



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
COLEGIO DE GEOGRAFÍA**

**TRANSFORMACIÓN Y DINÁMICA DEL PATRÓN
DE CONSUMO ALIMENTARIO EN
LA CIUDAD DE MÉXICO FRENTE A
LA GLOBALIZACIÓN DE MERCADOS (1980-2007)**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN GEOGRAFÍA**

**PRESENTA:
ADELA AUREA PÉREZ DÍAZ**

**ASESOR:
DR. JOSÉ GASCA ZAMORA**



**MÉXICO D.F. FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS 2009
COLEGIO DE GEOGRAFÍA**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

DEDICATORIA

En memoria de Laura Díaz, mi madre.

Que fue mi fuerza, en mis momentos de flaqueza, que me dio el estímulo para no claudicar, que me enseñó a luchar, aún cuando parezca que no hay esperanza y a disfrutar los pequeños placeres que nos brinda la vida.

Quien atribuye a la crisis sus fracasos y penurias, violenta su propio talento y respeta más a los problemas que a las soluciones.

Sin crisis no hay desafíos

Sin crisis la vida es una rutina

Sin crisis no hay méritos

En la crisis aflora lo mejor de cada uno

Albert Einstein

Mi profundo agradecimiento, por su tolerancia, paciencia, sugerencia a mi asesor José Gasca Zamora, a mis sinodales Jose Santos, Enrique Propín, Felipe Torres, Rosita Villanueva y a Karla Palma por su ayuda técnica.

A mi esposo Janai Zetina, por las experiencias de vida y de gozo, a mis hijas Laila y Nami por su espontaneidad de vivir. A mi hermana Laura Chávez por ser mi oasis en el desierto. A Antonio, Raúl, Yolanda, Liliana, Jorge y a Rene por compartir lecciones de vida y de amor, que forjaron mi crecimiento.

A Eduardo Chávez que somos cómplices de crecer en crisis, bajo el mismo yugo, para salir adelante, a David, Lorena, Carmen, Ariadna, Sabina, Rodrigo, por su afecto y comprensión.

ÍNDICE

Introducción	4
Capítulo 1 Antecedentes históricos del consumo alimentario	
1.1 El consumo alimentario en la época prehispánica	8
1.2 El consumo alimentario durante la Colonia	18
1.3 El mestizaje en la comida	25
1.4 El consumo alimentario en la era moderna	28
1.5 El impacto de las empresas transnacionales en el patrón de consumo	37
Capítulo 2 Factores explicativos en el consumo y el patrón alimentario.	
2.1 El patrón alimentario	44
2.2 La función del consumo y el patrón alimentario	45
2.3 Factores explicativos del cambio en el patrón alimentario	60
2.4 Las tendencias en los modelos de consumo y el patrón alimentario	65
Capítulo 3 Los factores que determinan los patrones de consumo alimentario en el caso de dos colonias de La Ciudad de México	
3.1 El patrón de consumo actual y las colonias seleccionadas	79
3.2 Relación ingreso-gasto	89
3.3 Análisis de los resultados del consumo alimentario de la colonia Narvarte	95
3.4 Análisis de los resultados del consumo alimentario de la colonia Martín Carrera	102
3.5 Resultados Comparativos	109
3.5 Cambios en el patrón de consumo de alimentos en los 80"s y 2007	113
Conclusiones	118
Bibliografía	123
Anexo	128

INTRODUCCIÓN

El conjunto de productos que un individuo, familia o grupo social consumen de manera ordinaria se denomina patrón alimentario. Este fenómeno no es estático, sino dinámico porque va cambiando a través del tiempo, de acuerdo con cada contexto geográfico.

Recientemente el patrón alimentario ha cambiado a mayor velocidad a la incorporación de equipo e instrumentos para facilitar la preparación de los alimentos, motivado por cambios en la práctica y horarios laborales y más recientemente, como resultado de los cambios en la cultura alimentaria promovida por la globalización económica que se refleja, en las formas de producir, distribuir, consumir y preparar alimentos.

El consumo a gran escala tiene sus orígenes en el siglo XVII, empezando con la producción de alimentos de consumo cotidiano. Los primeros patrones de consumo se vinculan a la aparición de los procesos producción industrial, ya que el avance de la tecnología alimentaria en productos procesados industrialmente ha influido en el esquema moderno del patrón de consumo alimentario.

La ciudad de México, siendo el principal núcleo demográfico, económico y urbano del país, alberga el mayor número de mercados, lo cual diversifica los productos de los habituales, por lo que existe la tendencia al cambio del patrón alimentario, debido a la modernización de mercados que ha facilitado la distribución y disponibilidad del mismo, por la irrupción de formas mas prácticas

y rápidas de preparación de alimentos, así como las tendencias laborales, que han implicado una creciente incorporación de la mujer en el trabajo extrahogar. Los centros urbanos como la Ciudad de México se han visto inmersos en los cambios del patrón alimentario que se gesta en la globalización; el libre mercado favorece la uniformidad del patrón de consumo, perdiendo su singularidad tradicional. Ante un mercado altamente diversificado lleva la consigna de lo práctico en cuanto a tiempo y costo de preparación, dejando de lado el aspecto nutricional.

No obstante, el cambio en el patrón de consumo es un proceso desigual entre los diferentes estratos sociales. Esto significa que los estratos altos de ingreso incorporan cambios más significativos a un patrón de consumo alimentario de rasgos industriales, mientras que la población de bajo ingreso tienden a restringir el consumo y las innovaciones en la alimentación.

La sociedad moderna se identifica por las innovaciones que van mejorando la preparación y el tiempo de los alimentos, en función de una mayor eficiencia. El consumo alimentario entonces ha ido cambiando a través de las técnicas, el procesamiento y la distribución de productos industrializados en el mercado, así como la tendencia a comer fuera de casa, por la aparente simplificación de las prácticas alimentarias caseras y la proliferación del consumo de las cadenas de comida rápida. Por lo tanto, el consumo alimentario se ve acotado por el ingreso, sustituyendo algunos ingredientes por otros o la omisión de estos de acuerdo con la capacidad de consumo de la población.

Un aspecto importante que ha redimensionado el patrón de consumo alimentario es la publicidad que va creando nuevas necesidades de consumo, en un contexto donde se exagera la competencia de las empresas transnacionales en el mercado mundial. Dichas empresas tienden a homogeneizar el consumo alimentario, lo cual perfila uno de los procesos que viene influyendo en el comportamiento alimentario.

Estas consideraciones nos llevan a plantear la hipótesis de que el patrón alimentario está determinado por el nivel de ingreso de la población y por el mercado que impone la oferta y el acceso. Desde el punto de vista espacial, esto se refleja en la configuración de diferentes patrones de consumo, en función del nivel del ingreso y las características socio-culturales que caracteriza determinado ámbito territorial.

Esto es precisamente el eje de esta investigación a partir de la cual hemos tomado en consideración el caso representativo de dos colonias del Distrito Federal, las cuales al tener condiciones de ingreso diferenciales, configuran determinados patrones de consumo alimentario.

En el primer capítulo desarrollamos la parte histórica a partir de la cual consideramos los antecedentes de la alimentación prehispánica y el México colonial, en la cual se ha perfilado una herencia cultural que a la fecha se mantiene en parte en los productos que integran la alimentación de los mexicanos.

