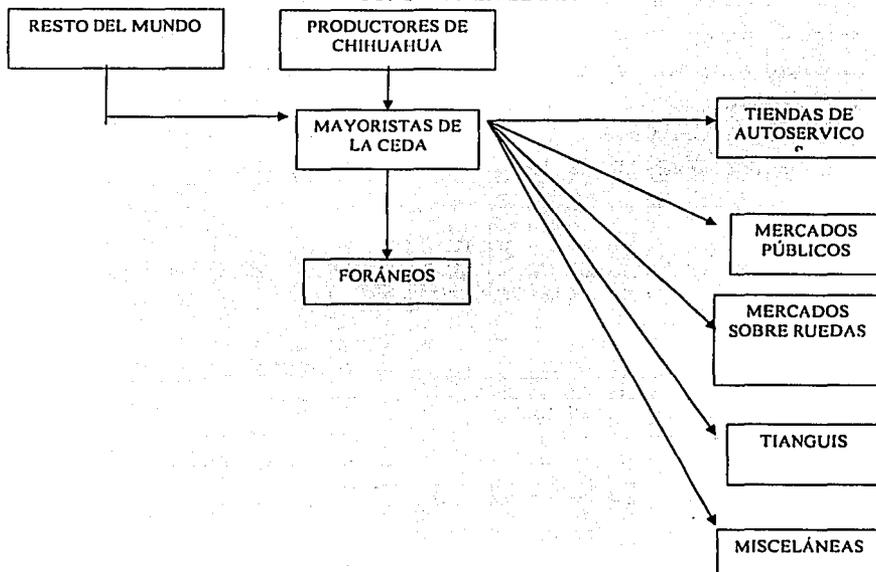
ESQUEMA 1  
CANAL DE COMERCIALIZACIÓN TRADICIONAL DE LA MANZANA PARA CONSUMO EN EL D.F.



Fuente: Elaboración propia con datos de comercializadores de la Central de Abastos de la Ciudad de México(CEDA).

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**ESQUEMA 2  
CANAL DE COMERCIALIZACIÓN MODERNO DE LA MANZANA PARA  
CONSUMO EN EL D.F.**



Fuente: Elaboración propia con datos de comercializadores de la Central de Abastos de la Ciudad de México(CEDA).

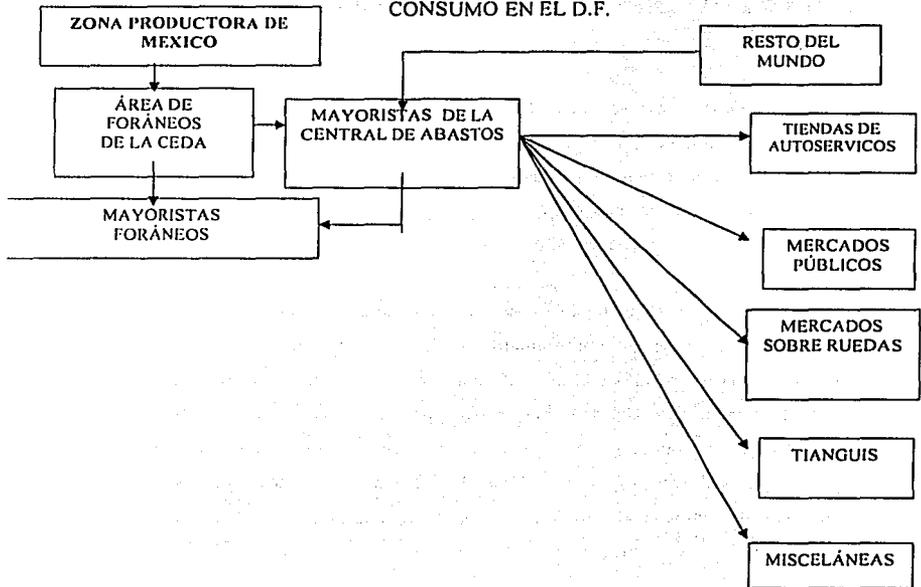
Con respecto a la lechuga, sus fuentes de aprovisionamiento tradicionales son los Estados de Guanajuato y Puebla, tal como los muestra el esquema 3. Este producto tiene un comportamiento diferente al de la manzana debido a que los mayoristas de la CEDA por lo regular no van a las zonas productoras para asegurar su compra, sino que los productores llegan a un área que en la CEDA es conocida como Área de Foráneos donde llegan tanto los mayoristas de la CEDA como los mayoristas foráneos a comprar el producto. Otra práctica usual es que los mayoristas foráneos les compran a los mayoristas de la CEDA debido a que éstos últimos tienen bodegas y es posible comprar a cualquier hora y día del año. Una vez que el producto está en las bodegas de los

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

mayoristas de la CEDA llegan los compradores de los autoservicios, locatarios de los mercados públicos, mercados sobre ruedas, tiangueros y dueños de las misceláneas. Y actualmente se conservan esas fuentes y se agregan países extranjeros como lo podemos apreciar en el esquema 4. Que para este caso se trata de E.E.U.U., para este tipo de productos su importación se realiza en forma notable en época invernal. Los productores estadounidenses también presentan su producto en las convenciones de ANTAD, presentando los mismos riesgos que mencionamos para el caso de manzana. También existen bodegas que se especializan en la importación de este producto lo que es más cómodo, práctico y confiable a los compradores de los autoservicios.

Entre la fase de mayoreo y menudeo existe un alto grado de intermediarismo, generando desventajas que afectan no sólo al productor, sino también al consumidor. El subsistema tradicional de abasto en la ZMCM se conforma por diversos tipos de mercados públicos y tiendas de barrio de donde surte su despensa la población de bajos ingresos; sus formas de operación están condicionadas por los hábitos de compra de su clientela. Las compras a través de este canal se realizan diariamente debido al escaso monto y la irregularidad del ingreso de las familias que acuden. Los establecimientos más concurridos con los mercados públicos donde la población pobre adquiere el 48% de su consumo diario de frutas y hortalizas; 61% de carnes y derivados; 81% del pescado; casi la mitad de huevo y grasas; una tercera parte de leche y derivados lácteos y 65% de granos y legumbres. Los establecimientos especializados abastecen sólo pan, tortillas y carne (Torres, 2000: 67).

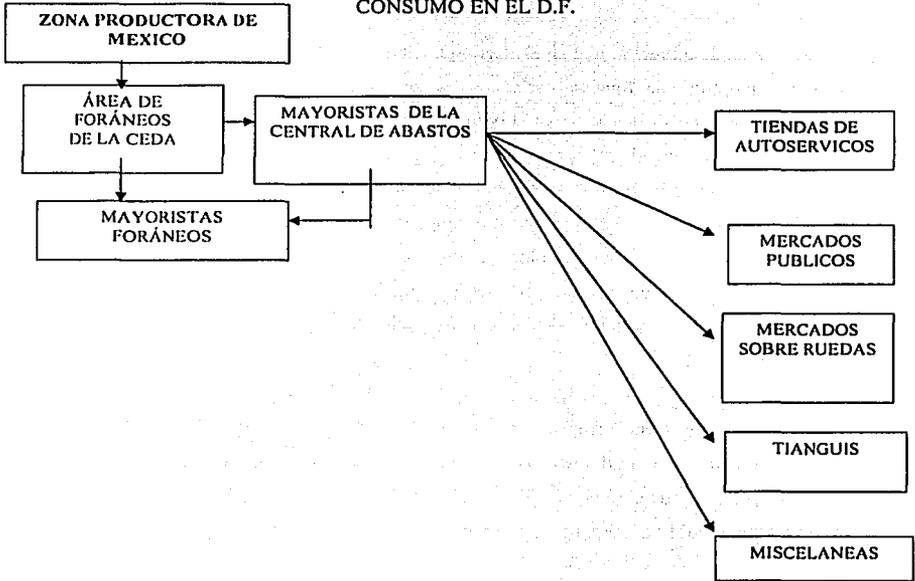
ESQUEMA 3  
CANAL DE COMERCIALIZACIÓN MODERNO DE LA LECHUGA PARA  
CONSUMO EN EL D.F.



Fuente: Elaboración propia con datos de comercializadores de la Central de Abastos de la Ciudad de México(CEDA).

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**ESQUEMA 4**  
**CANAL DE COMERCIALIZACIÓN TRADICIONAL DE LA LECHUGA PARA**  
**CONSUMO EN EL D.F.**



Fuente: Elaboración propia con datos de comercializadores de la Central de Abastos de la Ciudad de México(CEDA).

A pesar de que el comercio tradicional se orienta hacia los estratos socioeconómicos más bajos y tiende a declinar, su impacto en la Zona Metropolitana es significativo. Actualmente representa el 36.9% de la venta total de productos alimenticios en la ZMCM; el mercado público participa en 22.5%, mientras que la tienda de barrio absorbe el 14.4%. Este canal cumple funciones indispensables para muchas familias en el abasto diario, mientras que el mercado público es uno de los canales más importantes en la compra de perecederos y despensa, las ventas de la tienda de barrio se concentra en el expendio de faltantes ocasionales y en la venta de artículos de compra rápida; por ello satisface el 63.6% y los faltantes ocasionales y el 46.3% del consumo de leche, pan, huevo y refrescos; mientras que el mercado público abastece el 34.8% de las

**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

necesidades metropolitanas globales de frutas y verduras, casi el 30% de la carne y más del 25% de la despensa (Torres, 2000: 67).

A pesar de su disminución real en el abasto global de la ZMCM, el comercio tradicional siempre cumplirá una función básica en las necesidades diarias de la ZMCM. El comercio moderno de los grandes supermercados podría absorber la totalidad de los consumidores, ya que las preferencias de la clientela también están determinadas por la distancia que se tiene que recorrer hacia el lugar de venta. En barrios marginados y suburbanos donde la población no cuenta con medio individual de transporte, el acceso al canal moderno resulta restringido, y por lo tanto, un solo canal nunca podrá cubrir toda el área. Esto provoca que en la distribución de alimentos en México existan mercados segmentados debido a factores asociados de ingreso y hábitos de compra (Torres, 2000: 69).

Las familias pobres concurren a una distancia de compra no mayor de diez cuadras donde existe un conjunto de pequeños comercios tradicionales capaces de garantizarles la mayor parte de sus alimentos. Ello representa varias ventajas para estas familias; en primer lugar permite la compra a pie, el ahorro de costo de transporte y tiempo cuando dicha compra se realiza cotidianamente, sobre todo por que lo reducido de su salario no les permite compras voluminosas; la elección está determinada por el tiempo y ello les impide acudir a tiendas con mejores precios (Torres, 2000: 69).

Evidentemente que los precios resultan mayores en las pequeñas tiendas, aunque éstas registran un margen de ganancia promedio de 15% mayor que en otro tipo de servicios. A pesar de ello, el costo de la canasta básica no varía sensiblemente de una zona a otra aunque cambia según el producto; el ahorro que significaría comprar a precios más bajos en supermercados, es contrarrestado por el gasto en transporte y en tiempo empleado para movilizarse.

### **4.3. El surgimiento y expansión de los supermercados en la Ciudad de México**

Otro subsistema de distribución para productos hortifrutícolas minorista en la ZMCM está formado por tiendas de autoservicio y supermercados que generalmente se identifican como el sector comercial moderno. Aunque no tienen sistemas formales que discriminen consumidores según su nivel de ingreso, por lo general atienden a la población metropolitana de ingresos medios y altos, la cual dispone de automóviles y capacidad para almacenar cantidades importantes de alimentos que le permite realizar compras de fin de semana, o por lo menos no compran diariamente todo lo que consumen. Debido a los altos volúmenes de mercancías que se manejan a través de este canal, los establecimientos que lo conforman consiguen establecer economías de escala, al igual que competir ventajosamente en precios y condiciones de venta, sobre todo aledaños a unidades habitacionales recientes cuya población cautiva depende de supermercados que expenden productos de preparación rápida (Torres, 2000: 70).

#### **4.3.1. La expansión de los supermercados en la Ciudad de México**

En los años cuarenta se inicia la época en la cual aparecieron las primeras tiendas de autoservicio en el país, y con ello surge una nueva etapa en la historia del comercio en México. El momento para establecerlas se dio oportunamente, es decir, cuando existía un período de evolución social y económico, factor decisivo que favoreció su rápida proliferación en todas las ciudades, particularmente en las más relevantes de todas, como la Ciudad de México.

Las tiendas de autoservicio, cuyo diseño original fue importado de los Estados Unidos, se asentaron en México promovidas por la iniciativa privada, principalmente en algunas zonas de la ciudad capital, en las que había mejores condiciones económicas, si bien inmediatamente se hicieron muy populares en el país entero. (Quintana, 1992: 157).

Estas tiendas se instalan con un formato que tenía entre sus ventajas reducir drásticamente precios y márgenes de ganancia, lo cual, obviamente, fue bien recibido

por los consumidores, quienes apoyaron la iniciativa con su preferencia, a tal grado que para 1941 existían más de ocho mil establecimientos similares en casi toda la Unión Americana (Varela, 1996: 36).

En marzo de 1946 surge el Supermercado Sumesa, en la Colonia Lomas de Chapultepec del Distrito Federal. Y ese mismo año se abrieron 5 tiendas más de esa compañía. Igualmente, a fines de 1946 inició sus operaciones Central de Mercados, una tienda en Insurgentes Sur (también en el Distrito Federal). En 1957 el empresario Jerónimo Arango inició una tienda de descuento de ropa en la Calle Bolívar de la capital mexicana bajo el nombre Central de Ropa, S. A., misma que un año después se convirtió en el autoservicio Aurrerá (para entonces comercializaba alimentos y enseres menores, además de ropa) (Varela, 1996: 40).

En las décadas siguientes, el autoservicio proliferó a nivel nacional, surgieron diversas empresas nuevas y otras, más antiguas, se integraron al sistema. Entre otras importantes organizaciones detallistas destacan nombres como Gigante y Comercial Mexicana, que iniciaron actividades en julio y noviembre de 1962 respectivamente. La primera tienda de Gigante, ubicada en Mixcoac, D. F., con una superficie total de 32,000 m<sup>2</sup> (Varela, 1996: 40).

A continuación aparece el cuadro 15, el cual indica los años en los que empezaron a prestar sus servicios al público las cadenas de autoservicio. Lo más relevante de este cuadro es el hecho de mostrar cuando inician sus operaciones las grandes cadenas de supermercados internacionales en nuestro país, que fue en 1992. Aunque la introducción de productos hortofrutícolas extranjeros se inició después de 1986, cuando México formó parte del GATT. Cabe mencionar, que en esa época y hasta la crisis económica de 1994, hubo una fuerte devaluación, estas tiendas estuvieron invadidas por productos extranjeros tanto hortofrutícolas como bienes manufacturados.

**CUADRO 15**  
**CRONOLOGÍA DEL AUTOSERVICIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO**

<b>Año</b>	<b>Razón social</b>	<b>Nombre comercial</b>	<b>Ciudad/Estado</b>
1930*	Operadora Comercial Mexicana S. A. de C. V.	Comercial Mexicana	Distrito Federal
1946	Operadora de Supermercados, S. A. de C. V.	Sumesa	Distrito Federal
1958	Almacenes Aurrerá, S. A. de C. V.	Aurrerá	Distrito Federal
1961	La Luna, Unidad Comercial, S. A. de C. V.	La Luna	Distrito Federal
1962	Gigante, S. A. de C. V.	Gigante	Distrito Federal
1968	Unidad Comercial de Todo, S. A. de C. V.	De Todo	Distrito Federal
1986	Controladora Bodega Aurrerá, S.A. de C.V.	Bodega Aurrerá	Distrito Federal
1988	Autoservicio Ajusco, S.A. de C.V.	Centro Comercial Altamira	Distrito Federal
1992	Gigante Fleming, S.A. de C.V.	Supermart Mas x Menos	Distrito Federal
1992	Wal Mart de México, S. A. De C. V.	Wal Mart Supercenter	Naucaipan, Edo. De México
1994	Grandes Superficies de México, S.A. de C. V.	Carrefour	Distrito Federal
1996	Auchan	Auchan	Distrito Federal

\*Fueron inauguradas como tiendas convencionales, convirtiéndose posteriormente en autoservicio.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de: Varela. 1996. Cadenas. Vol. 4. No. 11. México.

Del cuadro 15 se puede resaltar que a partir de la apertura comercial entraron las cadenas de tiendas de autoservicio internacionales como Wal Mart, Auchan, Carrefour , y Supermart por mencionar las más importantes. Ahora hablaremos de cómo se concibieron este tipo de tiendas y algunas reformas que se han tenido a través de los años.

Las tiendas pioneras de autoservicio o supermercados, se concibieron como edificios comerciales destinados a la venta de comestibles y artículos para el hogar. La novedad, sin embargo, consistía en ofrecer a la clientela un carrito rodante, dentro del cual el

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

comprador iba reuniendo todos los objetos imaginables que estaban a su alcance y que deseaba poseer (aún cuando muchos no fueran estrictamente necesarios), carritos que, finalmente, presentaba en las cajas de pago situadas a la salida del almacén. (Quintana, 1992: 157).

En las primeras tiendas de esta modalidad, se expendían sobre todo alimentos en conserva, carnes y pescados. Con el transcurso del tiempo fueron agregando otro tipo de productos para el hogar, e incluyeron novedosamente la perfumería y, paulatinamente, llegaron a convertirse en las auténticas tiendas departamentales que conocemos en la actualidad, que incluyen vestidos, blancos y fotografía, entre muchos otros artículos (Quintana, 1992: 157).

En estos almacenes las compras se realizaban en forma abierta, es decir, de modo que el visitante tuviera a su alcance toda la gama de productos posible. Tal hecho significó la desaparición de los límites formales que existían entre el cliente y el vendedor, por lo que fueron producidos sistemas de venta a gran escala y menos selectivos, dando lugar así a una mayor participación del consumidor (Quintana, 1992: 157-158).

Con la aceptación de las tiendas de autoservicio y debido a la gran variedad de productos que ofrecían éstas además de los alimentos, se transformó de alguna manera la tradición de que las compras semanales fueran hechas únicamente por el ama de casa, y se introdujo la modalidad de que varios miembros de la familia acudieran a realizarlas. De esa manera las "compras familiares" alcanzaron gran auge, y se vieron favorecidas, además, con la utilización del automóvil (Quintana, 1992: 158).

Al establecerse las tiendas de autoservicio, éstas trajeron consigo ciertos "fenómenos" interesantes como es el caso de los estacionamientos; en un principio éstos ocupaban una superficie menor a la de las tiendas. Sin embargo, con el tiempo se tuvo que ampliar esta área, debido a que el uso del automóvil resultaba ser muy práctico, permitiendo a los clientes trasladarse de un lado a otro sin tener que transportar a mano los productos adquiridos en la tienda. Así pues, los supermercados debieron resolver el problema de

proporcionar grandes estacionamientos mediante la construcción de éstos en varios niveles, o bien utilizar extensas áreas libres (Quintana, 1992: 158).

Asimismo, tenemos que el origen de los centros comerciales se remonta a la época en que las tiendas departamentales o de autoservicio se iban rodeando de pequeños locales comerciales que ofrecían al público productos que las grandes tiendas no vendían. Dado el rápido crecimiento de nuestra capital, se observó que a este fenómeno, tras una previa planeación urbana, se le podía sacar mayor provecho si se promovían centros comerciales en áreas en las cuales las grandes tiendas de departamentos actuaran como polo generados de su propio entorno. Esto proporciona la ventaja, entre otras que la gente satisficiera sus necesidades sin tener que recorrer grandes distancias. Así se comenzaron a construir los centros comerciales, tales como Plaza Universidad, Plaza Inn, Galerías, El Relox, Plaza Satélite y Perisur por mencionar algunos, entre los que destacan los dos últimos, junto con Plaza Universidad. (Quintana, 1992: 162).

El comercio moderno representa el 45.5% de las ventas totales al menudeo en el Área Metropolitana aunque se estima que en la ciudad de México abarca ya cerca del 70%. Sin embargo, tal porcentaje varía por estrato social, mientras los estratos de ingresos más altos realizan el 68% de sus compras alimentarias en este canal, los de estratos más bajos sólo participan con el 12%.

De cualquier manera los niveles de compra que se realizan en el subsistema moderno varían por tipo de producto. El consumidor metropolitano compra en supermercados la mayor parte de productos procesados como carnes frías (67.8%); artículos de despensa en general (59.9%). Al contrario, presentan menor preferencia por productos frescos como frutas y verduras (35.6%); y faltantes ocasionales (24.1%) cuya compra realizan en mercados públicos, misceláneos y establecimientos especializados. De cualquier manera la concentración de la población demandante del autoservicio tiende a presentar una gran heterogeneidad a lo largo del entorno metropolitano. Lo mismo es posible encontrar una gran proporción de familias que concurren al autoservicio privado en

municipios conurbados que en delegaciones políticas tradicionalmente consideradas de ingresos altos. (Torres, 2000: 73).

Los supermercados están atacando la preferencia de los consumidores por comprar sus productos hortofrutícolas en mercados, tianguis, etc. Al mejorar la calidad de estos productos, además Wal Mart da garantía en estos productos, es decir, cambiarlos hasta que los productos tengan la calidad que ofrecen. Hoy en día existen diferentes tipos de tiendas de autoservicio, a saber: megamercados, hipermercados, supermercados, bodegas y tiendas de convivencia.

Otro fenómeno que se desarrolló a la par de los autoservicios fueron los centros comerciales. Los primeros que se construyeron, dada la escasa experiencia que se tenía en el país al respecto, surgieron de la observación directa de modelos extranjeros, entre ellos los de Estados Unidos. La ubicación de los centros comerciales es fundamental para que funcionen. Lo ideal sería contar con un terreno cuya vialidad ofreciera distintas alternativas de acceso al inmueble y que constituyera un punto de identificación para los habitantes de la zona, ya que dichos centros son generadores de su entorno. Tales fueron los casos de Plaza Satélite y Perisur (Quintana, 1992: 162, 163).

Pese a que los primeros diseños de centros comerciales se basan en esquemas norteamericanos, tanto Plaza Universidad, que fue el primer centro comercial en México, como Plaza Satélite, fueron dos casos sobresalientes que giran bajo el concepto básico de la relación antigua de la plaza y el pueblo. Desaparecidos los portales, éstos fueron sustituidos por una secuencia de aparadores o escaparates a los que se llega mediante pasillo, los que a su vez desembocan en patios o pequeñas plazas debidamente ambientadas. En Perisur este concepto no es tan claro, ya que se buscó inclinarse más a lo internacional. Los pasillos fueron manejados de manera distinta aquí forman parte de los locales comerciales. Ya no se trata de pasear y observar los aparadores, sino que los pasillos mismos, al estar dentro de los locales, introducen al visitante de manera natural a cada tienda. (Quintana, 1992: 163).

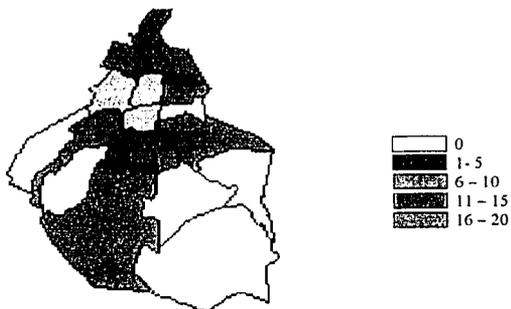
Para dar una idea más clara de la expansión de estos establecimientos se muestran dos mapas de la Ciudad de México que indican la localización de los supermercados, el mapa 3 se realizó con los datos que proporciona el Directorio Telefónico, en la Sección Amarilla de 1971 y el mapa 4 con el Directorio del año 2000 de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD).