En el segundo capítulo se enfoca a la parte teórica de la función consumo y los rasgos que definen el patrón alimentario, así como sus cambios y tendencias respecto al mercado.

En el último capítulo se estudian los casos concretos de dos colonias de la Ciudad de México, seleccionada en función de su ingreso, la colonia Narvarte en la Delegación Benito Juárez con ingresos medios altos y la colonia Martín Carrera en la Delegación Gustavo A. Madero, con ingresos bajos. La identificación del patrón alimentario se llevó a cabo a través del levantamiento de dos encuestas que permitieron dar cuenta de los procesos de cambio y estructuración del patrón alimentario. En este sentido, el propósito principal de la investigación fue conocer y analizar la transformación que ha sufrido el patrón alimentario en el caso concreto de las colonias referidas de la Ciudad de México, teniendo en consideración el impacto de la globalización en los procesos de producción, distribución y consumo en el rubro alimentario.

Capítulo 1 Antecedentes históricos del consumo alimentario

1.1 El consumo alimentario en la época prehispánica

La alimentación en el México prehispánico era variada puesto que aprovechaba, en forma extraordinaria, los recursos que disponían en su entorno geográfico. Las condiciones ambientales imperantes del Valle de México favorecían una dieta diversificada y balanceada, por un lado se podían cazar numerosas especies de animales, además de recolectar plantas e insectos. Por su parte, la presencia de los ríos, lagos y lagunas atraían especies de aves migratorias y suministraban una gran variedad de productos acuáticos.

Los indígenas prehispánicos eran agricultores, tenían una alimentación de tipo mixto que incluía productos agrícolas en gran cantidad, con maíz como alimento fundamental y con productos de origen pecuario. El maíz formaba parte de una enorme variedad de preparados culinarios, lo comían en granos enteros o molidos. El maíz formaba parte de la composición de muchos platillos, pero sobre todo como tortillas (Dávalos, 1954:104).

Otra manera de comer el maíz era en tamales, a través de diferentes modalidades, también comían el maíz en forma de pinole, esto es tostando el grano y convirtiéndolo en harina. La masa era igualmente utilizada para preparar bebidas, disolviéndola en agua para formar el pozol, ya fermentándola ligeramente o bien cociéndola para la preparación de diferentes atoles simples o compuestos con otros productos como chile, cacao, entre otros (Ibidem:105).

Además del maíz usaban otros vegetales entre los cuales pueden mencionarse las múltiples especies de frijol, calabaza, chilacayote, chayote, papa, camote,

guacamote, cuajilote, cuapinole, huachadote, mezquite, nils, malva, huazontle, diversas clases de hongos, caomite, así como el corazón del maguey cocido. Aderezaban sus platillos con el chile en sus múltiples variedades, usando además tomate, jitomate, miltomate, jaltomate, pepitas de calabaza, una especie de cebolla, el xonacatl (especie), achiote, xoconoztli (tuna silvestre) la llamada pimienta de Tabasco o xocoxochitl (especie), entre otros.

Si bien los animales domésticos para el consumo eran reducidos, como pueblo de cazadores y recolectores, los mexicas generaban alimentos a través de diversos recursos faunísticos. Entre los mamíferos se pueden señalar distintas especies de venados, una de cerdo montés llamado coyamel, conejo, liebre, tejón, comadreja, marta, ardilla, nutria, tlacuache, armadillo, mapache, oso, tapir, tepezcuintle, etc., y, por supuesto, los famosos perrillos de engorda para efecto de consumo.

Por lo que respecta a las aves además del pavo o guajolote, y tal vez unas especies de faisán: el coxolitli y el tepetototl, ciertas palomas y codornices que criaban domésticamente, el resto de aves que utilizaban como alimento eran huéspedes transitorias de los lagos o bien habitaban en bosques. Las chachalacas, la perdiz, la tórtola, entre otras, además las múltiples gallineras, ánsares, ánades, patos, mergos, etc., de lagunas y ríos. También incorporaban alimentos exóticos provenientes de animales como ranas, culebras, tortugas, era un platillo muy solicitado las iguanas y sus huevos así como los lagartos (Ibidem:106).

Además de los peces de las lagunas, obtenían pescado fresco para sus mesas desde el Golfo de México, entre las especies se encuentran, los pámpanos, pargos, guachinangos, congrios, sollos, besugos, entre otros.

Dentro de la organización social de los mexicas había jerarquías, los reyes y señores eran quienes gozaban de la multiplicidad de viandas, que además de variadas eran preparadas con destreza, se habla de la preparación del cacao después de la comida y de las cañas de humo que se les presentaban para su deleite. Los nobles tenían igualmente una alimentación variada y con refinamientos, prueba de ello es el consumo de productos como el cacao, la vainilla, el jitomate, el aguacate, entre otros.

Se considera que, el habitante del altiplano era un individuo con una alimentación sin excesos. Desde pequeño se les enseñaba a no abusar de los alimentos. Su dieta consistía en maíz, frijol, chile, estos no eran los únicos que utilizaban, eran los básicos en su dieta (Ibidem:107).

En la cocina prehispánica del México Central, el maíz, el frijol y la calabaza eran parte básica de la dieta y resultan nutricionalmente más beneficiosos si se les come combinados que separados. Si la tortilla de maíz mexicana se consume con frijoles, o si se prepara una sopa de maíz y frijoles, los nutrientes de estos alimentos se complementan mutuamente. La combinación es esencial ya que el maíz proporcionan niveles complementarios de estos aminoácidos, lo que convierte en una buena fuente de los eslabones requeridos para producir proteínas.

En la cultura prehispánica, los alimentos tenían un significado simbólico. Los alimentos formaban parte de la cosmovisión de la mitología y lo sagrado. El

maíz era considerado como una de sus divinidades y estaba íntimamente ligado a su cultura, por ejemplo pensaban del maíz que si una persona iba a morir y si se perdía, realizaban rituales con granos de maíz, decían que viendo una vasija llena de agua podían saber quien lo tenía, si la tierra temblaba era señal de que pronto se pudriría y acabaría el maíz de las trojes (Ibidem:113).

El chile también tenía un simbolismo importante, ya sea representado en figuras como una deidad, ya como una ofrenda a los dioses junto con otros alimentos como el cacao, la sal y el tomate.

El chile junto con el maíz y el frijol aparece frecuentemente representado en códices y figuras de cerámica de la época prehispánica, lo que hace notar que además de que forma parte importante de la dieta mesoamericana, era considerado un alimento de los dioses y tenía también, junto con el cacao un gran valor tributario. Al chile lo consideraban excitante del apetito y digestivo, además le reconocían cualidades nutritivas (Ebrard, 1996:10).

En la época prehispánica también se aprovechaba una variedad de insectos, que constituían una fuente proveedora de proteína animal, tanto del medio terrestre como del acuático. Puesto que los insectos son el grupo animal dominante sobre la tierra, abarcando cuatro quintas partes del reino animal, generalmente son inocuos y fáciles de localizar, coleccionar, preservar y almacenar. Se encuentran insectos en todos los hábitat: en el medio terrestre, la llanura, la montaña, el desierto, en los árboles, arbustos, hierbas, debajo de la tierra, etc. En el medio acuático en ríos, arroyos, lagos, lagunas, bordos, etc. Por lo tanto, los indígenas los encontraban en cada lugar por donde pasarán o

permanecían y sin duda ya acostumbraban consumirlos; los insectos constituyeron parte de su dieta cotidiana.

Los insectos se consumían en los diferentes estados de su desarrollo: de algunas especies se consumen los jebecillos, de otras las larvas y las pupas; en otras los adultos, lo cual está relacionado con el ciclo de vida y la localización geográfica de las especies y depende de las condiciones abióticas (temperatura, humedad, tipo de suelo, latitud, altitud, luminosidad, clima) y de las condiciones bióticas (vegetación, hospedero, tipo de alimentación y fisiología de su reproducción, así como el hecho de una especie sea terrestre o acuática; en este segundo caso los cuerpos de agua podían variar según el periodo del año (presas, jagüeyes, ríos y/o estanques rústicos). (Ramos y Pino, 1997:95).

Existía inclusive un comercio de las especies de insectos que podían encontrarse durante todo el año, como es el caso de las avispas, del ahuahutle y el xayacatl, de los gusanos de palo, gusanos del maguey y los jumiles.

Algunas formas de preparación de los insectos comestibles persisten hoy en día y forman parte de las costumbres tradicionales de alimentación. Entre los insectos que se consumen asados tenemos los gusanos eloteros, los del nopal, los toritos, los gusanos de mezquite, los gusanos blancos y rojos del maguey; las botijas, las cigarras, el gusanillo, los chapulines, los jumiles, los gusanos de los palos, las chitanas, los gusanos del pochote, jonote y guásimo así como los del madroño, al igual que las abejas y las avispas.

Preparados como tamales o como tortitas tenemos típicamente, el ahuahutle y al xayacatl, así como las larvas de moscas acuáticas. Cocidos mediante

ebullición, con o sin adición de sal, tenemos los chapulines y algunas especies de avispas.

Por otro lado, los insectos comestibles poseen un conjunto de ventajas que les confieren una importancia especial, en la alimentación humana como son: su valor nutritivo, la cantidad y calidad de sus proteínas, su elevada digestibilidad y su riqueza en vitaminas, minerales y calorías. (Ramos, Pino, 1997:98).

Entre las bebidas con cierta difusión era el alcohol, bebida controlada y restringida para ocasiones ceremoniales, una razón importante para la limitación del consumo del alcohol puede haber sido ecológica, estas restricciones estaban apoyadas por sanciones legales y sociales. Consideraban el exceso, la bebida con tanta seriedad que castigaban la embriaguez en público con la muerte. El pulque que es la bebida más popular, su consumo estuvo restringido a ciertos grupos sociales y a ciertas festividades del calendario ritual (Super y Thomas 1989:29).

Las bebidas alcohólicas las obtenían fermentando el maíz, la chía y sobre todo la savia del maguey. El pulque se obtiene a través del agave, fueron los pocos cuidados que necesitaba y la resistencia natural del maguey a cualquier contingencia climatológica fueron los factores más decisivos que favorecieron el desarrollo de los plantíos y la producción del pulque.

El pulque se usaba no solamente como licor y como intoxicante ritual, sino también tenía un efecto nutritivo importante al compensar la falta de verduras y proteínas en la alimentación. Se había demostrado que el pulque tomado en dosis moderadas facilita la digestión, provoca sueño y sensaciones de euforia sin producir irritación (Lozano, 1997:424).

La formación de los mercados alimentarios en la época prehispánica fue la de facilitar la circulación de productos alimenticios, sobre todo de aquellos que no podían ser obtenidos en todas las partes como la sal, las frutas, los productos de la caza y la recolección, mediante el intercambio directo de los productores, los mercados cumplían así como una función social importante, al ser lugares de interacción y encuentros personales.

México Tenochtitlán dependía del exterior para el abasto a través de varias vías: el intercambio de productos con regiones del mismo valle (producción de chinampas), producción de las tierras del Estado y los tributos, los cuales ayudaban en caso de verse afectados por fenómenos naturales, que permitían hacer reservas alimenticias en épocas de crisis. En la época prehispánica se tributaban productos agrícolas como el maíz, el frijol, la chía y el huautl, productos de la caza: águila, venado, ocelote y pájaros (Torres, 2003:42).

El mercado de Tlatelolco fue uno de los más concurridos que deslumbró a Cortés, quien describe al rey español como tan grande como dos veces la plaza de la ciudad de Salamanca toda cercada de Portales alrededor, donde hay cotidianamente arriba de sesenta mil almas comprando y vendiendo, donde hay todos los géneros de mercaderías que en todas las tierras se hallan, así de mantenimiento como de vitallos. Hay calle de caza donde venden todos los linajes de aves que hay en la tierra, así como perdices, codornices, dorales, zarquetas, tórtolas, palomas, pajaritos de cañuelo, venden conejos, liebres, venados y perros pequeños que crían para comer castrados.

En la carta que redacta Cortés nombrado por Novo señala:

Hay casas donde dan de comer y beber por precio. Hay todas las maneras de verduras que se hallan, especialmente cebollas, ajos mastuerzo, berros, borrajas, acederas y cardos y fagarninas. Hay frutas de muchas maneras en que hay cerezas y ciruelas que son semejables a la de España, venden miel de abeja, cera y miel de cañas de maíz que son tan melosas y dulces como las de azúcar y miel de unas plantas que llaman en las otras y estas maguey, que es muy mejor que arropo de estas plantas hacen azúcar y vino que asimismo venden maíz en grano y en pan. Venden pasteles de ave y empanadas de pescado. Venden mucho pescado fresco y salado, crudo y guisado (citado por Novo, 1997:18).

Entre los prehispánicos, el Calpulli o barrio era la unidad fundamental de organización productiva y la propiedad era comunal, las parcelas estaban divididas de acuerdo con las necesidades de cada familia y podrían perder el derecho de su uso en caso de no trabajarla, no podían, ni venderla, ni traspasarla, pero si podía pasar por herencia y si algún momento ese derecho del Calpulli se acababa, la tierra pasaba de nuevo a propiedad del barrio.

El abasto de alimentos en la época prehispánica presentaba características especiales, debido a que la propiedad de la tierra y el control de la producción estaban en manos de instituciones. Parte del abasto de los artículos alimenticios se desarrollaban al margen del mercado y los intermediarios, los frutos pasaban directamente de las manos del agricultor a la del consumidor. El comercio local era practicado directamente por los productores. En el caso de la venta del maíz, como su producción era libre, pero con todo lo demás, el comercio obedecía a reglamentos de estricta observancia (Mijares, 1989:21).

Al respecto, Torquemada señala que:

“Tenían entre sí por barrios repartidos las mercaderías que habían de vender y así los de un barrio vendían el pan cocido y los del otro el chile y los que se ocupaban en una granjería no podrían atender a otra, que era curiosidad harto notable; pero todos en común podían vender centli, que es maíz en mazorca. Había también otra ley puesta por la República que ninguno vendiese cosa de lo que traía al mercado, fuera de él, sobre lo cual no solamente habrá ley y pena (Citado por Novo, 1997:18).