De estos mapas se desprende que para 1971, el número de supermercados era de 32 y estos se concentraban en las delegaciones Benito Juárez, Cuauhtémoc y Miguel Hidalgo. Las delegaciones que no contaban con supermercados eran Xochimilco, Cuajimalpa, Iztacalco, Magdalena Contreras, Tlahuac y Milpa Alta. En las delegaciones restantes había entre 1 y 5 de estos establecimientos.

En cambio para el año 2000 (mapa 4), las delegaciones que no cuentan con supermercados son Tlahuac y Milpa Alta. Las delegaciones que concentran el mayor número son Benito Juárez, Coyoacán, Cuauhtémoc, Iztapalapa y Miguel Hidalgo. Las que se encuentran dentro del siguiente rango (entre 11 y 15) se tiene la Álvaro Obregón, Gustavo A. Madero y Tlalpan. En el rango de 6 a 10 está Azcapotzalco. Y finalmente las que se agrupan en el rango de 1 a 5 están Cuajimalpa, Iztacalco, Magdalena Contreras y Xochimilco.

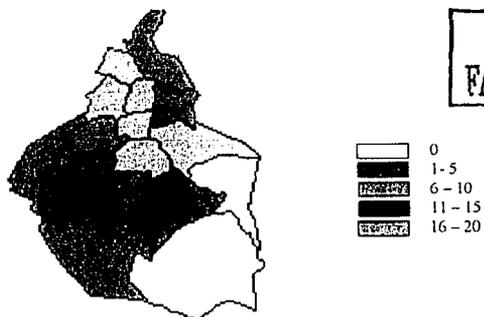
Los comercios modernos asentados en el Área Metropolitana son empresas con gran intensidad de capital que utilizan el autoservicio y la integración vertical como método para vender a gran escala, sus radios de influencia abarcan más de dos kilómetros, pero en algunos casos, sobre todo donde se ha aplicado el concepto de plaza comercial, la capacidad de atracción supera este radio incorporado a consumidores de delegaciones que no cuentan con el servicio (Torres, 2000: 73). Estos establecimientos han cerrado ciertas estrategias para ganar el mercado a las formas tradicionales de abasto de las familias mexicana. En el siguiente apartado hablaremos de ellas.

**MAPA 3**  
**NÚMERO DE SUPERMERCADOS POR DELEGACIÓN DEL**  
**DISTRITO FEDERAL 1971**



Fuente: Elaboración propia en base al Directorio Telefónico. Sección Amarilla. De 1971

**MAPA 4**  
**NÚMERO DE SUPERMERCADOS POR DELEGACIÓN EN**  
**EL DISTRITO FEDERAL 2000**



**TESIS CON**  
**FALLA DE ORIGEN**

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Directorio 2000 de ANTAD

#### 4.3.2. Estrategias de penetración a los mercados urbanos

No cabe duda que la concepción de las tiendas de autoservicio ha variado, desde su inicio allá por la década de los cuarenta, hasta la época presente. La evolución de este tipo de comercios consiste básicamente en la estructura funcional, que se ha optimizado, haciendo de las tiendas lugares atractivos y tentadores para los visitantes que acuden a ellas (Quintana, 1992: 158). Además de iniciar la costumbre de abrir los domingos y días festivos. Cabe mencionar que Gigante fue el primero en imponer esta costumbre en México (Quintana, 1992: 161). Debido a sus horarios de apertura desde la mañana hasta las 8 de la noche sin interrupción ha permitido que los jefes de familia o mujeres que trabajan puedan comprar su despensa en estos establecimientos debido a que los mercados, mercados sobre ruedas y tianguis ya cerraron.

La estructura funcional de estos establecimientos ha sufrido modificaciones notables, al utilizar actualmente estrategias de venta muy elaboradas; por ejemplo:

- Los accesos se han ubicado en la parte más lejana del supermercado.
- Se han estructurado dos pasillos principales los cuales comunican los accesos con el supermercado y funcionan asimismo como retornos hacia las cajas.
- Los pasillos pasan a través de los departamentos de mercancías diversas; antes de llegar a los comestibles y abarrotes como carne, pescados y hortofrutícolas.
- El supermercado funciona como elemento ancla o polo para que el usuario recorra toda la tienda y la barra.

Cercanas a las cajas, se encuentran islas promocionales. (Quintana, 1992: 158).

Las estrategias administrativas más visibles que sigue la integración del comercio mundial, sobre la estructuración y megafusión de las empresas transnacionales son las siguientes:

**1.-Cambios en la organización administrativa a través de la integración de redes dinámicas de trabajo (network).**

Para hacer más eficiente el proceso producción-distribución, es necesario que el detallista incorpore al fabricante y que, juntos trabajen como socios de negocios allí, entra en juego un innovador concepto: Sistemas de Respuesta Dinámica (SRD). Este concepto fue puesto en marcha en EEUU y en México apenas se está aplicando. Implica reducción de costos que al final redundará en un beneficio para el consumidor.

**2.-Fusiones y quiebras,** lo cual tiene un contenido lógico, que responde a una forma de acrecentar la centralización del capital, y es reflejo de las formas más intensificadas de competencia global.

**3.-“Joint Ventures”** que consisten en alianzas interfirmas, nacionales y/o extranjeras en inversiones de riesgo, que se realiza también con los gobiernos en la reorganización de la producción mundial.

**4.- Zonas de producción libre** que refuerzan el crecimiento de la “fabrica mundial”, reorientando hacia los países periféricos algunos segmentos del proceso productivo.

**5.- Compras apalancadas (*Leveraged buyouts*);** es decir, compra-venta de empresas financiadas con los activos de la misma empresa y su capacidad de generación de efectivo.

**6.- *Spinoffs*,** o sea el aprovechamiento de la ventaja tecnológica en el comercio internacional con los nuevos productos más vendidos, a través del cual las empresas obtienen ganancias superextraordinarias.

7.- Reducción de costos (*Cost-cutting*), que consiste en la reducción de salarios, y ajustes sobre gastos en el proceso productivo.

Otra estrategia de negocios de estas empresas es la utilización del código de barras. Que entre las ventajas que presenta están: reducir el costo de levantamiento de pedidos a la mitad, reducir los gastos administrativos, evitar la captura reiterativa de información, eliminar redundancias, reducir errores en las transacciones y la duración del ciclo orden-embarque y mejorar el manejo del almacén y de los inventarios. En México apenas 1,000 empresas proveedoras y comerciales están probando el novedoso recurso. (Expansión, 1996: 41).

Dentro de las asociaciones de empresas transnacionales y mexicanas de este tipo, de las más exitosas ha sido la del Grupo Cifra y Wal-Mart. Se estima que la operación Cifra/Wal-Mart representa casi un 30% de este mercado (Cifra cuenta con 50,000 empleados y tuvo ventas en 1996 por 2.9 millares de dólares, de los cuales reportó una utilidad de \$257 millones de dólares), en donde sus principales competidores son Comercial Mexicana y Gigante, con 17% y 16% del mercado mexicano, respectivamente.

Gracias a la inversión de Wal-Mart, la cadena estadounidense sumará al 50% de las 145 unidades actuales Wal-Mart/Cifra, una participación en las otras 228 tiendas y restaurantes que operaba sola Cifra. Wal-Mart, cadena de autoservicio basada en Arkansas, es la más grande del mundo, con ventas anuales superiores a \$104 millardos de dólares estadounidenses. Inició operaciones conjuntas con Grupo Cifra hace seis años y el que haya dado este paso decisivo refleja, para algunos analistas, confianza por parte del gigante de ventas al detalle en que el consumidor mexicano recuperará su poder adquisitivo (Adebra, 1997: 16). Estas estrategias son tanto para la organización de la empresa como para las formas de asociación inversión, formas de venta y hasta la determinación de zonas de abasto.

Los resultados de estas estrategias se pueden corroborar en el cuadro siguiente:

**CUADRO 16**  
**LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DE**  
**AUTOSERVICIO 1995.**

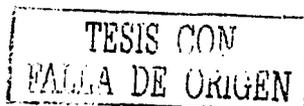
Nombre de la empresa	Posición 1994	Posición 1995	Ventas	Utilidades	Capital Contable	Personal Ocupado
Cifra y Subsidiarias	3	7	20,171,607	1,553,214	12,116,629	47,129
Controladora Comercial Mexicanas	12	12	12,283,073	733,300	4,667,643	26,185
Gigante	13	13	11,893,139	356,794	3,630,170	0*

Fuente: Revista Expansión. 500 Las empresas más importantes de México. Año XXVIII, No. 694. México. 1996.

Esta situación ha continuado para los años 1997 donde el Grupo Cifra obtuvo el primer lugar de ganancias en el país con 69,059 millones de pesos y la Controladora Comercial Mexicana el 25avo con 3,277 millones de pesos. ( Vázquez, 1998: 18).

El éxito de Wal Mart México (WMM) sobre las otras cadenas de autoservicio, entre otros se debe a su política de precios bajos no es una simple campaña temporal. Es la manera como intenta anular a sus rivales. Y lo está logrando; en promedio, dice, sus artículos son 11% más baratos que los de sus adversarios. Incluso obtiene buena calificación en los comparativos de autoservicios que publican periódicamente la Procuraduría Federal del Consumidor (Ramírez, 2002: 29-30). Además de ampliar su participación en el mercado (Ramírez, 2002: 35).

Con el fin de apuntalar el consumo a crédito, hace unos meses la cadena inició un programa de reparto de tarjetas a clientes y no clientes; la entidad financiera es GE Capital, una división del gigante estadounidense General Electric. A diferencia de sus competidores, para quienes el oferteo de temporada es el arma predilecta, WMM se impuso la obligación de tener siempre los mejores precios, lo que convirtió en la columna vertebral de su estrategia. La distribución de las mercancías, la negociación con los proveedores y hasta el mínimo detalle logístico están encaminados a abatir costos y a reflejar esa reducción en el importe de sus artículos. Fernández reconoce las



ventas de que la empresa sea filial de Wal Mart Inc: recibe el respaldo de sofisticados sistemas de información, aplica su modelo de distribución y se beneficia de sus compras globales. Después de las que están en el Pentágono, la computadora más grande del mundo pertenece a esta corporación (Ramírez, 2002: 30).

En el centro de todo está la negociación con los proveedores. Usualmente estos trabajan con precios inflados, que aceptaban reducir sólo para efectos de hacer una campaña de ofertas. WMM tomó otro sendero. La cadena va tras los proveedores dispuestos a emplear sistemas computarizados, que planean su producción, son consistentes en calidad y precio y capaces de competir con cualquier otra firma de los países donde el corporativo hace sus compras. A cambio les ofrece la asesoría para perseguir ese ideal, dice Fernández, con el cobro de una módica suma –bajo la promesa de que les costaría más desarrollar su propia logística-. Sin embargo, un productor tequilero dice que el costo de estar en los anaqueles de Wal Mart es alto (Ramírez, 2002: 30-31).

El sistema funciona mejor tanto para la cadena como para el proveedor –comenta Rafael Matute, vicepresidente ejecutivo de Finanzas y Administración-; es más efectivo y se le puede dedicar más tiempo a la planeación. El aporte de los sistemas de información no es simplemente en el manejo de la mercancía, es una herramienta de alto valor para conocer al consumidor (Ramírez, 2002: 31).

Otra de sus estrategias es que toman como punto de partida una nueva concepción del comercio de autoservicio, en la que el tradicional papel de revendedor es insuficiente. La organización se concibe así misma como un prestador de servicios de comercialización y marketing a sus proveedores, que de ese modo pueden ampliar mercado e incluso obtener financiamiento de las autoridades (Ramírez, 2002: 31).

El reconocimiento del poder del canal de distribución se está afianzando en todo el mundo, señala Ford, y las cadenas aprenden a aprovecharlo. Un ejemplo de las ventajas del aprovisionamiento global (global sourcing) –indica Fernández- es la reciente compra

de 20 millones de paraguas hecha por la corporación en Singapur, de las cuales más de 30,000 fueron traídos al mercado mexicano (Ramírez, 2002: 31).

Los analistas calculan que entre 12 y 15% de las compras de WMM son productos de importación, sobre todo electrónicos y textiles. El modelo de adquisiciones globales puede ser una oportunidad para los productores mexicanos, sobre todo si se considera que la fuerza de la firma en Estados Unidos radica en los productos no alimentarios (Ramírez, 2002: 31).

Otra estrategia la aplican en la distribución. Desde que llegó a México, en 1991, a la compañía no le satisfizo la fórmula de suministro empleada por los autoservicios. En lugar de continuar con la costumbre de que los proveedores hicieran la entrega de sus productos en cada tienda y de que cada formato de establecimiento tuviera su propio sistema, WMM implantó los centros de distribución centralizada, como parte de un mecanismo al que denomina resurtido automático, un modelo de inventarios en tres pasos. En el momento en que las cajeras en las tiendas cobran un artículo, éste se descuenta electrónicamente de las existencias; cada movimiento queda registrado en un centro de operaciones nacional, ubicado en las oficinas centrales y de donde parte el pedido electrónico al proveedor. La información que se genera diariamente con los millones de operaciones está al alcance del personal de las tiendas, de los centros de distribución y de los suministradores, quienes así saben cuándo y cuanto abastecer de sus productos. Con esta fórmula, que ha reducido el uso del papel, se surten entre 25 y 30% de los artículos, que por una alta rotación representan 80% del total de las mercaderías (Ramírez, 2002: 31-32).

Los inventarios se reducen al mínimo. Cerca de 90% de los artículos hacen cruce de andén, lo que significa que llegan a las tiendas el mismo día que el proveedor los entregó en el centro de distribución. Éste puede ser de 2 tipos: el destinado a artículos perecederos y el encargado de mercancía seca (desde abarrotes hasta ropa). Para llegar a sus tiendas en la Ciudad de México y su zona metropolitana, WMM contrata una sola empresa de transporte (Ramírez, 2002: 32).

La cadena no da detalles sobre los ahorros de este sistema, pero dice que es efectivo para eliminar faltantes, tener mayor control y manejar inventarios, además de permitir un mejor aprovechamiento del espacio en tiendas y centros de distribución. En promedio, las mercancías pasan por el sistema circulatorio de la compañía 12 veces en un año (Ramírez, 2002: 32)

El horizonte se comenzó a despejar una vez superadas las desavenencias y la desconfianza mutua entre los equipos directivos de Cifra y de la cadena. La primera temía que las nuevas tiendas de su socio canibalizaran las suyas, por lo que un número importante de aperturas se hizo fuera de la región central del país, dice Ford. En tanto, los directivos de la organización no se sentían seguros respecto al futuro de la sociedad, así que mantuvieron fuera del alcance de los socios mexicanos las ventajas de un sistema global de compras. Ni siquiera al consumarse la adquisición de Cifra, en 1997, se acabaron las suspicacias, si bien ello dio pie a un mejor entendimiento y contribuyó a generar confianza entre los inversionistas sobre la ruta que seguiría la compañía (Ramírez, 2002: 36).

Los especialistas perciben algunos riesgos, pero es como ver algunos nubarrones sin saber si se convertirán en tormenta o se disolverán en manchas inofensivas. Carrefour, su gran contrincante a escala mundial, podría decidirse a incrementar su papel en México, pero no hay evidencias de que quiera hacerlo. Después de todo, su desempeño en América Latina no ha sido como se esperaba, además de que ahora se encuentra con una batalla por el mercado de Francia, su país natal (Ramírez, 2002: 36).

Por ahora, los contendientes reales son las cadenas mexicanas. A la distancia, Soriana mantiene su liderazgo como la más rentable del sector, sin embargo sus ventas no crecen y su participación de mercado disminuye. En tanto, Comercial Mexicana sigue sin soltar puntos de su participación de mercado. Gigante, la número tres, se ha mostrado activa en términos de expansión; fue la primera en lanzarse a cruzar el río Bravo para llevar a los latinos de origen mexicano en Estados Unidos un concepto de tienda y productos de su

añorada nación. Más recientemente, Gigante se asoció con la pequeña PriceMart para ir por el nicho en el que domina Sam's, también de Wal-Mart (Ramírez, 2002: 36).

A ojos de los abastecedores eso significa, además de costos financieros, la necesidad de tener un control estricto para no perder de vista a los productos sujetos a estos movimientos, señala. Este pequeño empresario, proveedor de todas las cadenas mexicanas, vende a WMM la mayor proporción de la mercancía que destina al autoservicio (Ramírez, 2002: 37).

Aunque asegura que esta relación ha vulnerado su negocio, acepta: "si no nos hubiésemos mantenido en el nicho en estos tres años, es muy probable que hubiésemos desaparecido, como ocurrió con marcas que no le encontraron." En suma, estar en los estantes es una cuestión de imagen, sirve para comprar mercado, pues los márgenes son para él 7% menores a los que obtiene en otros canales. "Continuaré en el autoservicio. Es una inversión a largo plazo (Ramírez, 2002: 37).

Se puede concluir que un punto básico del éxito de los supermercados reside en su ubicación, ya que se han asentado estratégicamente sobre las grandes avenidas. Así tales establecimientos han llegado a tener una importancia tan grande, que se ha hecho recomendable considerarlos para cualquier nuevo emplazamiento urbano (Quintana, 1992: 158).

Y a pesar de los problemas políticos, sociales y económicos que enfrenta el país, la evolución y crecimiento de los centros comerciales ha sido sostenida, al igual que lo ha sido en construcciones de otro tipo. En los primeros centros comerciales, tanto arquitectos como ingenieros no requerían de mayores datos para poder diseñarlos; no obstante el desenfrenado crecimiento de la ciudad, así como las propias consecuencias que una construcción de este tipo acarrea, como el incremento del precio del terreno que lo circunda y otros, que repercuten enormemente en lo social, por lo que se requiere de la intervención de personas especializadas en otras áreas de conocimiento humano, como la mercadotecnia y la sociología urbana. En países avanzados el arquitecto ya ha

absorbido los conocimientos necesarios para desenvolverse en tales áreas, por lo que no requiere de asesorías especiales. En México aún no se presenta la situación. Hacia 1981, surge Perisur como una de las construcciones más llamativas. (Quintana, 1992:164, 169).

El mayor porcentaje de estas tiendas es de carácter privado y se ubican a lo largo de las principales avenidas para captar el máximo número de clientes; otra modalidad es que se integren a grandes concentraciones comerciales ubicadas en zonas con alta densidad demográfica y estabilidad en el ingreso. Este sistema de distribución se ha venido extendiendo hacia zonas más periféricas en la metrópoli (Torres, 2000: 70).

La expansión de los supermercados en la ciudad de México, el uso de electrodomésticos permitió que se incrementara el trabajo femenino y modificar los hábitos de compra-venta de sus habitantes. Por otro lado la apertura comercial modificó las fuentes de abastecimiento de los productos hortofrutícolas que aparecen en los anaqueles de los autoservicios y en otros mercados de perecederos. En otro orden de ideas, se puede constatar que los hábitos de consumo de algunos productos alimenticios han variado como constatamos en el capítulo 3, que vemos que se incrementó el consumo de lechuga y de algunas frutas entre las que destacan la manzana y la pera en las encuestas ingreso gasto de los hogares.

Para conocer cuáles eran los productos hortofrutícolas que más aparecen en los anaqueles de los autoservicios, se realizaron visitas a supermercados de la Ciudad de México donde encontramos como mencionamos en el capítulo 2, que la manzana y la lechuga fueron los que más estuvieron presentes.

Como se pudo constatar a través del capítulo, el impacto que ha tenido la apertura comercial sobre la Ciudad de México, es que no sólo es por ser una megaciudad donde hay un gran número de consumidores sino que es una ciudad global, donde convergen mercancías, inversiones y capitales internacionales. Lo que afecta tanto a la oferta y demanda de productos tanto industriales como agrícolas. Dentro de estos últimos los

productos hortofrutícolas, modificando así el abasto en esta área. Dentro de este nuevo abasto se tiene la expansión de las cadenas de autoservicios internacionales que se han asociado a las nacionales.

**CAPÍTULO 5. EL IMPACTO DE LA GLOBALIZACIÓN EN LA ESTRUCTURA DE LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA MANZANA Y LA LECHUGA EN MÉXICO**

El objetivo de este capítulo es mostrar el impacto de la globalización en las áreas de producción y su distribución de ciertos productos hortifrutícolas en México para conocer si se modificaron las fuentes de abasto de estos productos en la Ciudad de México.

El déficit del comercio agroalimentario total de México muestra un decremento en términos absolutos. Durante 1990-93 el déficit promedio fue de 2,159.1 millones de dólares y 1,672.5 millones para 1996-99. El déficit comercial en agricultura y ganadería como porcentaje del valor de la producción agropecuaria fue de 1.6 por ciento en promedio en 1994-98 (3.1 por ciento en 1998). (Rosenzweig y Aguilar, 2000: 53).

El comportamiento del sector primario (agricultura, ganadería, forestal y pesca) en términos de comercio y producción ha sido menos favorable que el del sector agroindustrial (alimentos procesados, bebidas y tabaco). De acuerdo con el INEGI el PIB del sector primario (agricultura, ganadería, silvicultura y pesca) mostró una tasa media anual de crecimiento de 1.6 por ciento durante el período 1993-98; mientras que la cifra correspondiente para el sector de alimentos procesados, bebidas y tabaco fue de 3.6 por ciento, durante el período de referencia. (Rosenzweig y Aguilar, 2000:54).

La participación del déficit comercial agrícola y pecuario dentro del déficit comercial total agroalimentario se incrementó de 40.5 por ciento en promedio de 1990-92, a 61.7 por ciento en 1998-99. Por el contrario, la participación del déficit comercial de alimentos procesados, bebidas y tabaco dentro del déficit total agroalimentario fue de 59.5 por ciento en 1998-99. Las exportaciones agroindustriales crecieron a una tasa media anual de más de dos veces superior que las exportaciones del sector agropecuario (17.3 por ciento y 7.3 por ciento respectivamente para el período 1990-99) (Rosenzweig y Aguilar, 2000: 54).

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

La producción de las principales frutas y hortalizas cubrió sólo el 3 por ciento de la superficie agrícola nacional, pero contribuye con entre el 15 por ciento y 20 por ciento del valor total de la producción agrícola. La producción de hortalizas se incrementó 45.7 por ciento entre 1993-99, mientras que la de frutas creció 16.3 por ciento. Debido a que la intensidad de mano de obra es 10 veces mayor en la producción de hortalizas que en la de granos, el sector desempeña un papel importante en la generación de empleo. (Rosenzweig y Aguilar, 2000: 56).