Las técnicas de conservación de alimentos consistían en el salado para las carnes y pescados; el vapor para los tamales, carnes, elotes, chayotes, etc. En el pueblo prehispánico utilizaban también la cocción sobre el comal en la preparación de la tortilla y al calor indirecto cocción en rescoldo en la preparación de barbacoa. Los indígenas utilizaban las hojas de diversas plantas como las grandes hojas de calabaza o la higuera, o bien las resistentes hojas del maíz, del plátano y del maguey para proteger sus alimentos y mantenerlos limpios y frescos.

La preparación de los alimentos requería del metate para moler el maíz, del comal, para cocer las tortillas, del molcajete para moler chiles o semillas, varias clases de vasijas de barro para cocinar, servir y guardar la comida, jícaras para las bebidas, cucharas hechas de caparzones de tortugas, cestos, para las tortillas, escudillas de palo, etc.(Gibson, 1980:30).

Por lo regular, no existía un lugar específico para la cocina, ni tampoco para el comedor ni siquiera en los palacios como el de Moctezuma (último emperador Azteca) para consumir la comida diaria, pues tomaban sus alimentos en

cualquier parte de la casa y no obstante todo lo anterior, el hogar, formado por tres piedras, era el centro de toda la casa y se le llegaba a conferir un carácter sagrado (Soustelle, 1970:130-131).

La alimentación dependía de las cosechas y éstas a su vez de las condiciones climáticas imperantes, lo cual a menudo negaban a la población el lujo de elegir entre distintos alimentos, pues estaban a merced de los embates del clima asociados con la lluvia, el granizo, las heladas, las sequías, las inundaciones y las plagas eran recurrentes.

Los alimentos que antes se despreciaban como algunas plantas y frutas silvestres se volvieron básicos y se utilizaron comúnmente métodos prácticos para ampliar las fuentes de alimentos escasos, en otras palabras el ingenio y la imaginación permitieron hallar sustitutos a los alimentos tradicionales en épocas de escasez alimentaria (Super, 1989:39).

En el caso del consumo de insectos como el ahuahutle y el axayácatl los preservaban mediante el secado al sol, de esta manera pudieron contar con estos preciados alimentos durante épocas de escasez.

La llegada de los españoles al Nuevo Mundo desencadenó una serie de cambios que alteraron la historia de la alimentación. Con la derrota del pueblo prehispánico, la estructura de la sociedad, comenzó a desaparecer y ocurrieron cambios radicales, así la tierra pasa a ser propiedad de los soldados, funcionarios, instituciones españolas y colonos, la economía de la autosuficiencia se transforma en economía mercantil dirigida a satisfacer intereses de la colonia. En otras palabras, tiene lugar una acelerada y violenta transformación en todos los ámbitos, hasta el hecho de la población indígena

se vio casi exterminada y marginada, fueron obligados a proporcionar su fuerza de trabajo y gran parte de sus recursos a las nuevas actividades incorporadas por los españoles. Lo cual trajo como consecuencia una extrema desigualdad socioeconómica (Roldan, 1992:2).

1.2 El consumo alimentario durante la Colonia.

Los alimentos del Viejo Mundo alteraron para siempre el modelo alimentario del Nuevo Mundo a través de la incorporación de cereales, carnes, frutas y verduras europeas. Entre los cereales, el trigo, el arroz y la cebada tuvieron el mayor efecto sobre el régimen alimentario.

La imposición de hábitos de nuevas necesidades alimentarias, se vio reflejada en la transformación de productos pecuarios como la carne, la leche, el queso y los huevos representaron para la alimentación mayoritariamente vegetariana de los indígenas una fuente nueva de proteínas y grasas. Nuevos productos alimentarios del Viejo Mundo hicieron su aparición en la América Colonial entre estos: caña de azúcar, uvas, higos, duraznos, manzanas, membrillos, peras, granadas, naranjas, limas, limones, melones, coles, lechugas, rábanos, cebollas, ajos, nabos, borraja, pepinos y legumbres.

A pesar de su importancia, las frutas y verduras no definían el carácter de los regímenes alimentarios tanto como el maíz, la yuca, la calabaza y las habas. El maíz permaneció como el alimento básico e incluso se hablaba del sagrado maíz siendo excepcionalmente imaginativos para seguir utilizándolo se inventaron diferentes tipos de tortillas, bebidas para distintas ocasiones (Super, 1989:23).

Durante los primeros años de colonización, los españoles introdujeron una gran cantidad de productos nuevos, básicamente alimentos en su intento por conservar sus costumbres desde muy temprano trajeron trigo y carne dos alimentos básicos en la dieta europea. El trigo se adaptó rápidamente a las tierras mesoamericanas, los indígenas fueron obligados a cultivarlos y si bien en un principio no lo consumieron masivamente, poco a poco fueron incorporando el pan a su dieta. Algo similar sucedió con la carne (Doode y Pérez 1994:349).

Una de las características primordiales del régimen colonial novohispano, fue la regulación sistemática de todos los aspectos. Así la economía colonial no fue una economía libre, sino una economía administrada a través de una participación constante de la Corona en la vida cotidiana de la Colonia. Los hábitos alimenticios de los conquistadores eran radicalmente diferentes y pronto se las ingenió para tener a mano los elementos que eran parte de su modo de vida (Suárez, 1985:18).

El pan era el producto de mayor consumo en toda Europa y sus variedades dependían de los cultivos locales, los costos y las reglas sociales. Los nobles comían panes blancos y suaves hechos con harina, a los que agregaban ajo, perejil, romero o alguna otra hierba, se introdujeron además vino, aceite, de oliva, leche y mantequilla, cebada, centeno y la avena en la elaboración de pan.

Las uvas tuvieron buena aceptación en su cultivo, los ajos y las cebollas se fueron aclimatando lentamente. Acerca de las frutas que se introdujeron se puede decir que las manzanas tuvieron poco éxito por ser pequeñas ácidas en

cambio la naranja se dio muy bien, lo mismo sucedió con los limones agrios, limas y toronjas (Torres, 2003:47).

El trigo no sustituyó al maíz, era casi imposible lograr desplazar un alimento que en lo profano y en lo sagrado, constituía la base de la cultura mesoamericana. El maíz continuó siendo la base de la alimentación de la población mesoamericana; su consumo a nivel rural sin duda sobrepasaba al del trigo, mientras que a su nivel urbano ambos, de la mano se mantuvieron como productores básicos y estuvieron presentes cotidianamente como base o como complemento alimenticio, de los habitantes de las ciudades (Doode, 1994:349).

Los primeros animales venidos con los españoles con aprovisionamientos, los cerdos proliferaron en sitios difíciles para las reses, además podían dejarse libres para cazarse después. En la mayor parte de los pueblos indios llegó a ser la fuente principal de carnes rojas y grasas animales. Las gallinas fueron adoptadas por los indígenas, junto con los pollos y huevos sustituyendo a las aves de plumas en los mercados.

Las ovejas y las cabras requerían de poca inversión, comían plantas y pastos inadecuados para otras especies. La res fue el ganado que mayor éxito alcanzó las partes más apreciadas por los comensales, era la lengua, los riñones, las vísceras, preferían la ternera (Torres, 2003:48)

Los indígenas aceptaban los nuevos alimentos como la carne y el trigo, pero seguían consumiendo los tradicionales, siguieron dependiendo del maíz, frijol, chiles, tomates se aficionaron de buena gana a las carnes, frutas y verduras europeas (Super, 1989:28).

A los españoles se debe la transformación del orden cotidiano doméstico, la reconfiguración del espacio habitacional en el México colonial, pues se creó un lugar para la preparación y consumo de los alimentos, con ello vino la introducción del comedor, con sus sillas, las vajillas, compuestas de platos, fuentes, ensaladeras, azucareras y salseros; las cucharas, y los cuchillos de metal, los vasos, las copas, los manteles y las servilletas. El comedor se convirtió en una pieza formal, se hizo común abrir una pequeña ventana en el muro que comunicaba con la cocina.

En los primeros años de la Colonia, el sistema de distribución y abasto de alimentos se basaba en el tianguis y los tributos, pero el desarrollo económico transformó esta situación. El producto más importante para el abasto urbano era los granos, en el caso de México, el maíz y el trigo provenían de los pueblos indígenas cercanos como Chalco, Coyoacán, Azcapotzalco, Churubusco y Texcoco, así como de sitios productores más recientes, como Atlixco, Toluca y Huejotzingo (Moreno, 1982:2).

Una vez que comienza a regir el gobierno de la corona española durante el siglo XVIII se definen las principales estructuras económicas de la Nueva España; entonces surge la Hacienda y se consolida como la principal unidad de producción. Esto ocurre tras un largo proceso de formación y de adaptaciones sucesivas a las condiciones de la economía colonial. En la Nueva España existía un mercado muy reducido para los productos agrícolas. Los habitantes criollos y mestizos de las ciudades los trabajadores de las minas y las bestias de carga y tiro eran prácticamente los únicos consumidores de los cereales que podían producirla, aunque en la misma siguen existiendo la idea de que el poderío económico, mediante el cual no sólo se han de lograr mejores platillos,

sino mejor status de vida. La mayoría de la población prehispánica no se incorporaba a ese mercado, puesto que seguían consumiendo el maíz que cultivaban en sus tierras de la comunidad (Moreno, 1982:3).

La hacienda se convierte paulatinamente en una nueva instancia que articula la economía de la época, tendía a concentrarse la producción de alimentos. La hacienda creció a medida que fue despojando a los indígenas de sus tierras, por ello los indígenas empezaban a volverse esclavos en muchas de las ocasiones o eran indios encomendados.

El surgimiento de la hacienda obedeció, entre otras causas, a la creciente demanda de productos agropecuarios de los mercados urbanos y mineros que los pueblos no podían ya cubrir, dado que su economía era de tipo familiar y de autoconsumo sustentada en una producción pequeña, hasta llegar a los pequeños tianguis o mercados indígenas, también regionales o locales, donde había variedad de artículos que eran acaparados por los mestizos y españoles (Florescano, 1981:89).

La encomienda surge por la necesidad de producir alimentos suficientes para los españoles para satisfacer sus necesidades alimentarias, el Calpulli fue desapareciendo. Por medio de la encomienda, los españoles sometieron a los indígenas producir alimentos suficientes que permitían satisfacer sus necesidades de alimentación.

En el siglo XVII, las autoridades introdujeron las instituciones del posito y la alhóndiga para asegurar el abasto alimentario. El posito consistía en una serie de graneros en los que se acumulaba el grano comprado en tiempos de

abundancia para después venderlo. Esta venta se realizaba en las alhóndigas, que controlaba un mercado definido legalmente, pero variable en la práctica.

Las harinas comercializadas a través del sistema de pósitos y alhóndigas se usaban en la elaboración de pan que se consumía en las ciudades. Hernán Cortés ordenó que el pan se vendiera en la plaza pública, que se pesara correctamente y estuviera seco, para evitar que la humedad lo volviera más pesado y se engañara al consumidor, artimaña que era usual en las ciudades novo hispanas. Para aumentar el control sobre la venta de ese alimento, las autoridades buscaron continuamente concentrarlo por tipos en un sólo lugar; así, en 1659 se ordenó el traslado de las panaderas, fruteras y tocineras de la plaza principal al mercado del Volador (Torres, 2003:51).

En el siglo XVIII, la organización comunal tradicional permitía que cada familia fuera capaz de producir insumos básicos que requería el estilo de vida del campesino indígena, el excedente que obtenía le servía para adquirir los bienes que no podía producir para pagar sus tributos. Para los bienes que no podían conseguir localmente era costumbre que cada comunidad se especializara en la producción de algún artículo que pudiera ser llevado al tianguis para ser intercambio por los productos provenientes de otras regiones, además la adopción de gallinas y cerdos incrementaron los recursos alimenticios disponibles.

La hacienda era una unidad de producción autosuficiente ya que junto con los productos comerciales, producían prácticamente todos los insumos que necesitaba para su funcionamiento: maíz, chile frijol, carne y productos lácteos, para alimentar a sus trabajadores, animales de tiro y carga para las labores

agrícolas y el transporte, además de cueros, lana, sebo, leña o carbón que cubrían otras necesidades. La mayoría de las haciendas vendían su producción en los mercados locales (Torres, 2003:52).

Época Prehispánica	Patrón de consumo	Lugar y Nivel de Organización Productiva
a) Alimentos	Plantas silvestres, frutas, insectos, aves, reptiles, peces.	Eran consumidos en cualquier parte del hogar. Economía de autosuficiencia
b) Abasto	Productos de caza y recolección, gran variedad de especies	El comercio era practicado por los productores en el mercado popular (tlatelolco)
c) Técnicas de conservación	Salado de carnes y pescado, cocción, secado al sol,	Intercambio de productos y venta en el mercado

d)Desarrollo tecnológico	Metate, comal, vasijas de barro, jícaras, cucharas caparazones tortuga	Dependía de las cosechas y condiciones climáticas imperantes
-----------------------------	---	---

1.3 El mestizaje en la comida

La cocina española constituía un variado mosaico culinario caracterizado por la variedad de productos regionales, formas de prepararlos y las distintas dietas. Cuando se vincularon el patrón alimentario prehispánico y el ibérico se modificaron también las formas de preparación de los alimentos en el asado, la condimentación y el sabor.

El historiador George Kubler (1964), a quien le interesó analizar la pervivencia de elementos indígenas anteriores a la conquista en el arte, la arquitectura y la artesanía del virreinato, identificó los siguientes procesos culturales en relación a la manera en que se comportan determinados elementos en el patrón alimentario (Vargas y Castillas, 1997:6):

1.-Yuxtaposición, que se presenta cuando los elementos similares de diferentes culturas coexisten sin interactuar. Se ejemplifica con la tortilla de maíz y pan de trigo. Los dos se emplean como vehículo de acompañamiento de la comida. Con ellos se preparan los tacos, las enchiladas, las tortas y numerosos otros platillos, pero también sirven para sostener la comida, para limpiarse la boca y otros menesteres. Sin embargo, en México las posibilidades culinarias de las

tortillas son más abundantes que las del pan, lo que puede interpretarse como resultado de un mayor arraigo en la cultura.

2.-Convergencia, proceso que ocurre cuando el grupo dominante considera intercambiables a elementos inconexos de las culturas dominante y dominada que producen resultados semejantes. El pavo y guajolote son un mismo animal, pero sirven en México para identificar tradiciones culinarias diferentes. El guajolote conserva su vínculo con las raíces mesoamericanas, mientras que el pavo refleja la comida que pasó por manos europeas y norteamericanas. Por esta razón en Navidad no consumimos guajolote relleno, ni mole de pavo en bodas campesinas.