La tasa media de crecimiento de las exportaciones de hortalizas fue de 8.1 por ciento durante 1993-99, mientras que las exportaciones de frutas se incrementaron en una tasa anual de 10.4 por ciento. Los principales productos de exportación son jitomate, pimientos, cebolla, brócoli, pepino, calabaza, limón, melón, sandía, aguacate, uva, plátano, mango y toronja. En frutas y hortalizas, México se ha convertido o ha mantenido su posición como el principal proveedor de EE.UU. para varios productos de importancia. En el caso del jitomate por ejemplo, el cambio tecnológico de los productores del Noroeste, permitió ofrecer un producto con mayor vida de anaquel, entre otras características para satisfacer plenamente las preferencias de los consumidores (Rosenzweig y Aguilar, 2000: 56). A pesar de esto en 1997, las autoridades norteamericanas dejaron que se pudrieran en la frontera miles de trailers que contenían ese producto.

A pesar de estos datos alentadores respecto a algunos productos tenemos que hay incipiente importación de otros y para el caso de la manzana es una constante importante en la balanza comercial.

En el trabajo de campo dentro de los supermercados de la Ciudad de México, como ya se mencionó, los productos hortofrutícolas que más estuvieron presentes fueron la manzana y la lechuga. El origen de los productos nacionales que competían con los extranjeros es: la manzana del estado de Chihuahua y de la lechuga del Estado de Guanajuato.

A continuación se presentan los resultados de las encuestas que se aplicaron en los estados antes mencionados. Iniciando cada apartado con una breve introducción sobre la importancia de estos productos a nivel nacional y en el estado donde se producen, para después analizar los resultados de las encuestas.

### **5.1. La manzana en México**

La manzana ocupa el quinto lugar en consumo de frutas frescas en México, se encuentra entre los frutales de mayor consumo, que son, el limón, el plátano, la naranja, el aguacate y la manzana. Cabe destacar que estos frutos no necesariamente son los de mayor importancia en la producción, ya que en el consumo se incluyen las importaciones (Ponce y Sáenz, 1999: 27).

El estado de Chihuahua representó en 1997 el primer lugar en tierras cosechadas, con 24, 320 hectáreas, lo que significa un 38.9% en el nivel nacional; la siguieron los estados de Durango con 11, 176; Coahuila con 8, 514 y Puebla con 6, 098 hectáreas (Ponce y Sáenz, 1999: 30).

Estos estados, utilizaron superficies cosechadas por diferentes modalidades, ya que la estructura porcentual correspondiente a Chihuahua consistió en un 96.2% de su superficie para riego y un 3.8% para temporal. Durango tuvo una situación muy parecida, al utilizar el 90.5% para riego y 9.5% en temporal. El estado de Coahuila utilizó el 48.7% para riego y el 51.3% para temporal; el estado de Puebla tuvo un comportamiento contrario al de estos estados, ya que solamente utilizó el 0.7% para riego, pero en cambio usó el 99.3% en tierras de temporal (Ponce y Sáenz, 1999: 30).

La superficie siniestrada durante el promedio ha llegado a representar un poco más de 8.4 mil hectáreas anuales. Para 1997 se habían establecido 67, 506 hectáreas y se cosecharon 62, 507, con lo que la superficie siniestrada de manzana en ese año llegó a ser de 4,999 hectáreas, la cifra más baja registrada en lo que va de la década (Ponce y Sáenz, 1999: 31).

Chihuahua es el estado que mantiene la supremacía en la producción de manzana, debido a que durante el periodo de 1990 a 1996 participó con el 56.6% nacional; le siguieron los estados de Durango, con, 12.8%; Coahuila, con 8.2% y Puebla, con 7.3%; mientras que el porcentaje restante se ubicó con el 15.1% (Ponce y Sáenz, 1999: 36).

Estos cuatro estados, tuvieron una participación del 82.9% nacional; durante este periodo el estado de Chihuahua sobresale debido a que su producción promedio se ha mantenido por arriba de las 270 mil toneladas de manzana, le sigue Durango con una producción promedio de 63 mil toneladas, Coahuila y Puebla con 41 mil y 36 mil toneladas promedio respectivamente (Ponce y Sáenz, 1999: 37).

La producción para 1997, presentó resultados similares a los reportados en el periodo, ya que el estado de Chihuahua sigue siendo el primer productor de manzana en el país, con una producción de 414, 337 toneladas, lo que significa el 66% nacional (Ponce y Sáenz, 1999: 37). El estado de Durango tuvo una participación de 97, 654 toneladas, las participaciones porcentuales de Coahuila y Puebla fueron del orden del 4.6 y 4.5%, respectivamente (Ponce y Sáenz, 1999: 37).

Entre 1990 a 1997 las tasas de crecimiento de la producción han variado en forma importante; en 1991 se tuvo un crecimiento del 16%; el siguiente año fue de 13%; sin embargo, los siguientes tres años hubo decrementos constantes al pasar en 1993 a menos 10%; en 1994 y 1995 el decremento se ubica en el 9 y 15%, respectivamente (Ponce y Sáenz, 1999: 37-38).

Sin embargo, lo que explica mejor la situación de la producción de la manzana es la evolución que ha tenido la tasa media anual de crecimiento que de 1990 a 1996 se ha situado en menos de 1%. En términos generales se puede decir que la inconsistencia en la producción se debe principalmente a factores exógenos que el productor no puede controlar en su totalidad, por ejemplo: las heladas tardías, la presencia de granizadas, y los efectos de cambio climático (fenómenos como el "niño") (Ponce y Sáenz, 1999: 38).

La manzana se cosecha en los meses de agosto, septiembre y octubre (pudiendo llegar a noviembre, según la variedad). Una parte se vende en esta época y la otra se refrigera en cuartos frigoríficos convencionales, donde permanece hasta enero-febrero, y otra parte en atmósfera controlada, donde permanece hasta junio-julio. De esta manera puede llegar a existir disponibilidad de manzanas todo el año (Ponce y Sáenz, 1999: 55).

En el caso de la manzana la Norma Oficial fue publicada en 1993 por el Diario Oficial de la Federación que establece sus características de calidad para consumo humano únicamente, y esta se complementa con cinco normas mexicanas vigentes.

El estado de Chihuahua es el más importante en la producción de manzana del país y el que abastece a los supermercados de la Ciudad de México, a continuación se menciona brevemente sobre él.

#### **5.1.1. La importancia de la manzana en Chihuahua**

Chihuahua es el estado más grande de la República Mexicana, con una extensión territorial de 247,087 km<sup>2</sup> y representa el 12.6 por ciento del área total de la Nación ([www.Chihuahua.gob.mx](http://www.Chihuahua.gob.mx)).

Se encuentra localizado en la parte norte centro del país. Limita con los Estados Unidos de América; haciendo frontera con Texas y Nuevo México con una extensión de 737.9 kms (frontera terrestre 292.7 kms y frontera pluvial 445.2 km); al sur con los estados de Durango y Sinaloa; al oeste, con Sonora, y al este con Coahuila ([www.Chihuahua.gob.mx](http://www.Chihuahua.gob.mx)).

La población total del Estado, según el INEGI, al 14 de febrero fue de 3'052,907 habitantes en donde el 82.6 por ciento se encuentra concentrada en áreas urbanas y el resto en zonas rurales (localidades con menos de 2,500 habitantes). La densidad de población es de 12.6 habitantes por km<sup>2</sup>. Para el 14 de febrero de 2000, según el INEGI,

la entidad ocupaba el 12o. lugar de población en el contexto nacional ([www.Chihuahua.gob.mx](http://www.Chihuahua.gob.mx)).

Según el Censo de Población y Vivienda de 1990, la Población Económicamente Activa (PEA) era de 797,051 habitantes de los cuales, el sector primario constituía el 17.7 por ciento, el 37.3 por ciento se encuentra en el sector secundario y el 45 por ciento en el sector terciario. Para 2000 la PEA llegó a 1'129,737 de los cuales se ocuparon en el Sector Primario 8.9 por ciento, en el Secundario 42.1 por ciento y en el Terciario 45.5 por ciento ([www.Chihuahua.gob.mx](http://www.Chihuahua.gob.mx)).

En términos de personal ocupado en el sector formal, Chihuahua ha sostenido un crecimiento constante en el número de asegurados permanentes. A diciembre de 2000 el número de asegurados, según cifras del Instituto Mexicano del Seguro Social, alcanzó la cifra de 761,802, esto es 37,118 empleos más que 1999, lo que significa un crecimiento de 5.12 por ciento. Colocando a Chihuahua en la sexta posición en la generación de empleos en el contexto Nacional ([www.Chihuahua.gob.mx](http://www.Chihuahua.gob.mx)).

En los últimos años, el Producto Interno Bruto del Estado ha aumentado su participación en el PIB Nacional, al incrementarse de 3.9 por ciento en 1993 a 4.2 por ciento en 1996, 4.2 por ciento en 1997, 4.3 por ciento en 1998 y 4.4 por ciento en 1999, lo que lo coloca en el quinto lugar en comparación con las otras Entidades Federativas ([www.Chihuahua.gob.mx](http://www.Chihuahua.gob.mx)).

Las actividades primarias en el Estado han sido muy importantes a través de los años. El 5.1 por ciento del suelo total del Estado está destinado a la agricultura, de ahí, el 35.8 por ciento cuenta con sistema de riego y el resto es de temporal. Dentro de los cultivos más importantes que se cosechan en el Estado se encuentra el algodón, trigo, sorgo, maíz, alfalfa, nogal, manzana, hortalizas, frijol, avena, cebada, Papa y chile. A nivel nacional, Chihuahua ocupa el primer lugar en producción de manzana, durazno, nuez y chile. Y el segundo lugar en la producción de cebolla y algodón ([www.Chihuahua.gob.mx](http://www.Chihuahua.gob.mx)).

La superficie cosechada del maíz grano ocupa el primer lugar presentando 237,763 ha para 1990 y 56,711 ha para el año 2000 mostrando un decremento de casi la quinta parte. En cambio la manzana tubo un comportamiento variable presentando un pequeño incremento al final del periodo encontrándose que para 1990 la superficie cosechada fue de 17,713 ha y de 19,141 para el 2000 (Anexo estadístico del capítulo 5).

La superficie dedicada a la manzana ocupa el cuarto lugar en el estado para el periodo analizado. El comportamiento de la superficie dedicada a la manzana es variable durante el periodo analizado ya que para 1990 se le dedicaban 21,488 ha y 24,270 ha para el año 2000 (Anexo estadístico del capítulo 5).

Por su parte, el precio real de la manzana disminuyó durante el periodo. La disminución ha tenido un comportamiento decreciente constante (Anexo estadístico del capítulo 5).

En lo que respecta a la ganadería, Chihuahua cuenta con extensas áreas de pastizales (el 72 por ciento de la superficie territorial esta destinada a usos pecuarios) en su mayor proporción natural, lo cual condiciona que la ganadería sea una actividad relevante. En el Estado, el ganado bovino tiene supremacía y representa el 60 por ciento del inventario correspondiente. Su producción se orienta a la exportación de becerros en pie hacia los Estados Unidos. Los productos pecuarios de mayor relevancia son la leche, la carne de bovino y de puerco, en lo que el Estado ocupa un lugar importante a nivel nacional ([www.Chihuahua.gob.mx](http://www.Chihuahua.gob.mx)).

Chihuahua es sin duda, el estado de mayor superficie de vocación forestal y arbolada del país, en esta última, con 25 por ciento más que sus cercanos seguidores: Durango y Oaxaca; y por muchos años en las décadas de los 70's y 80's, tuvo también el primer lugar en extracción forestal; sin embargo, actualmente ocupa el segundo lugar, superado por el estado de Durango ([www.Chihuahua.gob.mx](http://www.Chihuahua.gob.mx)).

La Industria Maquiladora de Exportación (IME), es hoy en Chihuahua un sector consolidado con 401 plantas promedio registradas durante 1999 y 446 en 2000 que

representan el 12.5 por ciento del total del País. De acuerdo con su ubicación geográfica, el 69 por ciento se encuentran en Ciudad Juárez, el 18.8 por ciento en la Ciudad de Chihuahua, y el 12.1 por ciento en el resto del Estado. En el ámbito Nacional, la IME en Chihuahua ocupa el primer lugar como generadora de empleos y de valor agregado participando con el 24.8 por ciento y 25.2 por ciento respectivamente ([www.Chihuahua.gob.mx](http://www.Chihuahua.gob.mx)).

En los últimos años, el sector industrial, debido a su gran dinamismo, ha constituido el motor principal de la economía estatal, concentrándose principalmente en las ciudades de Juárez y Chihuahua. Sin embargo, se ha visto la necesidad de impulsar otros polos de desarrollo por lo que se cuenta con 31 parques industriales y 7 reservas territoriales distribuidos en: Juárez, Chihuahua, Delicias, Cuauhtémoc, Nuevo Casas Grandes, Parral, Camargo, Saucillo y Aldama ([www.Chihuahua.gob.mx](http://www.Chihuahua.gob.mx)).

La inversión extranjera materializada en el estado de Chihuahua desde 1994 hasta marzo de 2001 asciende a 3,985.5 millones de dólares de los cuales el 98.3 por ciento se encuentra concentrado en la Industria Manufacturera, el 0.6 por ciento en el comercio y el 0.4 por ciento restante en la Minería. Colocando al Estado en la quinta posición con el resto de las Entidades Federativas ([www.Chihuahua.gob.mx](http://www.Chihuahua.gob.mx)).

Los principales países inversionistas son Estados Unidos que concentra el 85.7 por ciento del total de las empresas y Canadá con 5.1 por ciento. El resto se encuentra entre países como Japón, Holanda, China, Australia y España, entre otros ([www.Chihuahua.gob.mx](http://www.Chihuahua.gob.mx)).

A continuación se presentan los resultados de la encuesta realizada en Chihuahua a productores de manzana. Se realizaron 3 grandes apartados de la encuesta que son: aspectos físicos, aspectos técnicos y aspectos económicos del cultivo. La encuesta se aplicó a una muestra de 15 pequeños productores de manzana en Chihuahua que proporcionó el Consejo Nacional Agropecuario. Se realizó en los meses de octubre a noviembre del 2001 en el estado de Chihuahua. (Ver anexo estadístico).

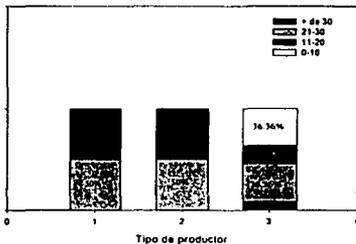
De los 15 encuestados 2 resultaron ser pequeños productores debido a que poseen entre 0 y 10 has; otros 2 son medianos productores porque poseen entre 11 y 100 has y los once restantes grandes productores por poseer más de 100 has. De acuerdo con el Consejo Nacional Agropecuario el espacio muestral es de 30 productores, cabe mencionar que los productores tienen un nivel tecnológico similar.

Las gráficas de los resultados están divididas por tipo de productor. En primer lugar aparecen los pequeños; en segundo los medianos y en tercero los grandes.

### 5.1.2. Implicaciones especiales en la producción

El análisis de la encuesta inicia con los años de experiencia de los productores y que cambios sufrió la superficie dedicada al cultivo.

GRÁFICA 21  
AÑOS DE EXPERIENCIA  
Manzanas de Chihuahua



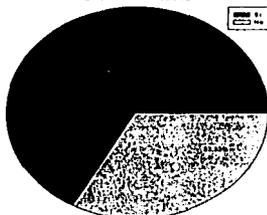
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

Respecto a la experiencia en el cultivo del producto de los 2 pequeños productores uno tiene entre 11 y 20 años de experiencia y el otro entre 21 y 30 años de experiencia. De

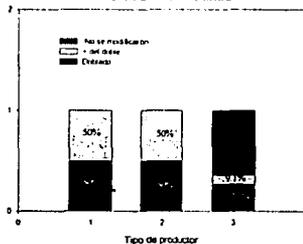
los medianos 1 tiene entre 11 y 20 años de experiencia y el otro entre 21 y 30 años de experiencia. De los grandes productores 4 tienen entre 0 y 10 años de experiencia; 2 productores entre 11 y 20 años de experiencia; 4 productores entre 21 y 30 años de experiencia y un productor más de 30 años de experiencia. De estos resultados el dato que llama la atención es que de los grandes productores haya 4 que tienen entre 0 y 10 años de experiencia puesto que este cultivo necesita varios años para producir por primera vez para el mercado y dada la extensión de tierra que poseen se requiere de una gran inversión por lo que sea probable que conozcan por alguna razón el cultivo de la manzana.

GRÁFICA 22  
MODIFICACIÓN DE SUPERFICIE  
Manzanas de Chihuahua



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

GRÁFICA 23  
INDICADOR DE CAMBIO DE SUPERFICIE  
Manzanas de chihuahua



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

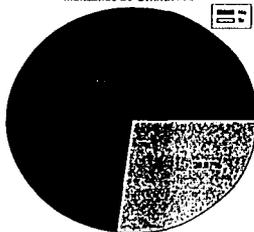
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Si se analiza la gráfica 22 en números absolutos tenemos que de los pequeños productores 1 la modificó. De los medianos productores 1 modificó la superficie y el otro no. De los grandes productores 3 no modificaron la superficie y ocho si la modificaron.

La gráfica 23 muestra hacia donde se realizaron las modificaciones en la superficie y tenemos que de los pequeños productores 1 no modificó su superficie y el otro la modificó en más del doble de la superficie que tenía al inicio de su actividad en la producción de manzana. De los medianos productores 1 no modificó su superficie y el otro amplió su superficie en más del doble. De los grandes productores 3 no modificaron su superficie, siete doblaron la superficie dedicada al cultivo y 1 amplió la superficie dedicada a este cultivo en más del doble.

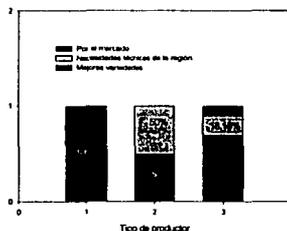
### 5.1.3. Implicaciones en las técnicas en la producción

GRÁFICA 24  
CAMBIO DE VARIEDAD  
Manzanas de Chihuahua



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

GRÁFICA 25  
CAUSAS DE CAMBIAR DE VARIEDAD  
Manzanas de Chihuahua



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

En este apartado es importante resaltar que dentro de los impactos que tiene la globalización esta el elegir el tipo de variedad del producto que se produce. Dentro de las causas más importantes para hacerlo está las preferencias de los mercados internacionales, la promoción de alguna variedad que las empresas transnacionales consideran que les conviene. Por otro lado, las exigencias fitosanitarias de inocuidad, certificación de productos orgánicos y actualmente se está negociando sobre etiquetar los productos que sean transgénicos, hacen que se introduzcan mejores funguicidas y fertilizantes o se cambien por orgánicos los químicos o viceversa; así como las estrategias que utilizan las transnacionales para introducir productos nuevos o algunos que no se pueden vender en los países desarrollados tratan de vender esa producción en los países subdesarrollados.

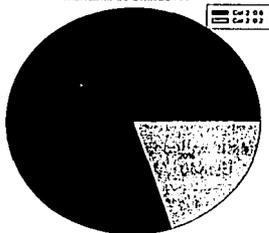
Un hecho importante de resaltar es que al aplicarse el modelo neoliberal el estado mexicano no realiza más la función de asesoría técnica a los productores agrícolas y actualmente recae en los distribuidores de las empresas transnacionales, por lo que ellas determinan que semillas, fertilizantes, funguicidas y pesticidas se aplican, así como que maquinaria utilizar también.

En la gráfica 24 que se refiere a que si cambio de variedad se observa que de los dos pequeños productores uno si cambio de variedad; de los dos medianos productores uno si cambio de variedad y el otro no y de los grandes productores 3 si cambiaron de variedad y 8 no cambiaron de variedad de manzana.

La gráfica 25 muestra las causas por las que se cambio de variedad o no. Para los pequeños propietarios no cambiaron de variedad debido a que en su mercado lo satisfacen con la variedad que producen; los medianos productores el que si cambió de variedad lo hizo por razones técnicas de la región, es decir, por el clima, el empobrecimiento de los suelos, para optimizar el rendimiento en la producción, etc. y el que no cambió fue porque así lo pide el mercado: dentro de los grandes propietarios de los 8 que no cambiaron de variedad se debió a que su mercado está satisfecho con la variedad que producen, de los tres que si cambiaron de variedad uno lo hizo porque encontró mejores variedades de manzana para su producción y los dos restantes por

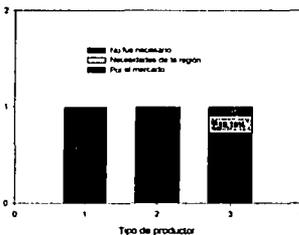
necesidades técnicas de la región. Cabe mencionar que las exigencias del mercado demandan nuevas variedades o un color o tamaño determinado o en una temporada diferente a la habitual.

GRÁFICA 26  
CAMBIO DE ÉPOCA DE CULTIVO  
Manzana de Chihuahua



Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

GRÁFICA 27  
CAUSAS DE MODIFICACIÓN DE ÉPOCA DE CULTIVO  
Manzanas de Chihuahua



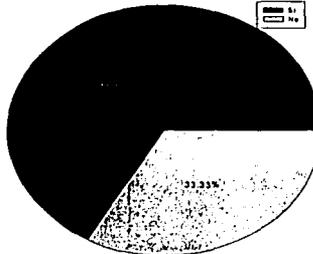
Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

El 100% de los productores de manzana cosecha en Otoño.

Con respecto a sí existe un cambio en la época de la cosecha, todos los productores declararon que cosechan la manzana en otoño. A la pregunta si han modificado la época de cultivo de los dos pequeños productores ninguno de ellos la modificó, de los medianos productores ninguno de los dos modificó la época de la cosecha, en cambio de los 11 productores, 3 si modificaron su época de cosecha del cultivo.

Dentro de los grandes productores 3 fueron los que modificaron la época de cosecha de la manzana dos de ellos lo hicieron debido a necesidades de la región, entre las que tenemos el clima, los suelos, la calidad de la cosecha, entre otros. Y uno a las necesidades de su mercado, las cuales mencionamos anteriormente.

GRÁFICA 28  
BÚSQUEDA DE APOYO TÉCNICO  
Manzanas de Chihuahua



Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

A continuación se muestra si existe un cambio en la época de cosecha. Todos los productores declararon que cosecharon la manzana en otoño. A la pregunta de si han modificado la época de cultivo de los 2 pequeños productores ninguno de ellos la modificó, de los medianos productores ninguno de los dos modificó la época de cosecha, en cambio de los 11 productores, 3 si modificaron su época de cosecha del cultivo.

Dentro de los grandes productores 3 fueron los que modificaron la época de cosecha de la manzana, dos de ellos lo hicieron debido a necesidades de la región, entre las que tenemos el clima, los suelos, la calidad de la cosecha, entre otros y uno a las necesidades de su mercado, las cuales mencionamos anteriormente.

Respecto a la búsqueda de apoyo técnico, de los pequeños productores uno si buscó apoyo y el otro no; de los medianos productores los dos buscaron apoyo técnico; de los once grandes productores solo 4 no buscaron apoyo técnico y los 7 restantes si buscaron.

Dentro del apoyo técnico, se tienen nuevas técnicas de riego, fertilización, control de plagas y enfermedades, cuidado post-cosecha y otras. El total de los 15 productores buscaron asesoría en más de uno de los puntos anteriores como lo se puede apreciar en

la gráfica 28.

El 100% de los productores introdujo más de una nueva técnica de producción, entre las que sobresalen riego, fertilización, control de plagas y enfermedades y cuidado post-cosecha.