3.-Explante, que sucede cuando partes interrelacionadas de la cultura del grupo dominado continúan evolucionando bajo el poder dominante. El requisito principal para considerar a un producto como explante es que se incorpore a la cultura dominante al tiempo que continúa con su evolución. Esto ocurrió con los tamales, no se sabe con exactitud si se incorpora grasa a los tamales prehispánicos. De ser así no pudo haber sido la manteca de puerco que llegó con los españoles, de tal manera que si se empleó grasa para esponjarlos debe haber sido aves o perros cebados. El segundo elemento que se integró fue la carne de animales y los vegetales traídos por los europeos.

4.-Trasplante que acontece cuando el grupo dominante integra a su cultura porciones significativas de la cultura del grupo dominado, sin cambios ni desarrollo. El consumo de pulque es hasta cierto punto un ejemplo de trasplante, ya que los españoles lo integraron a su cultura sin mayores cambios. En efecto, aunque el consumo de esta bebida fermentada se

encuentra en declinación al ser sustituida por la cerveza, tuvo su auge en el pasado. Los cambios en la producción y consumo del pulque son mínimos se trata fundamentalmente de la sustitución de materiales, como la obsidiana por metal en los raspadores, el empleo de cueros de cerdo para transportar el aguamiel, en vez de la piel que se haya empleado en otros tiempos y el uso de vasos de cristal en lugar de las tradicionales jícaras o las copas pulqueras de barro.

5.-Fragmentación, proceso que se gesta cuando el grupo dominante repite o recrea actos o formas agradables de la cultura dominada, pero fuera de su contexto original y desligado de su propósito y significado original. El chocolate es uno de los productos más difundidos. Esta es una de las razones por la que lo debe considerar un ejemplo de fragmentación, ya que en la actualidad se le consume por placer y desprovisto de su antiguo significado mesoamericano. Por su parte, su consumo fue originalmente diluido en agua o en atoles, perfumado con vainilla y endulzado con miel.

En la preparación del chocolate pronto se sustituyó el agua por leche, aunque se continuó con el consumo el atole con chocolate o champurrado (Vargas y Castillas, 1997:7).

Hoy, el cacao se ha trivializado al haberse descubierto la manera de transformarlo como golosina, a preparar saborizantes que se agregan a la leche y al emplearlo en toda clase de pasteles, galletas y postres. Beber chocolate sigue siendo un placer, pero totalmente desprovisto de su antiguo ritual en su preparación y del significado de su consumo. La licuadora y la batidora han desplazado al molinillo.

1.4 El consumo alimentario en la era moderna.

El auge de la modernidad en la industria alimentaria introdujo nuevas formas pragmáticas de consumo adoptando el modelo estadounidense, configurando el tipo de transición y en los patrones alimentarios de la sociedad.

En los últimos años, México ha sufrido grandes cambios en su economía, en la agricultura, se han generado nuevas políticas en la producción de alimentos, la más relevante, de las cuales ha sido la sustitución de la producción de alimentos básicos por productos más comerciales, lo que ha traído como consecuencias menor disponibilidad de alimentos y la necesidad de importarlos para satisfacer la demanda interna.

La dieta tradicional, en términos generales, tiende a desaparecer porque se consumen pocas verduras y frutas, sobre todo como condimento o en salsas. Ha aumentado también el consumo de otros alimentos industrializados como refrescos, pastelillos, frituras, pan de caja, entre otros. Se podría decir que actualmente la dieta que predomina es la mestiza con características referidas al proceso de modernización o transnacionalización alimentaria.

Los cambios observados tienen relación con fenómenos tales como la incorporación de cultivos más comerciales y el consecuentemente abandono de los productos básicos de subsistencia, el aumento de redes de camino y carreteras que facilitan la afluencia de productos comerciales industrializados previstos para la zona urbana, la difusión y la publicidad de productos a través de la radio y la televisión, medios que cada vez son más usuales y accesibles a la población (Bourgues, 1996: 38).

El consumo de alimentos en lugares establecidos como restaurantes y cafeterías llegaron a México en el siglo XIX por diversos cambios sociales, como el fortalecimiento de nuevas clases urbanas ayudó a la implementación de éstos al estilo europeo. Las tertulias eran la forma de reunión más usual en la ciudad de México en las cuales los adultos realizaban conversaciones alrededor de una taza de chocolate, con bizcochos, refrescos y guisados de fácil preparación. La demanda de lugares para convivir, provocó el énfasis en la calidad de los platillos provino por parte de los empresarios, más que de una exigencia de la clientela. La oferta de estos servicios tuvo su origen en un grupo de inversionistas, muchos de ellos extranjeros llegados durante la época de Maximiliano, así como otros que llegaron después, con la Restauración de la República (Rabell, 1996:8).

El éxito de los cafés y establecimientos similares se debió, sin duda, a las posibilidades de convivencia que ofrecían a sus clientes. La convivencia de los cafés era insustituible porque su arquitectura daba la bienvenida a dos nuevos participantes de la vida pública: las mujeres y los niños, a los que incluso podían ofrecer boliches y otras novedades. Los cafés eran frecuentados por la clase media, siendo su clientela principal.

Los cafés más completos en México ofrecían molletes, tamales, cernidos, bizcochos, tostadas, roscas y huesos; además del café, vendían chocolate y varios tipos de atole de leche, blanco o ligeramente rosado. Los cafés fueron evolucionando hasta convertirse en lugares de recreo y de consumo de alimentos y bebidas.

La apertura simultánea de los tres principales teatros de la ciudad de México, el Nacional, el Principal y el Iturbide, impulsó la creación de establecimientos de comida y bebida alrededor de estos centros de recreo, desde los puestos de tamales y té de hojitas que se instalaban junto a los jacalones donde se representaban espectáculos populares, hasta grandes restaurantes de postín como el Iturbide, propiedad de Carlos Recamier, cerca del teatro del mismo nombre, o el restaurante del teatro principal (Rabell, 1996:12).

La palabra restaurante que fue una invención francesa de mediados del siglo XVIII, se empezó a usar un poco más tarde. El almanaque de 1876, detallaba 200 fondas, 23 cantinas, 22 cafés, seis neverías y sólo cuatro restaurantes (Torres, 2003:60).

También los tívolis eran sitios de recreo, algunos de ellos rodeados de jardines arbolados, los cuales ofrecían comida y bebida. No todos los cafés, restaurantes, tívolis, fondas de postín podían brindar atracciones, sin embargo, todos ellos proporcionaban un nuevo espacio público donde sus clientes podían convivir rodeados de un ambiente familiar. De esta manera en el local de una de las fondas conocida y por dos reales, una peseta o la cuarta parte de un peso, podía uno entrar, a ver el espectáculo y además comer un helado, pastelillo y café o chocolate. Los negocios de la comida, la bebida y el recreo se volvieron complemento y a veces incluso competencia del teatro y de otros centros de reunión.

Por otro lado, la modernización paulatina de la vida urbana modificó su funcionamiento, el entubamiento del agua potable, la introducción del gas para uso doméstico y posteriormente las bombillas eléctricas, el saneamiento de los

mercados, la introducción de las estufas de gas, la refrigeración y demás adelantos técnicos que aparecieron a lo largo del siglo XIX y principios del siglo XX transformaron profundamente la naturaleza de la cocina de antaño hasta convertirla en lo que hoy la conocemos (Ibidem, 2003:62).