#### 5.1.4. Implicaciones económicas en la producción en la zona de estudio

Dentro de los impactos económicos de la globalización en la zona productora se consideran los siguientes indicadores: empleo, los tipos de mercado, el costo de la presentación del producto y finalmente el precio, ya que si el impacto fue favorable estos se habrán incrementado y en caso contrario tendrá un efecto negativo.

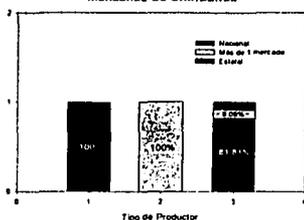


TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

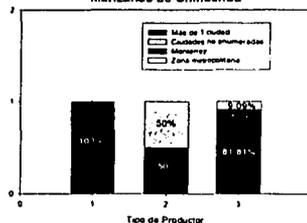
Sobre el impacto en el empleo se observa que para los pequeños productores 1 mantuvo el mismo número de empleados y el otro aumentó su número de empleados. De los medianos productores uno mantuvo su número de empleados y otro aumento su número de empleados. De los once grandes productores 4 mantuvieron el mismo número de empleados y 7 aumentaron el número de empleados. Se puede decir que si existe un impacto de la globalización en este rubro es positivo.

**GRÁFICA 30  
TIPO DE MERCADO  
Manzanas de Chihuahua**



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

**GRÁFICA 31  
DESTINO DE LA PRODUCCIÓN  
Manzanas de Chihuahua**



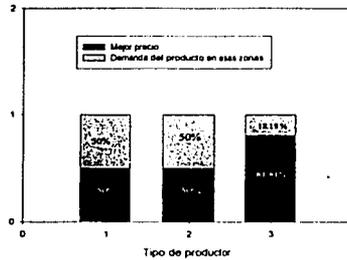
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

Respecto al tipo de mercado que tienen los productores de manzana de Chihuahua, los dos pequeños productores tienen un mercado nacional; respecto a los medianos productores los dos que componen este grupo tienen más de un mercado de los que se mencionan y los grandes productores 9 tienen un mercado nacional, uno mercado estatal y otro más de un mercado de los mencionados anteriormente. En este aspecto se puede concluir que la globalización de la economía no les ha afectado positivamente porque ninguno tiene mercado internacional.

El destino de la producción dentro del país se distribuye como sigue: para los dos pequeños productores su producción va a más de 1 de las ciudades enumeradas; para los medianos productores para 1 su producción tiene como destino más de uno de las ciudades enumeradas y para las otras ciudades que no enumeramos, para los grandes productores uno de ellos envía su producción a la ZMCM, otro a la ciudad de Monterrey y para los 9 restantes su producción la envían a más de una de las ciudades enumeradas.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

GRÁFICA 32  
CAUSAS DE ELECCIÓN DE MERCADO  
Manzanas de Chihuahua

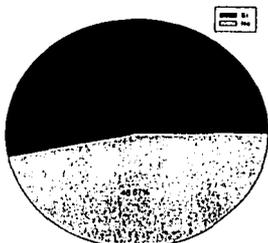


Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

Dentro de las principales causas para elegir un mercado determinado se tienen el precio, cercanía y porque su producto es demandado en algún sitio determinado. Para los productores encuestados se tiene que dentro de los pequeños productores 1 eligió su mercado por el precio que le otorgan y el otro porque es donde puede colocar su producción, dentro de los medianos productores para uno su mercado es donde se les demandan y el otro por el precio que le otorgan; para los grandes productores 9 eligen su mercado por el precio que les otorgan y 2 porque es donde pueden colocar su producción.

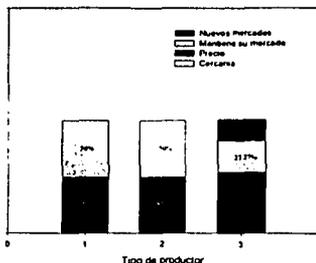
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

GRÁFICA 33  
MODIFICACIÓN DE MERCADO DESDE 1987  
Manzanas de Chihuahua



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

GRÁFICA 34  
CAUSAS DE CAMBIO DE MERCADO  
Manzanas de Chihuahua



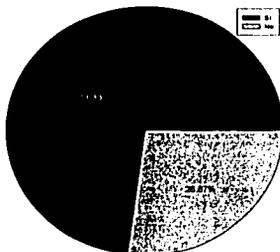
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

Como ya se mencionó, la apertura comercial de nuestro país se dio en 1986 y a partir de ese año, el abasto de hortofrutícolas se diversificó con la introducción de productos extranjeros. Para los productores encuestados dentro de los pequeños productores uno no modificó su mercado con la apertura comercial y el otro sí lo modificó, de los medianos productores uno sí modificó su mercado y el otro no; para los 11 grandes productores 6 sí modificaron producto y 5 no lo modificaron.

Respecto a las causas por las que modificaron su mercado, se tiene que para los pequeños productores 1 mantiene su mercado y el otro consigue nuevos mercados; de los medianos productores uno modificó su mercado por encontrarse más cerca y el otro por el precio; dentro de los grandes productores 2 modificaron su mercado por el precio, seis por haber encontrado nuevos mercados y 3 mantuvieron su mercado.

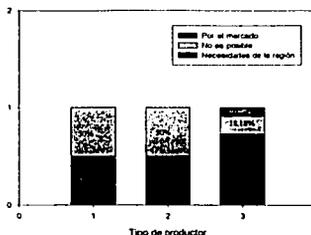
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**GRÁFICA 35**  
**MODIFICACIÓN DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**  
**Manzanas de Chihuahua**



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

**GRÁFICA 36**  
**CAUSAS DE MODIFICACIÓN DE PRESENTACIÓN**  
**Manzanas de Chihuahua**

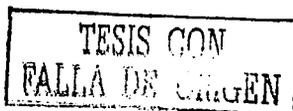


Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

En lo que se refiere a la modificación de la presentación de su producto entre los pequeños productores se tiene que uno no modificó su presentación y otro si la modificó; de los medianos productores 1 si modificó la presentación del producto y el otro no; de los grandes productores 9 si modificaron su presentación y 2 no.

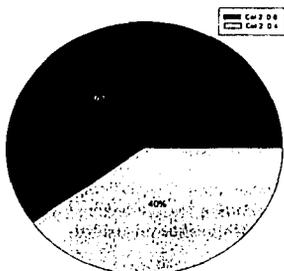
Entre las causas para modificar la presentación del producto, en el grupo de los pequeños productores a uno no le fue posible modificar su presentación y el otro modificó su presentación por necesidades del mercado; de los medianos productores 1 modificó la presentación por necesidades de mercado y el otro no le fue posible modificarla; para los grandes productores 8 modificaron la presentación del producto por necesidades del mercado, 1 la modificó por las necesidades de la región y a 2 no les fue posible modificar la presentación del producto.

Dentro de las necesidades del mercado se encuentran si el producto debe ser lavado, desinfectado, algún tratamiento hidrotérmico, si se le encera para llevarlo al mercado que se tiene o al que se desea introducir o nuevas reglas fitosanitarias. Como



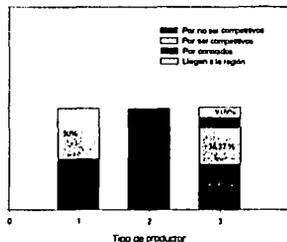
actualmente se han introducido normas de inocuidad, las cuales miden los pesticidas, funguicidas y fertilizantes que se aplican a los cultivos para preservar la salud de los consumidores.

GRÁFICA 37  
LOCALIZACIÓN DE NUEVOS COMPRADORES  
Manzanas de Chihuahua



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

GRÁFICA 38  
CAUSAS DE MODIFICACIÓN DE COMPRADORES  
Manzanas de Chihuahua



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

La pregunta sobre la localización de nuevos compradores se hizo con el fin de saber si llegaron nuevos compradores extranjeros o *brokers* nacionales e internacionales del mercado mundial. Dentro de los pequeños productores 1 no localizó nuevos compradores y el otro si; los dos medianos compradores no localizaron nuevos compradores; de los 11 grandes productores 5 no encontraron nuevos compradores y el 6 si localizaron nuevos compradores.

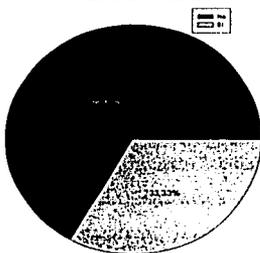
Esta pregunta se realizó para conocer si dentro de los compradores estaban *brokers* nacionales e internacionales y saber si el gobierno esta promoviendo los productos del campo nacionales en el extranjero. Las respuestas de ser competitivos o no serlo se refieren tanto a precio, calidad del producto y puntualidad en la entrega. La primera entra dentro de lo que en comercio internacional se llaman ventajas comparativas y las

segundas en ventajas competitivas.

Ahora, analizando la gráfica 38 se tiene que dentro de los pequeños productores uno cambio de comprador por no ser competitivo; es decir, su precio o su calidad o sus tiempos de entrega no eran los que establecen y el segundo por ser competitivo pudo encontrar otro comprador. Para los medianos productores los dos cambiaron de comprador por no ser competitivos y dentro de los grandes productores 4 cambiaron de comprador por no ser competitivos, 5 por ser competitivos, uno porque el comprador llegó a la región y otro porque gente conocida por el se los presentó.

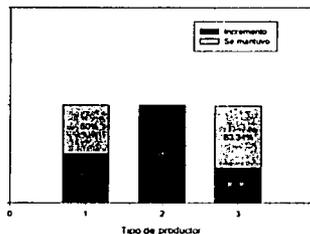
Como se puede observar, el estado mexicano ha dejado por completo su intervención en algunas áreas del campo.

GRÁFICA 39  
MEJORA EN PRECIO  
Manzanas de Chihuahua



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

GRÁFICA 40  
INDICADOR DE PRECIO  
Manzanas de Chihuahua



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de manzana del Estado de Chihuahua en el 2001.

La manzana es un producto que se ha caracterizado por obtener buenos precios en el mercado, con la competencia de la manzana extranjera es necesario conocer como se han comportado los ingresos de los productores de manzana en los últimos años. La gráfica 40 muestra que dentro de los pequeños productores uno considera que el precio ha mejorado y para el otro no; dentro de los medianos productores los dos consideraron

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

que el precio no ha mejorado y para los grandes productores encontramos que para 4 no ha mejorado el precio y para 7 si mejoró el precio.

En el indicador de mejoramiento del precio dentro del grupo de los pequeños productores para 1 no mejoró, únicamente se mantuvo y para el que si mejoró hubo un incremento en el precio de compra de la manzana; para el grupo de medianos productores no mejoró el precio puesto que se mantuvo igual y dentro del grupo de grandes productores para los 4 que no mejoró consideraron que el precio se mantuvo y para los 7 que si mejoró se observó un incremento en el precio.

Es importante el dato de que para la mayor parte de los productores el precio se mantuvo inalterable puesto que el costo de la mano de obra, la maquinaria, los implementos agrícolas y los funguicidas, pesticidas y abonos si aumentaron lo que reduce sus ganancias.

Del primer apartado de la encuesta aplicada a productores de manzana podemos concluir que el 73.33% de los productores encuestados tienen mas de 10 años de experiencia, el 66.67% de los productores modificaron su superficie dedicada al cultivo. Del total de productores el 66.67% amplió su superficie y ninguno la disminuyó. En el aspecto técnico entre los resultados más sobresalientes tenemos que el 73.33% de los productores encuestados no cambiaron de variedad de manzana. El 73.33 de los productores que cambiaron de variedad fue debido a exigencias del mercado. En cambio el 100% de los productores no varió la época de cultivo. El 41.18% que fue el grupo más representativo lo hizo debido al precio de producto en el mercado. El 66.67% de los productores tuvo necesidad de buscar apoyo técnico. Por otro lado el 100% de los productores introdujo nuevas técnicas de producción. Cabe mencionar que los productores de manzana de Chihuahua, se encuentran entre los más modernizados de la República, y por último, se tiene que el 60% de los productores aumentó su número de empleados, situación congruente debido a que la mayoría incrementó su superficie de cultivo.

Dentro de los aspectos económicos se tiene que para el 73.33% de los productores su mercado es nacional y el 80% de los productores tienen como mercado la ZMCM, Guadalajara, Monterrey, Veracruz, Mérida, entre los más importantes.

El 73.33% de los productores eligen sus mercados por encontrar buenos precios. El 53.33% modificaron sus mercados a partir de la apertura comercial en 1986. El 46.67% de los productores lo hizo porque surgieron nuevas opciones de mercados. En los últimos años el 73.33% ha modificado la presentación del producto por necesidades del mercado. El 46.67% de los productores tienen nuevos compradores. El 40% de los productores tienen nuevos compradores debido a que ofrecen buenos precios. Para el 53.33% consideran que el precio del producto se incrementó.

## **5.2. La lechuga en México**

Aunque la lechuga se produce en diversos estados de la República, los dos principales productores del país son Puebla y Guanajuato, para observar los aspectos que se manejan distintamente, en los sistemas de producción y posteriormente en las actividades consecuentes (Aserca, 1999: 5). Cabe mencionar que estos 2 estados son competidores del mercado de los supermercados de la Ciudad de México. Un dato importante es el hecho que en los supermercados donde aparece lechuga extranjera la nacional proviene de Guanajuato y en los supermercados donde solo se presenta nacional proviene de Puebla.

En México Puebla ha sido por excelencia el mayor productor de lechuga, seguido por Guanajuato que manteniendo su crecimiento en la superficie cultivada, lo ha superado en 1990 y 1996. Y Baja California ha presentado altibajos fuertes. Otros estados productores son: San Luis Potosí y Zacatecas (Aserca, 1999: 9).

El principal estado productor es Puebla; en 1997, con una producción de 52 283 toneladas, aportó casi 30% de la producción nacional, mientras que en conjunto Guanajuato y Baja California –segundo y tercero en producción- apenas superaron esa

cifra, sumando los tres 59.9% (Aserca, 1999: 10,11).

Las zonas de mayor producción en el estado de Puebla se encuentran en Tecamachalco, sobresaliendo Palmarito, Acatzingo y Los Reyes. En Guanajuato doce agricultores manejan alrededor de 70% de la producción del Bajío, sobresaliendo Irapuato, Cortazar, Villagrán y Apaseo El Grande (Aserca, 1999: 11).

De los principales estados productores, el que presentó mayor rendimiento en lo que va de la década, fue San Luis Potosí con 29.889 ton/ha en 1996, teniendo el menor en el mismo periodo, Zacatecas con 12.827 en 1993 (Aserca, 1999: 11).

En el estado de Puebla la producción es más típica, menos tecnificada que en Guanajuato. La semilla la adquieren enlatada de las empresas semilleras –ya que entre ellos no hay quién se dedique a su producción-, con un costo de \$1 700.00 la libra del híbrido, que tiene la particularidad de ser menos propensa a problemas de enfermedades como la cenicilla. La plántula se produce en almacigos o contenedores de poliuretano en invernaderos rústicos, que son los que predominan por los altos costos de estructuras especializadas. Sobre el particular, en un espacio de 21 m cuadrados se produce plántula suficiente para ½ hectárea; cada contenedor tiene 200 orificios, colocando una semilla en cada uno, misma que tiene una viabilidad de cuando menos el 90%. Para la producción de una hectárea se requieren 300 contenedores, lo que arroja 60 000 plantas por hectárea. Esta etapa lleva alrededor de 30 días, donde se hacen aplicaciones de nutrientes, insecticidas y funguicidas (Aserca, 1999:5).

En Guanajuato, además de que el cultivo se desarrolla con mayor tecnología, por los sistemas de riego, el principio de inocuidad el cual se refiere a que tipo de fertilizantes, herbicidas y funguicidas se utilizan para no dañar la salud de los consumidores y las inversiones que realizan, los productores están involucrados en el Comité de Sanidad Vegetal, lo que permite que estén al día en cuanto a los productos químicos autorizados, en metodologías de cultivo, y se preocupan porque los trabajadores mantengan aseadas las manos durante la cosecha, para que el producto sea más sano; se tiene un control

estricto a la hora de empacar, en cuanto a plagas, estándares de calidad, entre otros (Aserca, 1999: 6).

La mayoría de la producción de Puebla no se empaca, se carga a granel, no se enfría, en fin, no recibe un manejo poscosecha. Por su parte, En Guanajuato el 60% de la producción si lo recibe, donde la lechuga producida ha llegado a tener hasta 30 días de vida de anaquel (Aserca, 1999: 12).

Los doce agricultores principales de Guanajuato cuentan con industria de empaque, manejan al menos una marca, utilizan la caja para el transporte, tubos de enfriamiento, selección, etc. Incluso si alguien lo desea, maquilan su producto, porque para ellos es mejor que más productores hagan las cosas bien y con ello se presente una competencia mas leal, para mejorar la situación; esta maquila consiste en que la lechuga se enfría, se paletiza y se les envía (Aserca, 1999: 12).

La lechuga en cuanto llega al empaque, pasa por las mesas de selección, consistentes en una banda donde se encuentra el personal que va eliminando la pata –cuello- de la planta y las hojas básales que han tenido contacto con el suelo o las manos de los empleados de campo; posteriormente se amarra con un cable cubierto de plástico y se sumerge en agua con cloro para su desinfección; una vez terminada esta labor se mete en su bolsa de empaque y se coloca en una caja resistente al agua, que se somete a un baño con agua a 0 °C mediante un hidrocóoler –enfriador hídrico-, para que se enfríe y se vuelva a hidratar; inmediatamente se lleva a cámara fría donde permanece hasta el momento de su traslado (Aserca, 1999: 12).

Por otra parte, el control de la temperatura de los frigoríficos en las tiendas de autoservicio, es muy importante para mantener la calidad del producto; debido a que en estos comercios mezclan los productos perecederos, es frecuente que las temperaturas no sean las adecuadas para la lechuga, o se apaguen los aparatos para evitar el consumo de electricidad, por lo que los empacadores destinan parte de su personal al monitoreo en tiendas comerciales, para llevar un historial de las temperaturas y si no se respetan las

condiciones que se requirieren para su buen estado –establecidas de antemano–, no se admiten reclamaciones posteriores (Aserca, 1999: 12).

El control de calidad se maneja en el estado de Guanajuato, donde algunos productores tienen un programa integral estructurado. Cada lote tiene un número asignado, que se mantiene hasta el envasado a través del código de barras, lo que es prioritario para el mercado de Estados Unidos y que se utiliza en el resto del mundo; inclusive en México se utiliza este procedimiento para la venta en tiendas de autoservicio (Aserca, 1999: 12).

Nos explican que si una caja de lechuga en cualquier sitio, ya sea en el país o en el extranjero, presenta algún problema, tan sólo llamando por teléfono o indicando el número asignado, se sabe de qué parcela salió, quién la empacó, cómo la empacó, cuándo se regó, cuándo se fumigó, con qué se fumigó, con qué se fertilizó, entre otras cosas; o sea, cuentan con una base de datos del historial de los campos, de la gente, del cultivo y sus prácticas, cuadrillas, manejo de cuadrillas, etc. (Aserca, 1999: 12-13).

En cuanto a ventas para tiendas de autoservicio, cuentan con una cartera amplia de clientes de ese tipo, pero es difícil que se respeten los pedidos, sin embargo tienen una idea de lo que van a solicitar, aunque no saben el precio ni cantidades específicas (Aserca, 1999: 15).

### **5.2.1. La importancia de la lechuga en Guanajuato**

La extensión territorial de Guanajuato es de 30, 589 km<sup>2</sup> que representa el 1.5% de la superficie del territorio nacional, ubicándose en el vigésimo segundo lugar por su tamaño. Predominando una altura sobre el nivel del mar de 2, 000 metros (Herrera, 2001: 99).

Existen dos cuencas hidrológicas que irrigan el estado: la de Lerma-Santiago, que irriga el 84% de la superficie del estado, y la del Pánuco-Tamesi. Dentro de estas dos cuencas existen varias presas para uso de riego, agua potable y control de avenidas entre las que

sobresalen las presas de Solís, Allende, Purísima, Yuriria y la Gavia (Herrera, 2001: 99).

Al norte del estado existen cuatro tipos de vegetación: Bosque de Pino, Bosque de Encino, Matorral Crasicuale y Pastizal Natural. En el sur hay Bosques de Encino, de Pino, Matorrales Subtropicales, Crasicuale y Desérticos Rosetófilos; Mezquitales, Chaparrales y Pastizales Naturales (Herrera, 2001: 99).

Geográficamente Guanajuato se localiza en la mesa central, al sur de la altiplanicie mexicana, entre los paralelos 19° 55' y 21° 50' de latitud norte y entre los meridianos 99° 41' y 102° 08' de longitud oeste. Colinda con cuatro estados por el norte con San Luis Potosí, el sur de Michoacán, por el este con Querétaro y al oeste con Jalisco (Herrera, 2001: 100).

El estado de Guanajuato tiene tres tipos de climas: al centro al sur con un clima semicálido subhúmedo, una precipitación de 700 mm anuales y una temperatura promedio de 20° C; en la región de las sierras, prevalece el templado semiseco, con temperatura que varía entre 15° y 20° C y precipitaciones medios anuales de 400 a 800 mm; en el norte de la entidad, se presenta el clima seco cálido, con temperaturas media de 22° C y precipitaciones de 300 mm (Herrera, 2001: 100).

La amplitud de actividades agrícolas y pecuarias de Guanajuato, la diversidad de productos susceptibles de procesarse, así como una eficiente infraestructura y su estratégica posición geográfica han contribuido al crecimiento agroindustrial del Estado, siendo una de las entidades con mayor pujanza del país (Herrera, 2001: 100).

En la actualidad se procesan los siguientes productos: hortalizas, harinas y pastas, cárnicos, aceites y grasas, alimento balanceados. Es de interés señalar que la mayoría de las agroindustrias se encuentran localizadas en los municipios de: Irapuato, Celaya, Los Apaseos, Cortazar, Silao, León, Villagrán, Salamanca, Salvatierra, San Miguel de Allende y Santa Cruz de Juventino Rosas, cuya zona de influencia cubre entre el 50% y 60% de superficie cultivada del estado (Herrera, 2001: 100).

La superficie destinada a la ganadería representada por un 55% del total, mientras que la superficie está en el segundo plano con 44%, esto se debe a que el grueso de la producción pecuaria se hace en terreno de agostadero, existe producción estabulada pero es muy poca (Herrera, 2001: 101).

La mayor superficie destinada a la agricultura se hace en los valles, Guanajuato no es un estado montañoso ni con grandes declives geográficos, pero la superficie que representa los valles es menor a la de las laderas de la cadena montañosa que atraviesa al estado, La Sierra Gorda en el Norte del Estado o la Sierra de Pénjamo que se extiende hasta los altos de Jalisco (Herrera, 2001: 101).

La superficie cosechada el maíz grano es el más importante registrando 399,007 ha en 1990 y 187,718 ha en el año 2000 y la lechuga en 1990 cosechó una superficie de 1,143 ha y 1,688 para el año 2000 (Anexo estadístico del capítulo 5).

La lechuga es uno de los cultivos menos importantes en los que se refiere en superficie sembrada. Para dimensionar este hecho tenemos que para el maíz grano se sembraron 415,738 ha en 1990 y para el año 2000 393,799 ha y para lechuga únicamente 1,200 ha para 1990 y 1,688 ha para el 2000, presentando un ligero incremento (Anexo estadístico del capítulo 5).