No obstante la aparición de artefactos para la conservación de alimentos, en México, la compra de los mismos se hacía por lo general día con día, era lo más práctico, no había que preocuparse por la conservación de frutas, legumbres y carnes. Comprar la comida diariamente era privilegio de las ciudades, pues además de contar con los mercados, casi siempre cercanos a los distintos barrios, existía también una vasta red de marchantes ambulantes, dispuestos a llevar todo tipo de mercancías hasta el hogar de los compradores. El suministro de agua potable fue uno de los principales problemas de las ciudades mexicanas. La ciudad de México no se vio sino medianamente aliviada de esta carencia hasta 1908, año que empezó a llegar el agua de Xochimilco. El agua se tomaba de las fuentes públicas para llevarlas a los hogares. El aguador se servía de una vasija gruesa de barro de forma esférica, que se llamaba chochocol.

Entre 1880 y 1910, con el desarrollo de los ferrocarriles, la comunicación entre regiones productoras y centros de consumo se hizo más expedita, de esta manera las haciendas viejas y las nuevas zonas productivas se dieron a la tarea de procesar varios productos agrícolas demandados tanto en la Ciudad de México como en otros lugares. Surgieron ingenios, fábricas de aceites, aguas gaseosas, licores, cervezas, conservas, harinas y pastas alimenticias, así como empacadoras de productos del mar y de la tierra, servicios y

productos demandados en las ciudades por las clases medias y populares (Arias, 1997:6).

A mediados del siglo XIX se agregó el naciente hábito urbano de utilizar azúcar cristalizada cortada en piececitas llamadas pan de azúcar. Los azúcares sin cristalizar se usaban en golosinas estacionales como las calabazas y los chilacayotes endulzados, en los buñuelos y el atole y para conservar dulces caseros.

La energía eléctrica permitió instalar molinos de nixtamal, de aceites y harinas, así como fábricas de aguas gaseosas y minerales, chocolate, cerveza, nieves o pastas alimenticias. El molino de nixtamal ayudó a reducir el tiempo que pasaban las mujeres haciendo tortillas. Los molinos de nixtamal afectaron por primera vez el negocio de las tortillerías, muchas de ellas viudas que vivían de vender tortillas en casa, fondas y mercados.

La industria molinera fue iniciada y continuada por españoles, quienes desde fines del siglo XIX formaron empresas familiares que arrendaban o poseían los últimos molinos del Valle de México o de la capital y tenían entre seis y ocho panaderías. La harina era materia prima principal de las bizcocherías, panaderías y pastelerías de cada ciudad, abastecedora de pan dulce, pan blanco y pan de sándwich o pan Pullman, de los pasteles fríos y calientes, galletas y hojaldres. También aparecen los molinos de aceite, fábricas de chocolate, empacadoras de jamones, tocinos, chorizos y longanizas, la fabricación de cerveza que incluía la elaboración de hielo y cerveza (Torres, 2003:65).

En 1886, José Calderón estableció una pequeña fábrica de hielo y cerveza que se convirtió en la Cervecería Cuauhtémoc, un año más tarde su marca fue Carta Blanca. La compañía cervecera más antigua fue la de Toluca y México, fundada por 1865 por Santiago Graf con capitales alemanes, su bebida más famosa fue la Victoria. La cerveza se incorporó definitivamente a los gustos y hábitos de los habitantes del país (Ibidem:6).

La transformación del patrón de consumo en el contexto de los cambios impuestos por el capitalismo, representó una industrialización que generó una especialización de la producción-consumo y estandarización del gusto a gran escala. A partir de 1930, la dieta urbana incluía pocos productos industriales posteriormente comenzó a cambiar lentamente en el D.F., Guadalajara y Monterrey, se empezaron a utilizar nuevos instrumentos para cocinar los alimentos que había que comprar en el mercado. La publicidad a través de la radio y los medios impresos fomentan el consumo de productos alimentarios.

En 1929, la compañía de Productos Marinos exportó por primera vez abulón mexicano a China y Japón, de allí salieron el mercado, del atún y las sardinas, esta actividad prosperó en el norte del país posteriormente le siguieron las carnes, las posibilidades de la refrigeración y el enlazamiento abarcaron verduras y frutas.

La industria empacadora permitió tener alternativas de productos marinos, terrestres, además de vegetales durante cualquier época del año, en casi cualquier parte del país, se multiplicaron las empresas extranjeras como la Nestle, compañía de origen suizo, que comenzó elaborando harina lacteada y más tarde tablillas de chocolate con leche, a través de la publicidad esta

compañía enseñaba a las amas de casa la manera de usar los productos industriales que elaboraba (Ibidem:67).

La Nestle diversificó su producción con leche condensada, evaporada y en polvo en la década de los 40" s del siglo XX, sacó al mercado el famoso Nescafé extracto de café en polvo. Herdez junto con la colaboración de industrias extranjeras iniciaron con cuatro productos iniciales: chícharo, jugo de tomate, puré de tomate y mújil tipo salmón, este último desapareció y en su lugar llegó la salsa casera.

En 1947 se asoció McCormick de México para empezar a elaborar en México los productos industrializados de esta reconocida empresa norteamericana como la salsa catsup, algunas especies como la pimienta, mayonesa, mostaza, mermeladas y colores vegetales.

Desde 1928, Carlos García Arce, empresario mexicano embotelló Coca Cola, adquiriendo la licencia de esta marca establecida en Georgia y más tarde Orange Crush (Ibidem:67).

Después de la Segunda Guerra Mundial, las mujeres norteamericanas dedicadas durante la guerra a trabajar y sostener a sus hijos no se reintegran como antes a la vida doméstica, por lo que fue necesario buscar maneras de acelerar la preparación de la comida y crear productos de preparación sencilla surgieron otros artefactos más especializados, como la licuadora Osterizer que en 1953 llegó a México.

El esfuerzo de la industria se orientó a mejorar la calidad, el manejo y la presentación de productos que ya existían en el mercado; pero en otros

muchos se dedicó a la creación de productos nuevos que respondieran a la transformación de la vida y los escenarios culturales de una sociedad que ingresaba a la modernidad.

A partir de 1950, la población registró un fuerte crecimiento y la educación básica de niños se convirtió en un fenómeno masivo, las familias tuvieron que reorganizar tareas familiares e incorporar las nuevas necesidades de consumo, para cada grupo social (niños, adultos, mujeres), fue la época en que casi todos los niños llevaban un sándwich, unas galletas, una barra de chocolate, los artículos y originales necesitaban mostrar sus virtudes en la dieta familiar, integrarse a los hábitos de la población. (Ibidem:68).

La expansión de la ciudad obligó a la industria y al comercio a diseñar estrategias de venta que les permitiera acercarse a esos clientes irremediamente distanciados de los mayoristas del centro. Así, en 1945 se estableció en la capital del país el primer supermercado SUMESA estrenó la modalidad de autoservicio que desde los años cincuenta apareció en las principales ciudades del país. Desde entonces se desarrollaron tres tipos de establecimientos comerciales: las tiendas de autoservicio ubicadas en áreas residenciales, pequeñas sin grandes áreas de estacionamiento, los flamantes mercados públicos con nombre de algún héroe de la revolución e innumerables misceláneas y tendajones en las colonias populares.