El precio real de la lechuga aumentó ligeramente en el periodo, pero hasta 1996 tuvo un gran incremento y a partir de ese año una baja de casi un 50%, respecto a ese mismo año en el año 2000 (Anexo estadístico del capítulo 5).

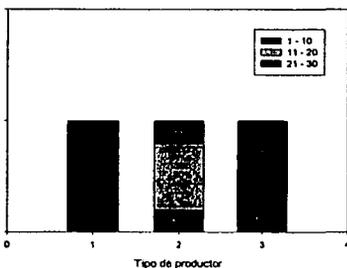
El maíz en grano es el principal cultivo que se aprovecha, en el ciclo primavera-verano es cuando se registra el grueso de la superficie cultivada, en segundo lugar en importancia aparece el sorgo en grano, este cultivo compite por la superficie sembrada con el maíz, el frijol siendo un cultivo de primavera-verano también compite por la superficie sembrada con el sorgo y maíz en grano, el trigo aparece en tercer término no hay punto de comparación en la superficie sembrada con el frijol puesto que el trigo es

del ciclo otoño-invierno, no hay comparación con el sorgo y maíz puesto que el trigo es 100% de riego, mientras que los otros tres cultivos son de temporal, además cuando se ha desocupado la tierra del cultivo de primavera-verano, se siembra el trigo que es de otoño invierno en el mismo terreno (Herrera, 2001: 102).

Se aplicaron encuestas a 15 productores de lechuga en Guanajuato de un espacio muestral de 58 productores, dato que proporcionó el gobierno del estado de Guanajuato. Las encuestas se levantaron entre octubre del 2001 y enero del 2002 en el estado de Guanajuato. A continuación se presentan los resultados.

### 5.2.2. Implicaciones especiales en la producción

GRÁFICA 41  
AÑOS DE EXPERIENCIA  
Lechugas de Guanajuato



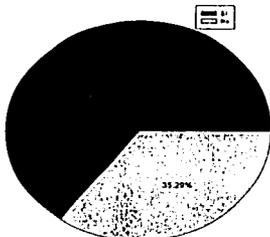
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

Las características del cultivo de lechuga son diferentes al de la manzana. En primer lugar la lechuga tiene un periodo de producción más corto, es de 3 meses. Así que los productores no realizan una gran inversión y ven los resultados rápidamente.

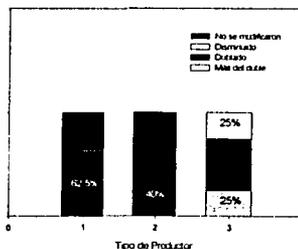
La gráfica 41 muestra los años de experiencia en este cultivo tienen los productores encuestados encontrándose que los 8 pequeños productores tienen entre 1 y 10 años de experiencia; de los medianos productores 3 tienen entre 11 y 20 años y uno entre 21 y 30 años de experiencia y de los grandes productores uno tiene entre 11 y 20 años y los 3 restantes entre 21 y 30 años de experiencia.

GRÁFICA 42  
MODIFICACIÓN DE SUPERFICIE  
Lechugas de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

GRÁFICA 43  
INDICADOR DE CAMBIO DE SUPERFICIE  
Lechugas de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

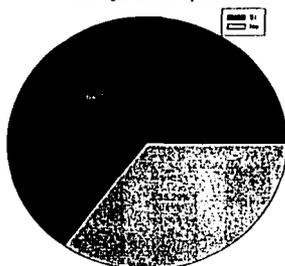
Respecto a si hubo o no modificación de su superficie se tiene que para los pequeños productores 4 no modificaron su superficie y los 4 si la modificaron, de los medianos productores 3 si modificaron y 2 no modificaron su superficie y con respecto a los grandes productores los 4 modificaron su superficie.

El indicador de incremento o decremento de la superficie se comporta como sigue: para los pequeños productores tenemos que 5 no modificaron su superficie y 3 doblaron su superficie; de los medianos productores 2 no modificaron su superficie y 3 doblaron la superficie de este cultivo; respecto a los grandes productores 1 disminuyó su superficie, 2 doblaron su superficie y 1 amplió su extensión en más del doble.

### 5.2.3. Implicaciones técnicas en la producción

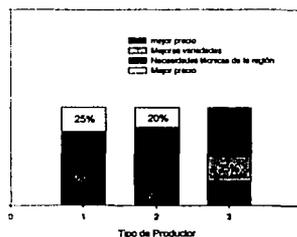
Como ya se mencionó las implicaciones técnicas incluyen cambios de variedad, por diferentes causas, entre las que tenemos, el mercado, el clima, la situación de los suelos, entre otros. A la pregunta de cambio de variedad de lechuga para los pequeños productores se encontró que 5 si cambiaron de variedad y 3 no; de los medianos productores 3 si cambiaron de variedad y dos no; de los grandes productores 3 si cambiaron de variedad y uno lo hizo, lo que se observa en la grafica 44.

GRÁFICA 44  
CAMBIO DE VARIEDAD  
Lechugas de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

GRÁFICA 45  
CAUSAS DE CAMBIAR DE VARIEDAD  
Lechugas de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

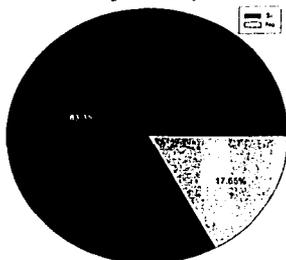
La gráfica 45 muestra las causas por las que se cambio de variedad, observándose lo siguiente: dentro de los pequeños productores 4 cambiaron de variedad, 2 por necesidades de la región entre las que tenemos cambios en el clima, cambios en los suelos, entre otros, 2 más cambiaron de variedad por encontrar un mejor precio en el mercado para esas variedades; para los productores medianos uno cambio de variedad por exigencias del mercado, 3 por necesidades técnicas de la región y uno por encontrar mejor precio en el mercado para otras variedades; respecto a los grandes productores

TESIS CON  
FALLA DE CALIDAD EN

uno cambio por exigencias del mercado; otro por haber encontrado mejores variedades y dos por necesidades técnicas de la región de Cortazar, Guanajuato, de donde viene la lechuga que provee a los supermercados del Distrito Federal. La empresa que da asistencia técnica es Semenes y las variedades que se utilizan son "salinas" o cualquiera de ese grupo, en verano y en invierno Cool Guard y Grandes Lagos.

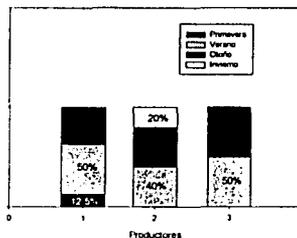
Este rubro se refiere a que esas variedades puede encontrar mayor rendimiento en volumen, mayor resistencia a las condiciones climáticas, manejo post-cosecha más fácil, entre los más importantes.

GRÁFICA 46  
CAMBIO DE ÉPOCA DE CULTIVO  
Lechugas de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

GRÁFICA 47  
ÉPOCA DE CULTIVO  
Lechugas de Guanajuato



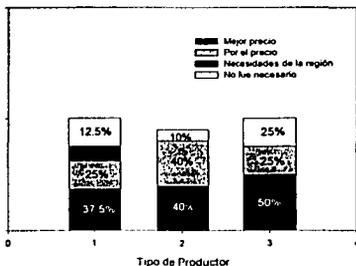
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

La lechuga si se cultiva en una región de clima templado puede realizarse todo el año como es el caso del estado de Guanajuato. La gráfica 46 muestra que época del año prefieren sembrar los productores. Dentro de los pequeños productores 1 siembra en primavera, 4 siembran en verano y 3 en otoño; de los medianos productores 2 siembran en verano, dos cultivan en otoño y uno en invierno, de los grandes productores 2 siembran en verano y dos en otoño.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Respecto a si cambiaron su época de cultivo encontramos de dentro de los pequeños productores 7 si cambiaron la época de cultivo y 1 no; de los medianos productores 5 cambiaron la época de sembrar y entre los grandes productores 2 si cambiaron la época de cultivo y 2 no.

**GRÁFICA 48**  
**CAUSAS DE MODIFICACIÓN DE ÉPOCA DE CULTIVO**  
**Lechugas de Guanajuato**

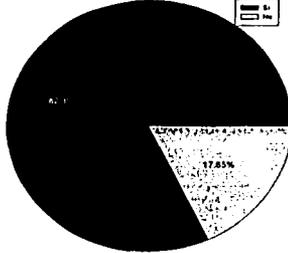


Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

Las causas que motivaron los cambios de temporada de cultivar el producto se encuentran mejor precio, existen variedades que por sus características alcanzan mejor precio; el mercado demanda otras variedades que pueden ser determinadas por modas aunque el precio sea el mismo al de las variedades tradicionales y dentro de las necesidades de la región están los aspectos climáticos y del suelo. La gráfica 48 muestra que de los pequeños productores 3 cambiaron para obtener un mejor precio, 2 por necesidades del mercado; 1 por necesidades de la región y para 2 de ellos no fue necesario cambiar de variedad; de los medianos productores 2 cambiaron por mejores precios, dos por necesidades del mercado y para uno no fue necesario, respecto a los grandes productores dos cambiaron por mejores precios, uno por necesidades del mercado y para 1 no fue necesario.

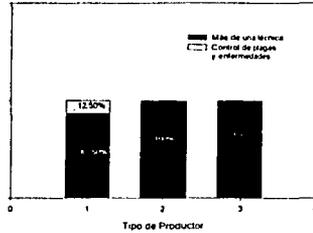
TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

**GRÁFICA 49**  
**BÚSQUEDA DE APOYO TÉCNICO**  
**Lechugas de Guanajuato**



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

**GRÁFICA 50**  
**NUEVAS TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN**  
**Lechugas de Guanajuato**

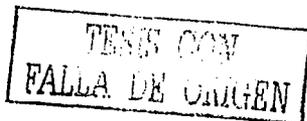


Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

A la pregunta sobre si los productores han necesitado apoyo técnico para mejorar la producción, se observa en la gráfica 49 que para los pequeños productores 6 si han solicitado apoyo técnico y 2 no; de los medianos productores 4 si necesitaron apoyo técnico y uno no; de los grandes productores los 4 solicitaron apoyo técnico y uno no; de los grandes productores los 4 solicitaron apoyo técnico. La gráfica 50 muestra que tipo de apoyo técnico solicitaron. De los pequeños productores 1 solicitó apoyo técnico sobre control de plagas y enfermedades de los cultivos y los siete restantes sobre riego, fertilización, control de plagas y enfermedades, sobre como se debe tratar la cosecha, entre los más importantes, de los medianos el 100% pidieron apoyo en más de una técnica de las mencionadas y los grandes tuvieron el mismo comportamiento.

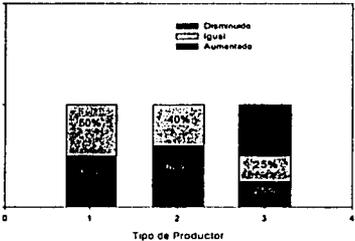
#### 5.2.4. Implicaciones económicas sobre la producción en la zona de estudio

Una de las variables importantes para determinar si beneficia la aplicación de una política económica, es el impacto en el empleo. En este aspecto se encontró que para el estado de Guanajuato de los pequeños productores 4 mantuvieron el mismo número de empleados y 4 disminuyeron su número de empleados; para los medianos productores 3



disminuyeron el número de empleados y 2 mantuvieron el mismo número de empleados; de los grandes productores 1 disminuyó su número de empleados, 1 mantuvo el mismo número de empleados y 2 aumentaron sus empleados. En términos generales se puede concluir que el impacto de la globalización en el empleo no fue positivo.

**GRÁFICA 51**  
**VARIACIÓN DE NÚMERO DE EMPLEADOS**  
**Lechugas de Guanajuato**

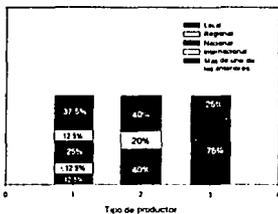


Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

Con respecto al tipo de mercado que tienen los productores de lechuga de Guanajuato, la gráfica 52 muestra lo siguiente: de los pequeños productores 1 tiene mercado local, otro mercado regional, 2 mercado nacional, 1 mercado internacional y 3 más de uno de los mercados anteriores; de los productores medianos 2 tienen mercado nacional, 1 mercado internacional y 2 tienen más de un mercado de los antes mencionados; de los grandes productores 3 tienen mercado nacional y 1 más de uno de los mencionados.

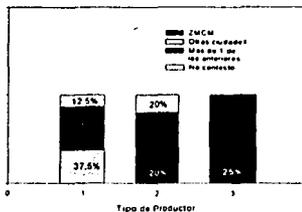
TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

**GRÁFICA 52**  
**TIPO DE MERCADO**  
Lechugas de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

**GRÁFICA 53**  
**DESTINO DE LA PRODUCCIÓN**  
Lechugas de Guanajuato



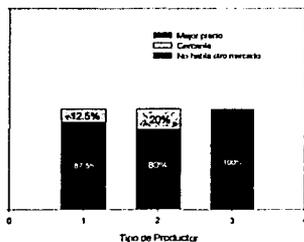
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del estado de Guanajuato en el 2001.

Para la mayor parte de los productores de Guanajuato consideran que la lechuga de Puebla es su competencia directa en el Distrito Federal. Pero comprobó que la lechuga de Puebla que llega a los supermercados, por lo general, se entrega a granel y no tiene las normas de calidad que tienen las del estado de Guanajuato, encontrándose en el trabajo de campo en los supermercados que había lechuga extranjera y la de Guanajuato compitiendo en el supermercado.

La gráfica 53 muestra la ciudad de destino específico donde encontramos lo siguiente: de los pequeños productores 1 no contestó, 3 envían a ciudades distintas a las principales capitales del país; de los productores medianos 1 no contestó, otro envía a la ZMCM, y 3 a más de una de las grandes capitales del país; de los grandes productores 1 tiene como mercado la ZMCM y 3 más de una de las grandes capitales del país.

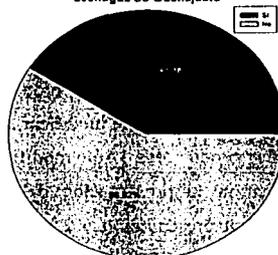
**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

GRÁFICA 54  
CAUSAS DE ELCCIÓN DE MERCADO  
Lechugas de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

GRÁFICA 55  
MODIFICACIÓN DE MERCADO DESDE 1987  
Lechugas de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

La elección de un mercado determinado es debido a motivos externos fuera del alcance del productor. En la gráfica 54 se observa que para los pequeños productores 7 eligieron su mercado debido a un mejor precio, 1 porque no encontró otro mercado; de los medianos productores 3 por mejor precio y 1 por la cercanía del mercado y para los grandes productores los 4 eligieron su mercado por el precio.

A la pregunta de si ha influido la apertura comercial a partir de 1987 se encontró que para los pequeños productores 3 si lo modificaron y 5 no lo modificaron; de los medianos productores 2 si modificaron su mercado y 3 no; en lo que se refiere a los grandes productores 2 si modificaron su mercado y 2 no modificaron.

La gráfica 55 muestra que la apertura comercial si influyó sobre las causas del cambio de mercado: para los pequeños productores 5 cambiaron de mercado porque encontraron otro u otros que les ofrecían mejor precio, 1 mantuvo su mercado y otro los modificó por la cercanía del mercado y otro por haber encontrado nuevos mercados; de los medianos productores 2 encontraron mercados con mejor precio, 1 mantiene su mercado y 2 encontraron nuevos mercados; respecto a los grandes productores 2 encontraron

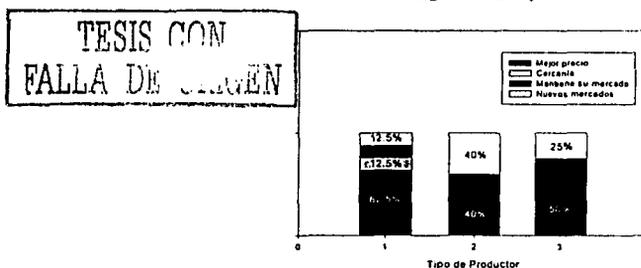
TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

mercados con mejor precio para el producto, otro mantuvo su mercado y otro tuvo nuevos mercados.

Tanto los mercados locales, nacionales, como internacionales van modificando sus gustos y preferencias, tanto en productos como en presentaciones. Por lo que a la pregunta de que si tuvo que modificar su presentación es relevante, se observa que para los pequeños productores 1 sólo modificó la presentación de su producto, en tanto que 7 no modificaron la presentación del producto; de los medianos productores 3 si modificaron su presentación y 2 no la modificaron; de los grandes productores 2 si modificaron la presentación de su producto y 2 no.

Dentro de la presentación se incluyen características como tipo de corte, lavado, algún tratamiento hidrotérmico para eliminar bacterias, cambio de empaque, entre otros.

GRÁFICA 56  
CAUSAS DE CAMBIO DE MERCADO  
Lechugas de Guanajuato

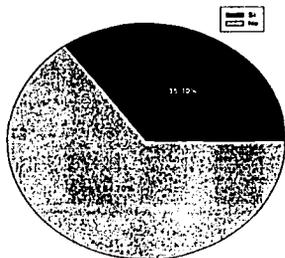


Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

La gráfica 56 muestra que de los pequeños productores 3 modificaron la presentación de su producto y por necesidades del mercado y 5 no tuvieron necesidad de realizarlo; de los medianos productores 2 modificaron su presentación por necesidades del mercado y 3 no tuvieron la necesidad de modificarlo; de los grandes productores 4 modificaron la

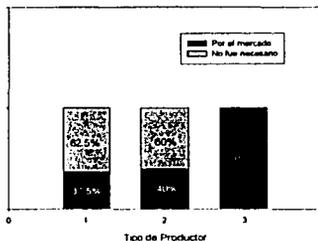
presentación de su producto por necesidades del mercado.

**GRÁFICA 59**  
MODIFICACIÓN DE PRESENTACIÓN DE PRODUCTO  
Lechugas de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

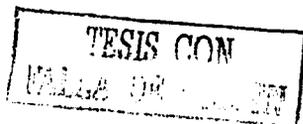
**GRÁFICA 58**  
CAUSAS DE MODIFICACIÓN DE PRESENTACIÓN  
Lechugas de Guanajuato



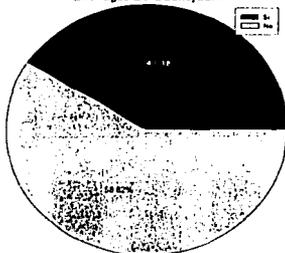
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

También dentro de los beneficios que se consideran dentro de la globalización es el tener nuevos mercados y por ende nuevos compradores. En este contexto se observa en la gráfica 59 que de los pequeños productores 4 si han tenido nuevos compradores y 4 no; de los productores medianos, 1 si tiene nuevos compradores y 3 no; respecto a los grandes productores, 1 si tiene nuevos compradores y 3 no. En conclusión se puede decir que la mayor parte de los productores no tiene nuevos compradores.

La gráfica 60 muestra las causas por las que modificaron los productores a sus compradores. De los pequeños productores 2 tuvieron nuevos compradores porque se los presentaron conocidos, 2 porque llegaron a la región nuevos compradores, 1 por ofrecer mejor precio y calidad y 3 no tienen nuevos compradores por no ser competitivos; de los medianos productores 3 tienen nuevos compradores porque llegaron a la región, sino por ser competitivos y otro no tienen por no ser competitivo; de los grandes productores uno tiene nuevos compradores porque se los presentaron conocidos, uno porque los compradores llegaron a la región y 2 no tienen nuevos compradores por no ser competitivos.

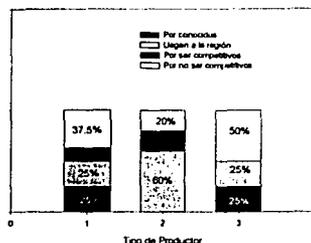


GRÁFICA 59  
LOCALIZACIÓN DE NUEVOS COMPRADORES  
Lechugas de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del estado de Guanajuato en el 2001.

GRÁFICA 60  
CAUSAS DE MODIFICACIÓN DE COMPRADORES  
Lechugas de Guanajuato



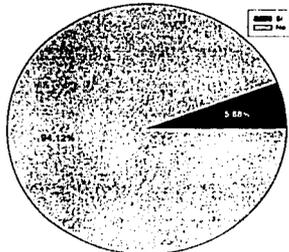
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del estado de Guanajuato en el 2001.

Otra de las panaceas de la globalización es que los productores alcanzaron precios elevados que se ofrecen en el mercado internacional. Por lo que a la pregunta de si mejoró el precio en los últimos años se observa en la gráfica 61, que todos los pequeños productores consideraron que no hubo modificación del precio; de los medianos productores 4 consideraron que no habrá modificación en el precio y 1 si hubo y para los grandes productores 4 consideraron que no.

La gráfica 62 muestra que tipo de modificación tuvo el precio encontrándose lo siguiente: de los pequeños productores 1 consideran que el precio disminuyó y 7 mantuvo; de los medianos productores 3 consideran que el precio se mantuvo y 1 que mejoró, de los grandes productores 1 considera que el precio disminuyó y 3 consideran que se mantuvo.

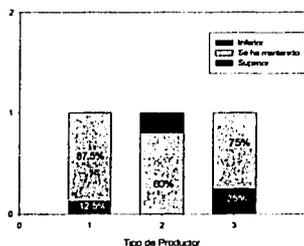
VALOR CON  
FALLA DE ORIGEN

GRÁFICA 61  
MODIFICACIÓN EN EL PRECIO  
Lechugas de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

GRÁFICA 62  
INDICADOR DE MEJORAMIENTO DE PRECIO  
Lechugas de Guanajuato



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a los productores de lechuga del Estado de Guanajuato en el 2001.

Se puede concluir que para la mayoría de los productores no se ha mejorado el precio. Del primer apartado de la encuesta aplicada a productores de lechuga se encontró que el 52.94% tienen entre 0 y 10 años de experiencia, es decir, la mayor parte no tiene muchos años de experiencia. Esto es posible debido a que es un cultivo de cosecha a corto tiempo. Y el 52.94% de los productores incrementó el número de hectáreas dedicadas al cultivo.

En el aspecto técnico se tiene que el 64.71% de los productores cambió de variedad de lechuga y la principal causa del cambio fue por necesidades del mercado. El 82.35% de los productores modificó la época del cultivo de su producto. El 82.35% de estos productores tuvo necesidad de buscar apoyo técnico. El 94.12% modificó más de una de las técnicas de producción. El 47.06% de los productores disminuyó el número de empleados dedicados a este cultivo. Dentro de los aspectos económicos destaca el hecho que el 41.18% su mercado es nacional. El 58.82% tienen como mercado la ZMCM, Guadalajara, Monterrey, Veracruz, Mérida y otras ciudades. El 88.23% eligen su mercado debido a los precios que les ofrecen. El 41.18% modificaron su mercado desde

TESIS CON  
FALLA DE  
EN

1987, es decir de la apertura comercial del país. El 52.94% de los productores modificaron su mercado a causa del precio que les otorgan por su producto. El 64.71% de los productores no modificaron la presentación de la lechuga. El 58.82% no tiene nuevos compradores. El 52.29% de los productores tienen nuevos compradores los cuales los llevaron conocidos o llegaron por cuenta propia a la región. Para el 94.12% de los productores no ha mejorado el precio de la lechuga.

Respecto a los productores de lechuga los que no modificaron su superficie tienen 64 hectáreas. En promedio de los que si modificaron tenemos que se incrementó su superficie en 7 hectáreas y disminuye también a 7 hectáreas. Respecto al precio los productores de lechuga consideran que se mantuvo sin cambio y solo para uno, el precio disminuyó. Sus mercados se distribuyen de la siguiente forma: el 41% de los productores tiene mercado nacional; el 35% tiene más de un mercado, el 12% tiene un mercado internacional; el 6% regional y otro 6% también local.

## CONCLUSIONES

1. La globalización de la economía si ha afectado el abasto en México. Entre los principales impactos que ha tenido la apertura comercial en los autoservicios se tiene: la inversión extranjera en este sector, la diversificación de sus proveedores. Y dadas las características del abasto de México, las manzanas y lechugas extranjeros entran a través de las bodegas de los grandes mayoristas de la Central de Abastos de la Ciudad de México (CEDA), aunque en algunas ocasiones los ejecutivos de las grandes cadenas de autoservicio compran directamente a productores extranjeros o *brokers* (agentes de ventas internacionales). Lo cual implica grandes riesgos en cuanto a la puntualidad en la entrega y la calidad de los productos. Por ello, la importancia de la CEDA en el abasto nacional.
2. La legislación mexicana se modificó sustancialmente en lo que se refiere a las oportunidades para importar y exportar. Así como en lo que se refiere a los trámites para la realización de las actividades que implica el comercio internacional de productos e inversiones. Como se pudo constatar en el capítulo 2 la balanza comercial de manzana en México es deficitaria constantemente durante el periodo analizado. Respecto a la lechuga en su balanza comercial encontramos un comportamiento variable; para la lechuga de hoja larga en 1990, 1991, 1995, 1996, 1997 y 1998 hubo superávit mientras que en los años 1992, 1993, 1994, 1999 y el 2000 hubo déficit en este producto y para la lechuga repollada se manifestó déficit para todo el periodo de análisis.
3. El desarrollo económico de México ha sido desigual entre las diferentes regiones. Esto se ha reflejado tanto en las áreas de donde ha habido mayor crecimiento de la población, el abasto y el desarrollo urbano. El gobierno ha aplicado políticas tanto económicas, de abasto y de urbanización para aminorar estas desigualdades, las cuales no han obtenido los resultados deseados. A pesar de las crisis económicas recurrentes los servicios urbanos han mejorado en todo el país. La distribución del ingreso sigue siendo inequitativa y los grupos de altos ingresos los han

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

incrementado sustancialmente en la última década del siglo pasado.

4. Si analizamos las variedades de manzanas en el mercado encontramos que no se ofrecen manzanas rayadas, agridulces (tipo criollas) que se producen principalmente en Zacatlán, Puebla y como producto sustituto encontramos la manzana verde, Grammy Smith que viene de Chile. En lo que respecta a la lechuga se han introducido nuevas variedades como la escarcha y la vulcan.
5. Con relación al consumo se concluye que los estratos de mejores ingresos tienden a consumir más legumbres y frutas frescas, lo cual es facilitado por todos los aparatos electrodomésticos a los cuales tienen acceso y facilitan su consumo además que sus ingresos les permiten consumir frutas que los de niveles bajos no pueden acceder. La instalación de tiendas de autoservicio y centros comerciales en algunas zonas de la Ciudad de México han impulsado mejoras urbanas en esas zonas.
6. La Ciudad de México tiene un papel preponderante en el desarrollo de actividades tanto políticas como económicas. Este hecho se refleja en el abasto y en particular en la función de lonja mercantil (lugar donde se deciden o determinan los precios de los productos) del país que tiene la CEDA, por lo que los efectos de la globalización se reflejan en el hecho que los grandes comerciantes de frutas y hortalizas sean los que importan directamente estos productos.
7. Los canales de comercialización han sufrido dos modificaciones básicas: la primera en la Central de Abastos de la Ciudad de México (CEDA) que sus introductores importan tanto manzanas como lechugas las cuales se distribuyen por los canales de comercialización establecidos y la otra es en los ejecutivos de compras de algunos supermercados importan directamente estos productos del extranjero.
8. En México a partir de los años cincuenta, el trabajo femenino en el sector formal se ha ido incrementando constantemente haciendo necesario encontrar productos semielaborados de fácil preparación para consumo así como la introducción del uso

de aparatos electrodomésticos como el refrigerador, la licuadora, la batidora y las cafeteras, entre los más importantes. Otro factor que ha influido es que en el país a pesar de las crisis económicas, se han desarrollado las clases medias y altas en las últimas décadas del siglo XX.

9. En ésta nueva economía global, las distancias y los costos de transporte y seguros se han minimizado de tal forma que las mercancías agrícolas tienen un costo similar y en algunos casos menor a las producidas en el país que se consumen, como es el caso de los productos que analizamos en esta investigación.
10. Del análisis de correlación entre las variables de la encuesta aplicada a los **Productores de manzana de Chihuahua**, se obtiene un valor positivo entre los años de experiencia y el número de empleados que tiene el productor, ello implica que las fincas más antiguas son las de mayor crecimiento y en consecuencia figuran con un número mayor de empleados.
11. Al incrementar la superficie de plantación, los fruticultores se vieron obligados a buscar nuevos mercados y nuevas presentaciones de su producto, con lo que diversificaron su estrategia de venta ante la apertura comercial.
12. La modificación de la superficie indica que los cambios se dieron hacia el crecimiento de la finca, mayor número de destinos para la producción, facilidades de encontrar nuevos compradores, cambios en la presentación y con el número de empleados que se tienen en la finca.
13. El cambio de variedad se relaciona con el hecho de haber cambiado de época de cultivar, mientras que las modificaciones en la presentación se asocian a las facilidades para encontrar comprador, lo cual resulta congruente, pues mientras más dispuestos a cumplir con los requerimientos de los compradores éstos buscarán a esos productores. También se encontró que las facilidades para encontrar nuevos compradores se relacionan con la variación en el precio.

14. De los productores de lechuga se logró saber mediante los análisis practicados que la superficie esta relacionada con los años de experiencia que el productor tiene de dedicarse a ese cultivo. Ello debido a que la lechuga es un cultivo de alto riesgo y se tienen dos posibilidades, de crecer o de desaparecer. Por otro lado, conforme se incrementa la experiencia del productor, es acaparado por empresas emparadoras bajo contrato, reduciéndose el número de destinos para este tipo de productor y al mismo tiempo fortalece a las empresas.
  
15. La búsqueda de apoyo técnico esta relacionada con el cambio de la variedad de la semilla, lo cual es positivo, sin embargo, influye en la reducción del número de empleados.

## RECOMENDACIONES

El campo mexicano no podrá ser competitivo con el exterior con tasas de interés dispares entre los socios comerciales, mientras que en México se otorgan tasas que giran alrededor del 30% en E.E.U.U. giran alrededor del 6%.

Resulta importante evidenciar los costos de los insumos como la gasolina, los pesticidas, funguicidas y fertilizantes de México con relación a los de sus principales socios comerciales e incluir en el análisis los subsidios que éstos últimos otorgan al sector.

Otro problema para los fruticultores mexicanos es la eliminación de aranceles a las importaciones de manzana que como hemos podido observar ya somos deficitarios en ese producto.

Para que no se presenten problemas como los que vive actualmente por las protestas de las organizaciones de productores agrícolas nacionales es necesario que se implementen líneas de investigación para mejorar las condiciones del campo: costos de producción y competitividad con nuestros principales socios comerciales, financiamiento: sus fuentes y su equiparación con los principales socios comerciales, apertura comercial: en primer lugar los instrumentos de defensa en los acuerdos y tratados comerciales que hasta el momento nuestro país tiene firmados, planes de comercialización en el extranjero y en el país por producto, para detectar nuevos mercados y en los existentes poder consolidarlos, establecer sistemas de investigación y transferencia de tecnología con base en las necesidades de los productores y consumidores nacionales.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



## BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, Adrián Guillermo. (1996). El sistema mundial y la "reconfiguración" regional. Una propuesta de interpretación y análisis en: Rodríguez S. y M. Camarena (comp.) El desarrollo Regional en México. Antecedentes y Perspectivas. Amecider. México.

ANTAD (2000). Directorio 2000. Séptima Edición. México.

ANTAD (2000). Manual de Capacitación No. 1. Origen y evolución de las tiendas departamentales. Grupo Editorial Iberoamérica. México.

Aserca (1995). Claridades agropecuarias. Manzana. N°27. México.

Aserca (1997). Claridades agropecuarias. Lechuga y trigo. N°69. México.

Banco de México. La comercialización de Alimentos en México. Banco de México. México. 1979.

Banco Nacional de Comercio Interior (1993). archivos México.

Barros Nock, Magdalena (2000). Lo global y lo local en la producción de cebollas para exportación. El caso de Morelos, México, en: Globalización y regiones en México. Coordinadora: Rocío Rosales Ortega. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UNAM. Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad. México.

Bassols, Ángel (1982). Coordinador. Realidades y problemas de la geografía e México. Editorial Nuestro Tiempo. México.

Bassols, Ángel, *et al.* (1994). El Abasto Alimentario en las Regiones de México. UNAM. Instituto de Investigaciones Económicas y Programa Universitario de

Alimentos. México.

Bataillon Claude (1981). Las Regiones Geográficas en México. Siglo Veintiuno Editores. Quinta Edición. México.

Beristain, Javier (1999). La política económica de estado y la agenda para las ciudades en Revista de Comercio Exterior, vol. 49, Núm. 4. México.

Borja, Jordi y Castells, Manuel (1997). Local y Global. La Gestión de las ciudades en la era de la información. United Nations for Human Settlements. Taurus Pensamiento. España.

Boltvinik, Julio (1994). La satisfacción de las necesidades esenciales en México en los setenta y ochenta en La desigualdad en México. Cordera y Tello (coords.)

Brambila, Carlos (1990). Dinámica demográfica del crecimiento urbano en México, (1940-1980) en Estudios demográficos y urbanos, Vol. 5, Núm. 3, Sept-dic. El Colmex. México.

Calva, José Luis (1991). Probables efectos de un Tratado de Libre Comercio en el campo mexicano. Fontamara. México.

Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México (1991). Abasto de Alimentos a la Ciudad de México. Comercio Internacional, comercio moderno. CANACO. México.

Casco Andrés y Resenzweig Andrés. (2001). La política sectorial agropecuaria en México. Balance de una década 1990-2000. IICA. México.

Chias, Luis y Martha Pavón (1996). Transporte y Abasto Alimentario en las Ciudades Latinoamericanas. UNAM. De. Instituto de Geografía. México.

Chomsky, Noam y Dieterich, Heinz (1998). La Sociedad Global. Educación, mercado y democracia. Editorial Joaquín Mortiz, S.A. de C. V. Sexta Reimpresión. México.

Clark, David (1998). Interdependent Urbanization in an Urban World: "An Historical Overview" en The Geographical Journal. Royal Geographical Society. Vol. 164, No.1. London: March., pp. 85-95.

Conapo. México Demográfico. Breviario 1988. Secretaría de Gobernación. México.

Conec, Juan (1997). Cadenas. Vol. 5, No. 1. México.

Conec, Juan (1997). Creatividad, en: Cadenas. Vol. 5. No.2. México.

Conti, Sergio (1997). "Interdependent and Uneven Development. A Systemic View Of the Global-Local Dialectic" en International Geographical Union. Bulletin 47(2). Pp. 195-203. Great Britain.

Cortés, Fernando (1995). Procesos sociales y demográficos en auxilio de la economía neoliberal. Un análisis de la distribución del ingreso en México, durante los ochenta en Revista de Sociología, No. 2. UNAM. México.

Corona, Alfonso (1974). La economía urbana: ciudades y regiones mexicanas. IIEC. México.

De Grammont, H.C. y Tejera Gaona H. (1996) La sociedad rural mexicana frente al nuevo milenio. Vol. I. La inserción de la agricultura mexicana en la economía mundial. Editores INAH, UAM, UNAM, Plaza y Valdéz. Méxic

De Grammont, H:C: y Tejera Gaona H. (1996). La sociedad rural mexicana frente al nuevo milenio. Vol. II. La nueva relación campo-ciudad y la pobreza rural. Editores:

INAH, UAM, UNAM t Plaza y Valdéz. México.

De la Peña, Guillermo (1983). La ciudad y el campo en México en: Diálogos, Vol. 19, no. 5(113), Sept-oct. Colmex. México.

Delgadillo, Javier y Torres , Felipe (1992). El Factor Espacial en la Configuración del Sistema de Abasto Alimentario Nacional. Memoria: El abasto de alimentos en México. Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, H. Cámara de Diputados y LV Legislatura. México.

Delgadillo, Javier *et al.* (1993). Los Sistemas de Abasto Alimentario. Frente al reto de la globalización de los mercados. Instituto de Investigaciones Económicas, Instituto de Geografía, Programa Universitario de Alimentos. UNAM. México.

Delgadillo, Javier (1995). Geografía Regional del Abasto Alimentario: México y el Estado de Sinaloa. Tesis de doctorado. Facultad de Filosofía y Letras. UNAM. México.

Delgado, Javier (1988). El patrón de ocupación territorial de la Ciudad de México al año 2000 , en: Estructura Territorial de la Ciudad de México. Coordinadores: Oscar Terrazas y Eduardo Preciat. Plaza y Valdez Editores. México

Delladetsima Pavlos and Moulart Frank (1995). "Cities, Enterprises and Society on the Eve of the 21st Century: a fordist conference on cities in the era of flexible production, Lille, March 1994" en International Journal of Urban and Regional Research. Vol. 19, number 2, pp. 319-322. United Kingd.

Dollfus Olivier (1982). El espacio geográfico. Oikos-tau, s. a.-ediciones. Barcelona. España.

Dunham David M (1987). Intereses de grupo y estructuras espaciales. Algunas

propuestas teóricas: Programa de Desarrollo Regional del Instituto de Estudios Sociales de La Haya. Cepal.

Duran Ramón, Pilar Vega P. Modernización-Globalización versus transformación ecológica y social del terreno.

Echanove Flavia (----). El abasto al D.F. y el mito de la excesiva intermediación. IV Encuentro Internacinal de Investigadores en Economía Agrícola .Editado por el Instituto de Ecología y alimentos de la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Tamps., México.

Echanove, Flavia (1999). Redes rurales en el abasto de hortofrutícolas a la ciudad de México en agricultura de exportación ren tiempos de globalización. (Coord.) De Grammont *et al.* Juan Pablos Editor. México.

Echanove, Flavia (2001). Working under Contract for te vegetable agroindustry in México: a means of survival, in Culture and Agriculture. Vol. 23, No. 3. U.S.A.

Expansión(1996). 500 Las empresas más importantes de México en Expansión. Año XXVIII, Vol. XXVIII, No. 697. México.

Fernández Federico (1996). La mundialización, los espacios y las técnicas en la obra reciente de Milton Santos en Serie Varia, núm 14. Instituto de Geografía, UNAM, México.

García et. al. Notas sobre mercados y comercialización de productos agrícolas. Colegio de Postgraduados. Centro de Economía. Montecillos, Edo. De México.

Garduño, Sergio y González Gabriel (1997). Indicadores del Bienestar en México 1940-1995. Instituto de Investigación Económica y Social Lucas Alaman A.C. México.

Garza, Gustavo (1983). Desarrollo económico y política urbano-regional de México en: Demografía y Economía, Vol XVII, no. 1(54). El Colmex. México.

Garza, Gustavo (1999). Globalización económica, Concentración Metropolitana y políticas Mexicanas en México en: Estudios Demográficos y Urbanos. Volumen 14, núm. 2, mayo-agosto. México.

Garza, Gustavo (2001). El Atlas de la Ciudad de México. El Colmex y el Gobierno de la Ciudad. México.

Garza, Gustavo (1990). El carácter metropolitano de la urbanización en México (1900-1988) en: Estudios demográficos y urbanos, vol. 5, no. 1, enero-abril. El Colmex. México.

Grawitz, Madeleine (1984). Méthodes des sciences sociales. Sixième édition. De. Dalloz. Paris Francia-.

Green Raúl (1990). La evolución de la economía internacional y la estrategia de las transnacionales alimentarias en Comercio Exterior, Vol. 40, núm.2. México.

Hans-Harald J. (1991). Ajustes estratégicos de las empresas agroalimentarias. Banco Europeo de investigaciones.

Hernández, Enrique (1984). La desigualdad regional en México (1900-1980) en La desigualdad en México. Cordera y Tello (Coord.). Siglo XXI Editores. México.

Hernández, Enrique (1992). Crecimiento Económico y Pobreza en México. Una Agenda para la Investigación. México.

Hernández, Enrique (1998). Evolución de la distribución del ingreso de los hogares en México en: Revista de Comercio Exterior, Vol. 48, núm. 6. México.

Hernández, Enrique (2000). Políticas de estabilización, ajustes y distribución funcional de ingreso en México en Revista de Comercio Exterior, Vol. 50, núm. 2. México.

INEGI. Censos de Población y Vivienda. México. Varios años.

INEGI. Censos Económicos. México. Varios años.

INEGI. Encuesta ingreso—gasto.- México.- Varios años.

INEGI. La configuración del patrón de consumo alimentario en México. 1998.

Malecki, E.J. and Tödtling, F (1995). The New Flexible Economy: Shaping Regional and Local Institutions for Global Competition. Technological Change, Economic Development and Space. pp. 276-294. Germany..

Knox, Paul (1999). World cities in a world system. Cambridge University. England.

Lusting, Nora (1993). El efecto social del ajuste en; Brazdech et al (Comps.). México. Auge, Crisis y ajuste. El Trimestre económico. FCE. México.

Massey, D.(1993). Questions of Locality, Geography, Vol. 78, part 2, No. 339, pp 142-149.

Nel Etienne and Hill Trevor. "World Trade in the 1990s" en Geographic Journal of the Geographical Association. No. 352, Vol. 81. Part 3. pp. 275-278. 1996.

Ortiz Wadgymar (1996). Política Económica de México 1982-1995. Los sexenios Neoliberales. Cuarta Edición. México.

Palon, John. The Urban World. Mc Graw-Hill. USA. 1997.

Piñones Vázquez, Silvia y López Bracho, M. Angel. "La Competitividad Internacional en el Sector de las Frutas y Hortalizas: principales tendencias en la década de los ochenta". Memoria: La Sociedad Rural Mexicana Frente la Nuevo Milenio. Vol. 1. La inserción de la agricultura mexicana en la economía mundial. UAM Atzacapotzalco, UNAM e INAH. Plaza y Valdés editores. S.A. de C.V. México, 1996.

Quintana Echegoyen (1992). Los espacios del Comercio. CANACO. Editorial Limusa. México.

Ramírez Tamayo, Zacarías (2002). Wal.Mart. El vendedor más grande de México, en: Expansión. Núm. 835. AÑO XXXIII. México.

SAGAR, Anuario de Producción, 1990, 1991, 1992, 1993, 1994. México.

SAGAR, Sistema Producto de Manzana, 1994. México 1995.

Salvatore D (1993). Economía Internacional. Ediciones McGraw Hill. 3ª Edición, México.

SECOFI (varios años) Anuario de Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos, México.

SECOFI. Programa Nacional de Modernización del Abasto y del Comercio Interior. México. 1990.

Scheaffer Mendenhall Ott (1987). Elementos de Muestreo. Grupo Editorial Iberoamérica. México.

Shettino, Macario. Tratado de Libre Comercio. Editorial Iberoamericana. México, 1994.

Sklair, Leslie. "Globalization and the Corporations: en: Journal of Urban and Regional Research. Vol. 22, number 2, pp. 195-215. United Kingdom, 1998. The Case of the California Fortune Global 500" en *International*.

Taylor Peter (1997). *La Geografía política. Imperio-mundo, economía-mundo-localidades*. España.

Tellez Kuenzler Luis(1994). La modernización del sector agropecuario y forestal. Una visión de la modernización de México. FCE. México.

Telmex (1971). *Directorio Telefónico de la Ciudad de México*. Sección Amarilla. México

The World Bank (1988). Report No. 4646. Washington D.C. U:S:A:

Tomás V. Antonio y Salazar M. Victor. *Análisis de la oferta y demanda de la manzana en México*. Tesis. UACH, 1996.

Torres Torres, Felipe. "Evaluación de los Programas de Abasto Alimentario". *Memoria: Transporte y Abasto Alimentario en las Ciudades Latinoamericanas*. Instituto de Geografía, Programa Universitario de Alimentos, Programa Universitario de Estudios Sobre la Ciudad, Instituto de Geografía Tropical. UNAM. pp.159-168. México, 1996.

USDA (United States Department of Agriculture), *Fruits*, 1997.

Torres, Felipe y Gasca J (1999). *La configuración del patrón de consumo alimentario en México: una interpretación a partir de la relación ingreso-gasto en: Notas*. Revista de información y análisis. Num. 5. 1998. INEGI. Ags., México.

Varela, Orlando (1996). *50 Aniversario del Autoservicio en México*, en: Cadena.

Vol. 4, No. 11. México.

Veraza Jorge (1997). Notas del curso de Mercado Mundial. Ciudad Universitaria. México.

Vázquez Ricardo.(1998). Las Diez Multinacionales y las 100 empresas que más valor generan en Mundo Ejecutivo. No. 231. México.

William. J. Coffey. The 'newer' international division of labour.

Witker Jorge y Jaramillo S.(1996). Comercio Exterior de México, Marco Jurídico y Operativo. Mc Graw Hill. México.

#### **Páginas Consultadas en Internet**

[www-azc.uam.mx/publicaciones/](http://www-azc.uam.mx/publicaciones/)

[www.bancomext.gob.mx/esp/n-es-c2.html](http://www.bancomext.gob.mx/esp/n-es-c2.html)

[www.fao.org/statics/](http://www.fao.org/statics/)

[www.sagar.gob.mx/](http://www.sagar.gob.mx/)

[www.sagar.gobmx/cea](http://www.sagar.gobmx/cea)

[www.secofi-ssnci.gob.mx/](http://www.secofi-ssnci.gob.mx/)

[www.secofi-ssnci.gob.mx/tratados/anxnic/cap08/](http://www.secofi-ssnci.gob.mx/tratados/anxnic/cap08/) (Tratado de Nicaragua).

[www.secofi-ssnci.gob.mx/tratados/chile/frame.htm/](http://www.secofi-ssnci.gob.mx/tratados/chile/frame.htm/) (Tratado con Chile).

[www.secofi-ssnci.gob.mx/tratados/anxbol/anxbol.htm/](http://www.secofi-ssnci.gob.mx/tratados/anxbol/anxbol.htm/) (Tratado de Bolivia).

[www.secofi-ssnci.gob.mx/tratados/anxg3/anxg3.htm/](http://www.secofi-ssnci.gob.mx/tratados/anxg3/anxg3.htm/) (Acuerdo del G-3).

[www.secofi-ssnci.gob.mx/tratados/anxcos/anxcos.htm/](http://www.secofi-ssnci.gob.mx/tratados/anxcos/anxcos.htm/) (Tratado con Costa Rica).

[www.secofi-ssnci.gob.mx/tratados/anxtlcan/anxtlcan.htm/](http://www.secofi-ssnci.gob.mx/tratados/anxtlcan/anxtlcan.htm/) (Tratado EU y Canadá).

[www.USDA.gov/search/index.htm](http://www.USDA.gov/search/index.htm)

# ANEXOS

## ENCUESTA

ENCUESTA A PRODUCTORES. Num. \_\_\_\_\_

1.-CULTIVO \_\_\_\_\_  
VARIEDAD \_\_\_\_\_

2.- TIEMPO DE DEDICARSE A ESTE CULTIVO \_\_\_\_\_

3.SUPERFICIE \_\_\_\_\_

4.-TIPO DE MERCADO: LOCAL \_\_\_\_\_ REGIONAL \_\_\_\_\_  
ESTATAL \_\_\_\_\_ NACIONAL \_\_\_\_\_ INTERNACIONAL \_\_\_\_\_

5.-EN CASO DE SER NACIONAL ESPECIFIQUE EL DESTINO DE SU PRODUCTO: ZMCM \_\_\_\_\_ CD. DE GUADALAJARA \_\_\_\_\_  
MONTERREY \_\_\_\_\_ VERACRUZ \_\_\_\_\_ MERIDA \_\_\_\_\_ OTRAS CIUDADES \_\_\_\_\_

PORQUÉ OTRAS  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6.-HA MODIFICADO SUS MERCADOS A PARTIR DE 1987:  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

PORQUÉ \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

7.- HA MODIFICADO LA SUPERFICIE QUE DEDICABA A ESTE CULTIVO:  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

EN QUÉ SUPERFICIE  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

8.-HA CAMBIADO LA VARIEDAD  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

EN CASO DE SER AFIRMATIVO CUANDO \_\_\_\_\_

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

¿PORQUÉ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

QUE VARIEDAD O VARIEDADES

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

10.-¿CUÁL ES LA TEMPORADA EN QUE COSECHA SU PRODUCTO?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

11.-HA TENIDO QUE MODIFICAR LA EPOCA EN QUE COSECHA SU PRODUCTO SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿PORQUÉ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

12.- HA MODIFICADO LA PRESENTACIÓN DE SU PRODUCTO SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿PORQUÉ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

13.- SE HA VISTO O HA SENTIDO LA NECESIDAD DE BUSCAR APOYO TÉCNICO

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

14.-¿HA INCORPORADO NUEVAS TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN:

RIEGO \_\_\_\_\_ FERTILIZANTE \_\_\_\_\_ CONTROL DE PLAGAS Y ENFERMEDADES \_\_\_\_\_

COSECHA \_\_\_\_\_ OTRA \_\_\_\_\_

ESPECIFIQUE \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

15.- ¿SE HA MODIFICADO EL NÚMERO DE EMPLEADOS EN SU FINCA?  
DISMINUIDO \_\_\_\_\_ IGUAL \_\_\_\_\_ AUMENTADO \_\_\_\_\_

16.-¿SE HAN MODIFICADO LAS FACILIDADES PARA LOCALIZAR  
COMPRADORES? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿PORQUÉ? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

17.-¿HA MEJORADO EL PRECIO? SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

EN QUE PORCENTAJE: \_\_\_\_\_

**ENCUESTA A PRODUCTORES DE LAS ZONAS DONDE SE PRODUCEN  
FRUTAS U HORTALIZAS QUE SE IMPORTAN Y COMERCIALIZAN EN LAS  
TIENDAS DE AUTORSERVICIO**

El objetivo de esta encuesta es evaluar si la importación de frutas u hortalizas esta afectando a las zonas productores nacionales.

Esta encuesta está dirigida a los productores de productos hortofrutícolas nacionales de productos que tienen que competir con los extranjeros.

La propuesta para la muestra es una estratificada por tipo de productor, a saber, pequeño, mediano y gran productor.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# **ANEXO ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA**

## OBTENCIÓN DE MUESTRAS (n), DE UNA POBLACIÓN CONSTITUIDA POR SUPERMERCADOS, PRODUCTORES DE MANZANA Y PRODUCTORES DE LECHUGA.

En esta ocasión se utilizó la técnica del muestreo irrestricto aleatorio donde se utiliza la siguiente ecuación:

$$n = N p q / ND + p q$$

donde,

n = Tamaño de muestra

N = Población total

p = Proporción poblacional

q = 1 - p

D =  $B^2 / 4$

B = Precisión (Límite para el error)

Nota: En una situación práctica desconocemos p. Un tamaño de muestra aproximado puede determinarse al reemplazar p por un valor estimado. Frecuentemente, tal estimación puede ser obtenida de encuestas anteriores similares. Sin embargo, si no se cuenta con información anterior, podemos sustituir p = 0.5 en la ecuación anterior para obtener un tamaño de muestra conservador (uno que será probablemente mayor que el requerido).

En este caso, tomamos p = 0.33, para obtener una muestra más pequeña, debido a los altos costos que implica la realización de una muestra mayor.

Obtención de tamaños de muestra (n) para:

### A) SUPERMERCADOS

N = 154

B = 15 %

D =  $(0.15)^2 / 4 = 0.005625$

p = 0.33

q = 1 - 0.33 = 0.66

Sustituyendo en la ecuación:

$$n = 154 (0.33)(0.66) / 154 (0.005625) + (0.33)(0.66)$$

n = 31 encuestas.

Es decir, de un total de 154 supermercados, se van a entrevistar a 31.

## B) PRODUCTORES DE MANZANA

$$N = 30$$

$$B = 17 \%$$

$$D = (0.17)^2 / 4 = 0.007225$$

$$p = 0.33$$

$$q = 1 - 0.33 = 0.66$$

Sustituyendo en la ecuación:

$$n = 30 (0.33)(0.66) / 30 (0.007225) + (0.33)(0.66)$$

n = 15 encuestas.

Es decir, de un total de 30 productores de manzana, se van a entrevistar a 15.

## C) PRODUCTORES DE LECHUGA

$$N = 58$$

$$B = 21 \%$$

$$D = (0.21)^2 / 4 = 0.011025$$

$$p = 0.33$$

$$q = 1 - 0.33 = 0.66$$

Sustituyendo en la ecuación:

$$n = 58 (0.33)(0.66) / 58 (0.011025) + (0.33)(0.66)$$

n = 15 encuestas.

Es decir, de un total de 58 productores de lechuga, se van a entrevistar a 15.

## ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA

Para el caso de la lechuga hicimos un análisis de regresión con variables Dummy (Falsas), en donde se comparo si las superficies de los productores encuestados sufrieron alguna modificación (se incrementaron, disminuyeron o se mantuvieron igual), tenemos que la variable Dummy=D toma los siguientes valores:

D=0 si la superficie no se modificó  
D=1 si la superficie sufrió alguna modificación

Con la regresión obtenemos los valores estimados promedio que mantuvieron las superficies para el caso que se hayan modificado y para el caso de que hayan permanecido sin cambios.

La ecuación de predicción se forma de la siguiente manera:

$$Y = \beta^0 + \beta^1 D + \text{Error}$$

donde

$\beta^0$  = Intercepto

$\beta^1$  = Cambio que ocurre en promedio (incrementa o disminuye)

### LECHUGA

Productor	Sup. Has.	D
1	200	0
2	5	0
3	30	0
4	5	0
5	300	1
6	140	1
7	10	1
8	30	1
9	4	1
10	4	1
11	8	1
12	2	0
13	5	1
14	50	1
15	140	0
16	35	1
17	35	1

## Estadísticas de la regresión

Coefficiente de correlación múltiple	0.041536
Coefficiente de determinación R <sup>2</sup>	0.001725
R <sup>2</sup> ajustado	-0.06483
Error típico	88.25949
Observaciones	17

### ANÁLISIS DE VARIANZA

F	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Promedio de los cuadrados	F	Valor crítico de
Regresión	1	201.939	201.939	0.02592	0.874235
Residuos	15	116846	7789.74		
Total	16	117048			

	Coeficientes	Error típico	Estadístico t	Prob.	Inferior 95%	Superior 95%	Inferior 95%	Superior 95%
Intercepción	63.66667	36.0318	1.76696	0.09757	-13.1333	140.467	-13.133	140
Variable X1	-7.21212	4.7934	-0.161	0.87424	-102.687	88.2628	-102.69	88

I. Superficies cultivadas con lechuga para los 17 productores encuestados.

- a) Con la regresión obtenida tenemos que para las superficies cultivadas con lechuga que se encuestaron y que no sufrieron modificación (D=0), se tienen en promedio:

$$Y = \beta^0 = 64 \text{ has.}$$

- b) Con la regresión obtenida tenemos que para las superficies cultivadas con lechuga que se encuestaron y que si sufrieron modificación (D=1), se tienen en promedio:

$$Y = \beta^0 + \beta^1 D = 64 + (-7)(1) \quad \text{para el caso en que disminuye}$$

$$= 64 - 7$$

= 57 has. es decir, en promedio disminuye en 7

$$Y = \beta^0 - \beta^1 D = 64 - (-7)(1) \quad \text{para el caso en que aumenta}$$

$$= 64 + 7$$

= 71 has. es decir, en promedio aumentan en 7

II. En la siguiente tabla, podemos analizar el comportamiento de los precios de los productores de lechuga en cuanto a si mejoró el precio, empeoró o se mantuvo.

Las claves que se utilizaron son las siguientes:

1. Se redujo
2. Se mantuvo
3. Se incrementó

No	Productor	Sup. Has.	precio
	1	200	2
	2	5	2
	3	30	2
	4	5	2
	5	300	2
	6	140	2
	7	10	2
	8	30	2
	9	4	2
	10	4	2
	11	8	2
	12	2	2
	13	5	2
	14	50	2
	15	140	1
	16	35	2
	17	35	2

Podemos apreciar que los precios de la lechuga en la mayoría de los casos se mantuvo sin cambios, sólo presentándose una reducción para el caso del productor No. 15.

III. En la siguiente tabla podemos analizar si hubo cambios o no en el tipo de mercado en donde se comercializa la lechuga por parte de los productores encuestados.

No. Productor	Sup. Has.	Mercado
1	200	4
2	5	6
3	30	4
4	5	6
5	300	6
6	140	4
7	10	5
8	30	5
9	4	4
10	4	4
11	8	6
12	2	2
13	5	1
14	50	4
15	140	4
16	35	6
17	35	6

**Donde:**

**Mercados**  
 1 = Local  
 2 = Regional  
 3 = Estatal  
 4 = Nacional  
 5 = Internacional  
 6 = Más de 1 mercado

De acuerdo con la tabla anterior, podemos apreciar que los principales mercados en los que se comercializa la lechuga son:

Nacional = 41%  
 Más de un mercado = 35%  
 Internacional = 12%  
 Regional = 6%  
 Local = 6%

Para el caso de la manzana también se hizo un análisis de regresión con variables Dummy (Falsas), en donde se comparo si las superficies de los productores encuestados sufrieron alguna modificación (se incrementaron, disminuyeron o se mantuvieron igual), tenemos que la variable Dummy=D toma los siguientes valores:

D=0 si la superficie no se modificó

D=1 si la superficie sufrió alguna modificación

Con la regresión obtenemos los valores estimados promedio que mantuvieron las superficies para el caso que se hayan modificado y para el caso de que hayan permanecido sin cambios.

La ecuación de predicción se forma de la siguiente manera:

$$Y = \beta^0 + \beta^1 D + \text{Error}$$

donde

$\beta^0$  = Intercepto

$\beta^1$  = Cambio que ocurre en promedio (incrementa o disminuye)

## MANZANA

Productor	Sup.	Has.	D
1	15	0	
2	3000	1	
3	45	0	
4	15	1	
5	50	0	
6	60	1	
7	100	1	
8	15	0	
9	400	1	
10	80	1	
11	45	1	
12	1200	1	
13	200	1	
14	200	1	
15	20	0	

### Resumen

#### Estadísticas de la regresión

Coefficiente de correlación múltiple	0.30955859
Coefficiente de determinación R <sup>2</sup>	0.09582652
R <sup>2</sup> ajustado	0.02627472
Error típico	779.270862
Observaciones	15

ANÁLISIS DE VARIANZA

	Grados de libertad	Suma de cuadrados	Prom. de los cuadrados	F	Valor crítico	
de F						
Regresión	1	836670	836670	1.37777189		
Residuos	13	7894420	607263.077			
Total	14	8731090				
	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior</i>
95%						
Intercepción	29	348.500524	0.08321365	0.93494936	-723.889464	
Variable X 1	501	426.82423	1.17378528	0.26153743	-421.09751	

IV. Superficies cultivadas con manzana para los 15 productores encuestados.

- a) Con la regresión obtenida tenemos que para las superficies cultivadas con manzana que se encuestaron y que no sufrieron modificación ( $D=0$ ), se tienen en promedio:

$$Y = \beta^0 = 29 \text{ has.}$$

- b) Con la regresión obtenida tenemos que para las superficies cultivadas con manzana que se encuestaron y que sí sufrieron modificación ( $D=1$ ), se tienen en promedio:

$$Y = \beta^0 + \beta^1 D = 29 + (501)(1) \quad \text{para el caso en que aumenta}$$

$$= 29 + 501$$

$$= 530 \text{ has. es decir, en promedio aumenta en 501}$$

$$Y = \beta^0 - \beta^1 D = 29 - (501)(1) \quad \text{para el caso en que disminuye}$$

$$= 29 - 501 \text{ (tomamos el valor absoluto y tenemos)}$$

$$= 472 \text{ has. es decir, en promedio disminuye en 501}$$

Cabe aclarar que en este caso, los productores de manzana encuestados presentan superficies extremas que distorsionan los análisis estadísticos. Sin embargo, podemos proyectar como se incrementaron o disminuyeron en promedio las superficies con manzana.

- V. En la siguiente tabla, podemos analizar el comportamiento de los precios de los productores de manzana en cuanto a si mejoró el precio, empeoró o se mantuvo.

Las claves que se utilizaron son las siguientes:

1. Se redujo
2. Se mantuvo
3. Se incrementó

No	Productor	Sup. Has.	precio
	1	15	2
	2	3000	1
	3	45	2
	4	15	2
	5	50	2
	6	60	1
	7	100	1
	8	15	1
	9	400	2
	10	80	1
	11	45	2
	12	1200	1
	13	200	1
	14	200	1
	15	20	2

En la tabla anterior podemos apreciar que el 51% de los productores mantuvieron los precios sin cambio y el 49% restante presentaron una baja en el precio. Ningún productor tuvo incrementos en los precios.

- VI. En la siguiente tabla podemos analizar si hubo cambios o no en el tipo de mercado en donde se comercializa la manzana por parte de los productores encuestados.

No.	Productor	Sup. Has.	Mercado
1		15	4
2		3000	4
3		45	6
4		15	6
5		50	3
6		60	4
7		100	6
8		15	4
9		400	4
10		80	4
11		45	4
12		1200	4
13		200	4
14		200	4
15		20	4

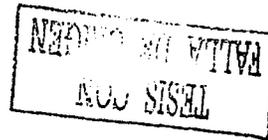
Donde:

- Mercados
- 1 = Local
- 2 = Regional
- 3 = Estatal
- 4 = Nacional
- 5 = Internacional
- 6 = Más de 1 mercado

De acuerdo con la tabla anterior, podemos apreciar que los principales mercados en los que se comercializa la manzana son:

Nacional = 73%  
 Más de un mercado = 20%  
 Estatal = 7%

## **ANEXO ESTADÍSTICO DEL CAPÍTULO 2 Y 3**



250

## ANEXO ESTADÍSTICO DEL CAPÍTULO 2

## PRODUCCIÓN DE MANZANA A NIVEL MUNDIAL (Mt)

País	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
China	4.281.288	4.356.534	4.516.879	4.331.922	4.557.334	6.568.460	9.077.685	11.137.489	14.017.142	17.060.497	17.227.752	19.490.501	20.811.421	22.889.781
Alemania	1.592.954	3.164.425	2.483.089	2.222.019	1.164.800	3.227.000	1.753.000	2.097.000	1.459.100	2.161.700	1.602.100	2.296.200	2.268.400	1.800.000
Canadá	490.050	500.660	536.630	541.250	513.270	564.090	483.540	553.745	598.910	512.990	503.550	496.186	455.000	500.000
Chile	580.000	630.000	660.000	700.000	780.000	830.000	840.000	810.000	850.000	860.000	940.000	1.000.000	1.165.000	750.000
EE.UU.	4.872.600	4.140.000	4.519.000	4.380.000	4.402.500	4.793.500	4.846.500	5.216.600	4.798.000	4.709.000	4.682.000	5.282.700	4.799.000	4.843.000
Francia	2.388.000	2.582.000	2.340.000	2.326.000	1.673.000	2.948.000	2.493.000	2.662.000	2.516.000	2.446.000	2.473.000	2.209.900	2.165.800	2.140.000
Italia	2.235.950	2.331.690	1.924.240	2.050.070	1.830.170	2.394.131	2.143.540	2.232.853	1.940.007	2.071.261	1.966.470	2.143.284	2.343.593	2.155.600
México	502.849	514.944	505.959	456.538	527.373	598.230	537.774	487.698	413.223	426.713	629.277	370.244	442.702	450.000
Mundo	38.483.941	42.694.340	42.429.628	41.025.884	36.865.794	46.942.191	49.244.666	48.434.670	50.485.853	56.205.767	57.427.497	56.975.313	57.726.155	59.963.060

Fuente: FAO. Faostat. [www.fao.org](http://www.fao.org)

## RENDIMIENTO DE MANZANA A NIVEL MUNDIAL (Hg/Ha)

País	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
China	2.90	2.60	2.60	2.64	2.73	3.42	4.03	4.13	4.74	5.70	6.06	7.43	8.52	9.93
Alemania	15.60	31.60	24.90	26.32	14.57	42.01	23.05	28.90	20.87	32.50	24.57	25.51	25.20	25.71
Canadá	16.30	16.90	16.99	16.45	15.72	17.54	14.75	16.63	19.09	17.47	18.04	18.41	17.04	19.01
Chile	26.20	27.50	28.69	30.09	32.90	32.54	30.21	27.17	27.49	26.79	26.54	32.05	36.63	23.14
EE.UU.	26.60	22.00	23.22	22.86	24.37	26.03	26.05	28.05	25.63	24.88	24.72	27.91	25.67	25.90
Francia	28.50	27.40	27.69	28.36	18.69	35.95	30.40	31.50	33.32	31.35	31.70	28.33	27.76	27.43
Italia	28.40	29.20	24.63	26.27	23.60	31.65	29.11	31.34	28.90	28.95	30.26	33.36	36.85	34.01
México	10.00	8.60	8.80	7.90	9.08	9.08	8.00	7.93	6.73	7.09	10.00	6.30	6.96	7.05
Mundo	7.80	8.20	8.20	8.02	7.41	8.85	8.09	7.92	7.86	8.80	9.25	9.83	10.20	10.60

Fuente: FAO. Faostat. [www.fao.org](http://www.fao.org)

250

## SUPERFICIE CULTIVADA DE MANZANA A NIVEL MUNDIAL (Ha)

Pais	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
China	1,445	1,663	1,692	1,635	1,663	1,916	2,251	2,691	2,954	2,988	2,839	2,622	2,440	2,303
Alemania	101,600	100,000	99,400	84,400	79,900	76,800	74,500	72,500	69,900	66,500	65,200	90,000	90,000	70,000
Canadá	30,000	29,500	31,570	32,887	32,636	32,145	32,777	33,286	31,369	29,359	27,905	26,940	26,700	26,300
Chile	22,070	22,870	23,000	23,260	23,650	25,500	27,800	29,800	30,920	32,100	35,416	31,200	31,800	32,400
EE.UU.	183,040	187,605	194,600	191,600	180,650	184,150	186,000	185,930	187,200	189,200	189,390	189,230	186,925	186,925
Francia	83,500	94,000	84,500	82,000	89,500	82,000	82,000	84,500	75,500	78,000	78,000	78,000	78,000	78,000
Italia	78,614	79,700	78,119	78,012	77,544	75,643	73,621	71,244	67,115	71,543	64,984	64,233	63,588	63,377
México	50,104	59,796	57,395	57,750	58,025	60,373	66,414	61,472	61,341	60,170	62,507	58,740	63,589	63,600
Mundo	4,891	5,162	5,146	5,115	4,970	5,299	5,682	6,111	6,415	6,385	6,206	5,793	5,658	5,628

Fuente: FAO. Faostat. www.fao.org

## PRODUCCIÓN MUNDIAL DE LECHUGA (Mt)

Pais	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Unión Europea (15)	268,210	277,190	306,490	312,520	322,500	328,610	318,580	318,820	321,540	320,310	312,290	327,950	328,830	325,590	344,540
Chile	35,000	29,250	35,977	52,300	61,513	49,650	38,213	37,537	62,036	62,000	55,000	62,000	82,391	82,500	82,500
Estados Unidos	264,400	307,880	319,800	341,240	332,000	321,000	386,620	379,000	397,960	366,300	364,870	435,000	402,300	423,000	423,000
Guatemala	10000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12500	12500	13000	13500	16000	20,000	14000	14000
México	101,573	107,479	133,588	144,545	118,190	163,018	164,066	149,296	139,439	134,177	145,195	178,818	168,833	168,000	168,000
Países Bajos	137,400	125,800	127,300	120,900	103,800	106,300	91,000	92,000	84,300	123,900	110,000	105,000	86,000	86,000	86,000
Perú	28,763	30,365	31,422	28,871	21,388	22,686	22,151	21,346	21,898	23,569	26,353	38,124	29,659	37,191	42,000
Reino Unido	207,300	224,300	270,500	255,113	299,335	299,095	288,518	239,483	254,396	257,000	214,400	182,700	172,800	175,400	175,400

Fuente: FAO. Faostat. www.fao.org

ESTADO DE VERACRUZ  
 SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y GANADERÍA

252

SUPERFICIE CULTIVADA DE LECHUGAS (Ha)

Pais	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Unión Europea (15)	114,270	118,644	124,403	127,193	128,153	129,996	127,806	129,088	131,150	126,348	127,530	131,816	134,247	137,029	139,137
Chile	2,500	2,700	3,321	4,184	4,921	3,972	3,057	3,003	4,772	4,755	4,209	4,662	5,992	5,991	6,000
Estados Unidos	85,570	91,020	97,030	98,440	93,600	89,900	112,480	112,730	118,840	110,160	119,500	116,980	115,330	103,610	103,610
Guatemala	700	800	800	800	800	800	800	830	830	830	840	950	1,200	850	850
México	5,701	6,169	7,201	7,130	5,917	7,620	7,893	7,391	7,284	6,756	7,082	8,956	8,884	8,800	8,800
Países Bajos	3,600	3,500	2,600	2,600	2,200	2,437	2,656	2,737	2,300	1,800	2,300	1,800	3,000	3,000	3,000
Perú	3,031	3,137	3,276	3,033	2,426	2,505	2,393	2,349	2,382	2,572	2,733	3,179	2,195	2,721	2,721
Reino Unido	6,862	7,205	8,541	8,097	10,042	9,646	9,601	7,972	8,002	7,400	7,500	6,100	6,300	6,300	6,300

Fuente: FAO. Faostat. www.fao.org

RENDIMIENTO DE LECHUGA A NIVEL MUNDIAL (Hg/Ha)

Pais	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Unión Europea (15)	21	22	23	22	22	23	23	23	25	25	25	25	25	25	25	25.35	24	25	24	24	25
Chile	13	13	13	12	12	20	14	11	11	13	13	13	13	12	13	13.03	13	13	14	14	14
Estados Unidos	30	31	33	31	34	31	31	34	33	35	35	36	34	34	33	33.25	31	37	35	41	41
Guatemala	15	15	13.77	14	14.54	15	14.28	15	15	15	15	15	15	15.06	15.06	15.66	16.07	16.84	16.66	16.47	16.47
México	12	16	17	19	20	17	18	17	19	20	20	21	21	20	19	19.86	21	20	19	19	19
Países Bajos	33	31	36	32	35	35	38	36	49	47	47	44	34	34	37	68.88	48	58	29	29	29
Perú	10	10	10	9	9	9	9	10	10	10	9	10	9	9	9	9.1	10	12	13	13	15
Reino Unido	23	24	29	25	26	30	30	31	32	35	30	31	30	30	32	34.72	29	30	27	28	28

Fuente: FAO. Faostat. www.fao.org

252

## BALANZA COMERCIAL MUNDIAL DE MANZANA (Miles de dólares)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Importaciones	1,780,290	1,992,216	2,128,135	1,927,220	2,520,952	2,813,147	3,209,180	2,217,888	2,732,152	3,222,637	3,482,867	2,951,672	2,789,112	2,765,834
Exportaciones	1,356,659	1,478,501	1,511,057	1,450,592	1,978,863	2,467,621	2,486,277	2,090,730	2,463,253	3,023,912	3,261,855	2,814,414	2,649,542	2,657,754
<b>SALDO</b>	-423,631	-513,715	-617,078	-476,628	-542,089	-345,526	-722,903	-127,158	-268,899	-198,725	-221,012	-137,258	-139,570	-108,080

Fuente: FAO. Faostat. www.fao.org

## BALANZA COMERCIAL DE MANZANA A NIVEL MUNDIAL (Toneladas)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Importaciones	3,544,757	3,641,177	3,736,700	3,614,045	3,714,764	3,957,126	4,302,290	4,405,100	4,411,493	4,889,617	5,008,162	4,805,590	4,554,583	4,768,967
Exportaciones	3,491,574	3,592,069	3,477,564	3,437,269	3,693,032	4,007,072	4,037,060	4,648,596	4,733,032	5,196,906	5,087,774	5,293,936	5,157,648	5,329,881
<b>SALDO</b>	-53,183	-49,108	-259,136	-176,776	-21,732	49,946	-265,230	243,496	321,539	307,289	79,612	488,346	603,065	560,914

Fuente: FAO. Faostat. www.fao.org

## BALANZA COMERCIAL DE LECHUGAS A NIVEL MUNDIAL (Toneladas)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Importaciones	668,383	719,133	725,796	789,644	817,490	911,821	975,908	1,065,907	1,018,385	998,669	1,063,059	1,122,556	1,189,659	1,221,107
Exportaciones	557,322	633,916	643,333	707,852	818,282	883,257	945,141	992,090	1,093,438	1,096,931	1,110,368	1,184,867	1,208,254	1,255,674
<b>SALDO</b>	-111,061	-85,217	-82,463	-81,792	792	-28,564	-30,767	-73,817	75,053	98,262	47,309	62,311	18,595	34,567

Fuente: FAO. Faostat. www.fao.org

## BALANZA COMERCIAL DE LECHUGA REPOLLADA EN MÉXICO (Dólares)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
IMPORTACIONES	3,378,287	5,041,207	8,842,772	17,560,864	11,654,351	17,560,864	7,839,621	11,540,953	12,687,549	12,895,625	17,560,864
EXPORTACIONES	6,260,129	5,889,870	3,277,723	4,639,995	4,327,591	8,805,507	4,633,957	4,617,765	8,913,493	17,846,260	13,242,326
<b>SALDO</b>	2,881,842	848,663	-5,565,049	-12,920,869	-7,326,760	-8,755,357	-3,205,664	-6,923,188	-3,774,056	4,950,635	-4,318,538

Fuente: Secretaria de Comercio con datos del Banco de México.

BALANZA COMERCIAL  
 TESIS COM

BALANZA COMERCIAL DE LECHUGA DE HOJA LARGA (Dólares)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
IMPORTACIONES	570,696	1,340,094	2,896,570	2,683,921	2,266,278	619,677	724,031	609,256	1,153,613	2,546,462	2,016,755
EXPORTACIONES	963,214	1,398,558	1,415,337	2,308,769	1,871,827	4,336,492	3,301,235	2,859,643	2,710,120	2,409,082	1,812,977
SALDO	392,518	58,464	-1,481,233	-375,152	-394,451	3,716,815	2,577,204	2,250,387	1,556,507	-137,380	-203,778

Fuente: Secretaría de economía con datos del Banco de México.

BALANZA COMERCIAL DE MANZANA EN MÉXICO (Dólares)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Importaciones	2,991,705	9,509,105	41,667,405	65,697,458	97,199,955	49,843,675	48,480,921	52,408,527	62,581,993	107,133,628	145,912,496
Exportaciones	45,401	131,382	105,511	18,622	47,590	39,183	4,402	24,330	36,372	60,619	79,675
Saldo	-2,946,304	-9,377,723	-41,561,894	-65,678,836	-97,152,365	-49,804,492	-48,476,519	-52,384,197	-62,545,621	-107,073,009	-145,832,821

Fuente: Secretaría de economía con datos del Banco de México.

## ANEXO ESTADÍSTICO DEL CAPÍTULO 3

## DISTRIBUCION DEL GASTO CORRIENTE EN VERDURAS Y LEGUMBRES FRESCAS (Hogares)

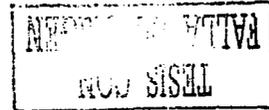
	1984	1989	1992	1994	1996	1998	2000
I	962,252	1,022,373	1,130,644	1,291,779	1,400,506	1,474,622	1,628,601
II	1,154,732	1,288,848	1,354,275	1,541,014	1,647,457	1,722,467	2,008,336
III	1,288,163	1,364,751	1,531,289	1,647,874	1,735,658	1,767,511	2,021,835
IV	1,300,932	1,399,020	1,515,695	1,660,502	1,776,780	1,862,501	1,977,610
V	1,303,105	1,414,383	1,547,488	1,691,323	1,813,064	1,898,399	1,975,726
VI	1,363,911	1,378,016	1,570,091	1,694,975	1,799,191	1,906,902	2,018,469
VII	1,330,040	1,413,965	1,648,988	1,629,404	1,823,450	1,886,706	1,924,472
VIII	1,344,674	1,378,700	1,538,086	1,703,898	1,832,345	1,867,581	1,869,176
IX	1,331,789	1,387,288	1,487,948	1,594,054	1,782,150	1,851,803	1,977,646
X	1,227,198	1,268,337	1,425,121	1,524,703	1,661,042	1,692,926	1,797,783

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares. Varios años.

## DISTRIBUCION DEL GASTO CORRIENTE EN VERDURAS Y LEGUMBRES FRESCAS (gasto)

	1984	1989	1992	1994	1996	1998	2000
I	2,467	43,318	83,718	102,276	149,009	257,301	357,017
II	3,908	68,206	125,265	154,246	231,674	376,882	555,222
III	5,550	76,841	170,976	190,739	275,597	450,541	674,254
IV	5,764	85,317	187,346	234,289	324,253	538,422	700,917
V	6,734	99,694	206,896	243,371	371,714	555,222	755,813
VI	7,350	105,506	235,501	265,137	398,715	620,716	735,426
VII	8,064	121,772	261,000	277,882	436,742	684,524	793,620
VIII	8,620	125,202	272,972	317,248	459,547	771,870	890,192
IX	8,935	136,350	293,811	332,391	470,793	861,459	979,709
X	10,577	148,656	334,742	358,389	577,695	834,619	1,045,746

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares. Varios años.



**DISTRIBUCION DEL GASTO CORRIENTE EN FRUTAS FRESCAS (hogares)**

	1984	1989	1992	1994	1996	1998	2000
I	264,704	313,112	331,413	396,016	430,434	407,800	584,039
II	456,090	536,986	600,147	691,469	713,624	680,180	1,065,030
III	574,354	736,140	792,973	937,250	875,036	911,692	1,240,421
IV	611,480	784,483	909,168	999,904	1,095,834	1,042,871	1,375,458
V	726,166	889,084	969,222	1,215,609	114,486	1,126,964	1,397,496
VI	818,999	939,163	1,153,241	1,240,273	1,265,530	1,311,428	1,473,110
VII	875,097	1,091,172	1,083,689	1,229,721	1,319,544	1,334,218	1,449,392
VIII	992,756	981,660	1,191,934	1,331,603	1,371,231	1,404,705	1,545,181
IX	990,246	1,160,986	1,210,683	1,349,101	1,460,615	1,475,958	1,618,462
X	1,068,100	1,082,388	1,250,363	1,340,267	1,476,091	1,511,832	1,729,636

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares. Varios años.

**DISTRIBUCION DEL GASTO CORRIENTE EN FRUTAS FRESCAS (gasto)**

	1984	1989	1992	1994	1996	1998	2000
I	297	10,074	16,382	26,076	34,290	55,734	86,815
II	799	19,792	33,587	47,906	64,088	106,507	163,244
III	1,238	38,606	52,426	66,252	87,023	131,840	255,500
IV	1,499	40,617	66,606	78,016	119,364	177,246	332,792
V	2,170	49,069	86,657	119,096	149,860	200,169	357,822
VI	2,881	64,651	119,812	131,338	188,289	249,751	400,692
VII	3,435	76,994	122,563	144,579	213,726	325,686	508,071
VIII	4,453	80,671	152,272	177,244	259,358	386,728	559,441
IX	5,250	106,280	198,121	238,667	373,767	530,397	727,073
X	9,242	158,884	278,712	336,503	557,422	719,814	1,134,177

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares. Varios años.

## DISTRIBUCION DEL GASTO CORRIENTE EN LECHUGA (hogares)

	1984	1989	1992	1994	1996	1998	2000
I	84,834	22,797	19,940	21,374	24,990	24,782	41,862
II	123,630	54,712	55,816	64,943	77,156	83,902	120,901
III	182,655	85,446	114,574	104,682	101,953	127,919	219,942
IV	136,600	116,083	117,949	245,826	1,377,884	142,809	232,602
V	141,084	176,454	157,327	243,373	220,873	170,389	244,023
VI	208,581	1,635,243	177,783	238,534	261,205	280,806	271,455
VII	170,073	195,732	238,668	299,962	294,727	309,334	298,654
VIII	136,247	251,822	260,393	324,971	328,018	364,940	356,588
IX	94,722	283,497	300,628	380,525	341,976	423,275	396,002
X	128,227	315,280	435,580	407,713	546,886	469,493	493,457

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares. Varios años.

## DISTRIBUCION DEL GASTO CORRIENTE EN LECHUGA (gasto)

	1984	1989	1992	1994	1996	1998	2000
I	145	294	547	537	688	1,246	2,507
II	143	753	1,170	1,803	2,570	4,382	8,176
III	446	1,092	2,598	2,854	4,317	6,214	12,788
IV	173	1,802	3,849	6,061	4,676	9,318	14,331
V	236	3,108	3,737	7,250	8,130	10,256	15,578
VI	306	2,587	4,568	7,417	11,009	17,335	16,900
VII	252	3,244	6,675	8,141	12,090	20,636	19,635
VIII	201	4,649	6,708	10,032	13,814	22,371	26,471
IX	175	5,862	9,567	12,638	15,247	29,129	30,001
X	236	7,226	14,722	13,697	29,243	34,557	40,864

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares. Varios años.

**DISTRIBUCION DEL GASTO CORRIENTE EN MANZANAS FRESCAS (hogares)**

	1984	1989	1992	1994	1996	1998	2000
I	26,225	131,086	158,825	149,243	130,878	175,488	241,669
II	141,777	2,038,715	264,664	293,704	271,830	280,683	442,083
III	162,004	389,220	381,348	370,709	318,261	424,296	579,831
IV	161,381	439,442	506,667	460,918	423,396	472,586	713,859
V	258,746	474,553	560,855	596,731	548,023	562,727	773,697
VI	371,911	538,507	792,020	586,136	586,126	765,275	788,096
VII	465,392	651,350	694,274	723,706	663,073	761,483	949,154
VIII	49,432	573,149	770,452	748,386	783,996	906,842	1,032,003
IX	513,874	751,444	879,532	888,129	953,028	1,028,007	1,161,557
X	754,806	764,077	982,961	1,005,120	1,062,579	1,134,593	1,408,255

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares. Varios años.

**DISTRIBUCION DEL GASTO CORRIENTE EN MANZANAS FRESCAS (gastos)**

	1984	1989	1992	1994	1996	1998	2000
I	44	3,918	6,761	10,376	10,800	20,785	37,708
II	251	7,396	13,295	16,632	24,727	39,598	65,260
III	375	18,025	23,159	22,439	28,795	57,632	92,352
IV	311	17,269	29,619	28,168	42,991	75,755	146,055
V	700	19,933	36,814	45,936	58,821	85,949	152,494
VI	1,157	32,120	60,496	49,100	78,180	139,317	185,178
VII	1,209	38,127	62,975	61,461	94,770	163,746	242,206
VIII	1,633	39,222	68,639	76,628	1,155,819	197,290	280,600
IX	1,985	51,481	105,026	107,773	180,968	289,382	369,164
X	3,895	82,549	158,386	181,383	304,085	410,062	659,210

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares. Varios años.

258

## ANEXO DEL CAPÍTULO 5

SUPERFICIE SEMBRADA (HA) DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS  
DEL ESTADO DE CHIHUAHUA DE 1990-2000

PRODUCTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
MANZANA	21,488	22,577	22,917	26,075	25,725	29,360	27,966	24,888	25,152	24,974	24,270.90
CEBADA GRANO	5,257	16,197	8,057	15,253	10,636	10,953	15,633	19,467	11,157	7,901	14,803
CEBOLLA	3,465	3,834	3,847	3,673	3,009	4,188	3,495	4,317	5,278	5,859	3,483
CHILE VERDE	7,689	10,747	16,434	13,789	8,955	14,295	12,954	27,000	21,013	16,856	17,757
DURAZNO	1,820	1,476	1,404	1,379	1,256	1,323	1,788	1,137	1,086	1,142	1,142
FRIJOL	225,644	163,654	102,015	212,567	223,061	232,325	258,196	228,430	261,386	195,193	133,053
MAIZ FORRAJERO	22,162	16,671	26,432	42,774	36,224	26,840	80,861	31,379	28,861	60,411	75,817
MAIZ GRANO	239,591	362,750	450,818	314,630	288,386	245,316	183,151	373,082	294,680	191,802	139,456
PERA		304	294	299	263	260	230	211	181	180	163
SORGO GRANO	26,792	17,484	17,162	6,630	14,236	14,638	18,298	24,500	15,516	13,861	16,480
TRIGO GRANO	44,595	55,628	39,683	37,379	54,108	29,852	34,626	36,441	15,370	9,970	12,597
UVA	340	273	255	175	172						
ZANAHORIA								4	2	4	15

Fuente: Centro de Estadística Agropecuaria. Anuario Estadístico de la Producción Agrícola, 1990-2000.

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

SUPERFICIE COSECHADA ( HA. ) DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS  
 DEL ESTADO DE CHIHUAHUA DE 1990-2001

PRODUCTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
MANZANA	17,713	18,406	22,345	25,272	21,500	22,063	20,518	24,320	18,890	24,328	19,141.90
CEBADA GRANO	5,158	15,605	7,902	15,183	6,028	10,561	15,633	19,292	11,149	7,901	7,789
CEBOLLA	3,438	3,738	3,727	3,490	3,009	4,051	3,280	4,283	5,243	5,547	3,465
CHILE VERDE	7,270	10,398	15,617	13,438	8,628	12,700	12,665	26,026	20,282	15,958	17,456
DURAZNO	1,386	1,298	1,364	1,252	1,099	805	1,053	1,093	869	1,138	1,118
FRIJOL	205,817	146,607	83,044	202,889	148,839	157,154	242,835	170,042	197,021	178,897	64,311
MAIZ FORRAJERO	21,614	16,232	26,432	36,914	25,736	23,095	80,162	31,370	24,034	54,063	38,139
MAIZ GRANO	237,763	346,714	399,095	307,221	242,905	131,735	167,496	318,670	238,514	162,122	56,711
PERA		214	288	256	188	207	63	155	181	180	163
SORGO GRANO	25,894	16,782	17,141	6,591	12,634	13,976	17,638	23,548	14,323	13,731	14,982
TRIGO GRANO	44,441	55,164	39,429	37,292	51,873	26,634	33,577	34,349	15,117	9,731	12,351
ÚVA	303	255	255	172	172						
ZANAHORIA								4	2	4	15

Fuente: Centro de Estadística Agropecuaria. Anuario Estadístico de la Producción Agrícola, 1990-2000.

092

**VALOR DE LA PRODUCCIÓN (\$) DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS DEL ESTADO  
 DE CHIHUAHUA DE 1990-2001 (MILES DE PESOS DE 1994)**

PRODUCTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
MANZANA	334 247,797	413 510 695	343 563 478	345 911 752	332 580 346	265 237 634	333 057 185	235 623 351	246 330 553	299 687 557	196 673 658
CEBADA GRANO	16 680 457	35 753 493	21 960 400	24 277 486	12 415 346	8 906 545	19 278 228	19 642 139	10 975 550	5 546 539	3 750 706
CEBOLLA	49 604 029	80 937 835	73 184 624	79 850 465	78 488 460	75 623 251	64 052 685	154 066 297	97 185 053	65 277 922	55 116 160
CHILE VERDE	115 609 985	236 574 680	278 795 575	185 835 604	191 642 886	181 612 558	149 965 780	395 982 137	399 428 210	244 794 194	241 709 773
DURAZNO	42 941 017	45 067 249	41 304 908	37 469 557	26 973 730	19 636 547	33 559 840	53 332 946	21 816 243	45 906 597	47 092 950
FRIJOL	234 900 354	182 742 520	63 368 240	322 579 678	122 496 414	104 456 457	290 987 822	157 349 140	181 975 931	109 063 632	42 272 190
MAIZ FORRAJERO	38 201 490	4 579 688	82 116 435	80 622 363	78 880 625	33 783 035	135 439 965	55 881 204	46 320 587	63 071 354	42 409 302
MAIZ GRANO	408 597 621	582 995 981	826 145 673	707 928 021	292 218 600	219 030 600	260 409 943	411 932 582	259 042 439	200 204 879	59 486 678
PERA	0	6 433 929	2 651 497	2 755 839	2 646 936	1 449 405	2 740 159	2 576 289	2 714 775	1 843 102	1 143 364
SORGO GRANO	69 509 715	47 321 451	50 167 651	13 141 167	21 731 535	36 291 019	37 850 056	45 253 053	28 682 643	17 421 697	19 543 126
TRIGO GRANO	147 623 403	188 307 926	138 421 030	120 221 552	158 737 567	37 132 510	74 693 655	105 210 465	32 624 798	16 921 106	21 370 183
UVA	2 518 236	3 559 609	2 947 392	1 380 609	1 664 400	0	0	0	0	0	0
ZANAHORIA	0	0	0	0	0	0	0	37 007	17 778	36 711	119 288

Fuente: Centro de Estadística Agropecuaria. Anuario Estadístico de la Producción Agrícola, 1990-2000.

TESIS COM  
 FALLA DE CUIJEN

262

SUPERFICIE COSECHADA ( HA. ) DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS  
 DEL ESTADO DE GUANAJUATO DE 1990-2001

PRODUCTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
CEBADA FORRAJERA	427	300	121	86	322	402	492	424	380	432	371
CEBADA GRANO	24,669	23,728	24,310	29,255	18,220	22,057	24,757	17,415	17,753	23,815	22,755.90
CEBOLLA	16,952	11,178	12,621	9,293	6,845	8,943	7,359	9,140	8,922	10,860	10,812.32
CHILE VERDE	7,624	7,905	11,096	11,275	10,206	9,494	7,659	7,324	6,324	6,087	4,909.70
COLIFLOR	1,858	2,600	1,701	1,851	1,477	1,359	1,629	1,710	1,167	1,227	1,011
FRIJOL	135,763	41,156	92,763	93,833	105,753	106,863	90,333	75,056	99,360	47,447	34,878
<b>LECHUGA</b>	<b>1,143</b>	<b>1,233</b>	<b>1,470</b>	<b>1,176</b>	<b>1,317</b>	<b>1,164</b>	<b>1,575</b>	<b>1,757</b>	<b>1,403</b>	<b>1,843</b>	<b>1,688</b>
MAIZ GRANO	399,007	328,048	364,413	437,332	393,888	372,639	324,767	247,020	403,752	216,974	187,718
SORGO FORRAJERO	477	173	167	346	169	127	134	19	105	321	334
SORGO GRANO	279,227	234,843	233,573	128,576	153,036	185,827	209,446	181,995	238,657	210,761	204,542
TRIGO GRANO	94,261	152,901	146,276	132,019	137,298	121,524	155,848	136,792	81,334	101,032	66,809
ZANAHORIA	3,426	3,545	4,098	3,863	2,706	3,095	3,393	4,634	4,785	5,493	5,276.09

Fuente: Centro de Estadística Agropecuaria. Anuario Estadístico de la Producción Agrícola, 1990-2000.

262

SUPERFICIE SEMBRADA ( HA. ) DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS  
DEL ESTADO DE GUANAJUATO DE 1990-2001

PRODUCTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
CEBADA FORRAJERA	542	300	381	105	322	402	492	985	507	432	455
CEBADA GRANO	24 935	24 670	28 172	38 629	18 716	22 383	25 260	23 491	18 351	33 934	34 964
CEBOLLA	17 018	11 227	12 740	9 343	6 845	8 943	7 372	10 206	9 178	11 349	11 587
CHILE VERDE	7 662	8 673	11 460	11 291	10 325	9 494	7 790	7 334	6 441	6 477	4 915
COLIFLOR	1 922	2 612	1 705	1 851	1 477	1 359	1 629	1 732	1 293	1 227	1 011
FRUOL	147 381	58 094	123 177	142 359	149 346	135 018	119 732	132 405	113 171	125 752	120 593 81
LECHUGA	1 200	1 238	1 495	1 176	1 317	1 164	1 575	1 795	1 532	1 867	1 688
MAIZ GRANO	415 738	385 572	405 787	492 011	485 403	422 137	379 025	392 159	413 566	407 219	393 799
SORGO FORRAJERO	477	173	167	346	169	127	134	19	105	321	374 00
SORGO GRANO	280 641	263 005	236 569	132 024	158 233	186 038	213 377	214 613	238 850	243 221	251 288 01
TRIGO GRANO	94 704	153 475	160 219	137 563	142 524	121 847	156 737	148 046	83 885	109 028	76 807
ZANAHORIA	3 463	3 586	4 595	3 863	2 706	3 095	3 415	4 634	5 381	5 576	5 536

Fuente: Centro de Estadística Agropecuaria. Anuario Estadístico de la Producción Agrícola, 1990-2000.