La empresa Bimbo surgida en 1945, es una industria que respondió a este cambio social; dedicada a producir pan a gran escala con ventas al mayoreo en la Ciudad de México, en un principio producía pan de caja, para sándwich y tostadas. En 1947 fabricaba 10 diferentes tipos de pan, se organizaron

campañas publicitarias de prensa, radio y a partir de 1954 de televisión, así como artefactos con regalo como: tostadores de pan, carteritas de cerillos, llaveros y emblemas de cartón. El éxito de Bimbo se reflejó en el Gansito que producía su marca Marínela, su mejor época 1972 a 1976, al vender 15 millones semanales de gansitos (Ibidem:67).

Por otro lado, la empresa Herdez integró nuevas marcas, productos y conceptos. Carlota, una pequeña fábrica de miel de Cuernavaca, Doña María, empresa que fabricaba Chocolate de mesa, postres tradicionales, frijoles y mole. Los nuevos sistemas de distribución y venta influyeron en la presentación de los productos, de modo que el cliente pudiera ver para escoger, seguir las instrucciones y conocer sus ingredientes (Ibidem:70).

El escenario social se ha ido transformado en nuevas alternativas de hábitos alimenticios, aumentando el empleo femenino en el campo y las ciudades, lo que disminuyó de manera drástica e irremediable el tiempo que las mujeres podían dedicar a preparar comidas. Las nuevas alternativas de comer y de organizarse que al hacerlo permiten se entrevean los gustos gastronómicos tradicionales y las transformaciones sociales que han afectado de manera sensible y compleja el consumo de alimentos.

La industria alimentaria ha modificado productos tradicionales y ofrecido otros nuevos que respondan a la preferencia por la esbeltez que con lleva a lo saludable, la pequeñez, la sencillez. Esto ha dado lugar a productos bajos en calorías o Light, nombre que se aplica a una serie de artículos como Diet coke, pepsi Light, helados, lácteos, alimentos congelados, chocolates y cereales para el desayuno (Ibidem:70).

1.5 El impacto de las empresas transnacionales en el patrón de consumo alimentario.

La tecnología alimentaria ha sido desarrollada aceleradamente desde principios del siglo XX y cumple varias funciones importantes que se ha extendido a técnicas empleadas por la industria en especial por empresas transnacionales.

- 1) Mejorar las propiedades visuales y sensoriales de los alimentos.
- 2) Conservarlos
- 3) Evitar o reducir algunas de sus características indeseables bien sean intrínsecas o adquiridas por accidente ya sea de orden sensorial, toxicológico o microbiológico.
- 4) Facilitar su consumo, adelantando uno o más pasos de su preparación
- 5) Modificar su composición mediante el aumento o reducción del contenido de uno o más nutrimentos.
- 6) Apoyar la exploración y el uso de alimentos nuevos o el rescate de los que han caído en desuso.
- 7) Satisfacer otro tipo de demandas o necesidades especiales de ciertos grupos (como los enfermos).

La conservación facilita el transporte y la distribución lo que en muchos casos reduce los costos y permite abatir los precios, estabiliza la disponibilidad de alimentos estacionales y con ello el precio de venta contribuye al intercambio comercial y cultural entre regiones y países y por su efecto sobre precios y disponibilidad, induce cambios en los hábitos alimentarios.

La tecnología de los alimentos se desarrolló en el transcurso de los siglos en forma empírica y en la cocina y se ha extendido al terreno industrial, es evidente que en el ámbito culinario y a través de las distintas funciones anotadas ha influido profundamente en las costumbres y hábitos alimentarios y por supuesto también en el medio industrial (Bourges, 1990:18).

Las empresas transnacionales, aunque difieren entre sí por sus orígenes nacionales y por los diferentes momentos del proceso de globalización en el surgimiento en general, dirigen sus inversiones hacia el abastecimiento y el mercado global. Al formarse bloques regionales, estas empresas disponen de estrategias dirigidas tanto a consolidar sus posiciones en el bloque de origen como para obtener una posición entre EEUU, Japón y Unión Europea. Esto va configurando un nuevo orden mundial general y agroalimentario (Llambí, 1995:61).

Con la creación en 1899 de la United Fruit Company, se puede decir que comienza el fenómeno transnacional, esta compañía estaba orientada al abastecimiento de una demanda creciente en los países industrializados de productos tropicales (bananos, café, té, caucho, yute y sisal) provenientes de los agricultores de plantación de las regiones coloniales o neocoloniales de finales del siglo XIX (Llambí, 1995: 61).

Es cuando comienza la primera generación de estas empresas transnacionales agroalimentarias conocidas como Etn's. Estas empresas diseñaron desde un inicio una estrategia de mercadeo global, el ámbito geográfico de su abastecimiento estuvo en gran medida condicionado por el área de influencia geopolítica (colonial o neocolonial) de su país de origen. Al

terminó de la segunda guerra mundial, la cual transformó radicalmente el entorno económico político en el que transcurría el proceso de globalización, genera las condiciones para el surgimiento de una segunda generación (Ibiden:62).

Tras la formación del Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT por sus siglas en inglés) tuvo lugar la reducción gradual de las barreras arancelarias y se establecen las reglas del orden económico de la posguerra. Con los acuerdos de Yalta y la reconstrucción de Japón y Alemania, bajo el paraguas militar de EU, garantizaron las condiciones políticas por medio de las cuales las transnacionales de origen norteamericano alcanzaron la hegemonía mundial. En esa época, EU, como potencia hegemónica mundial, promovió un proceso de desarrollo espacial desigual, un orden global basado en los principios de soberanía nacional, libre comercio y libertad a la movilización del capital y la iniciativa privada.

Las transnacionales norteamericanas se beneficiaron y pudieron exportar exitosamente al mundo un paquete tecnológico agrícola que originalmente se había desarrollado atendiendo a las condiciones de su país de origen y patrón de alimentos que gradualmente tendió a asociarse con la ideología de desarrollo y con el *American way of life*. La característica de esta segunda generación de Etn's fue el gran conglomerado agrocomercial de granos (cereales y oleaginosas). Por otro lado, en la segunda generación de Etn's, en 1946 se crea el Fondo Mundial para la Agricultura y la Alimentación (FAO por sus siglas en inglés), con distintos propósitos, entre los más importantes están el dar cabida al diálogo y al intercambio de ideas en aras de buscar alternativas

económicas y políticas para asuntos relacionados con brechas nutrimentales que se evidenciaban entre países de distinto nivel de ingreso y desarrollo.

Una tercera generación de Etn's comienza a partir de los años cincuenta del siglo XX, con las grandes procesadoras de alimentos de EU, inicialmente sólo orientadas a los mercados domésticos y comenzaron a experimentar una profunda reestructuración. Hacia fines de la década, sólo unas cuantas firmas se habían aventurado a expandir sus actividades hacia el exterior, por lo que la mayoría aún retenía una orientación mercantil esencialmente doméstica.

La cuarta generación de Etn's se diferencia de las transnacionales tradicionales en que se adaptan a un entorno mercantil global altamente volátil y riesgoso prefieren seguir estrategias mucho más cautelosas a fin de penetrar nuevos mercados. Más tarde y gradualmente, buscan asociarse con empresas locales a través de formas altamente flexibles de financiamiento como el otorgamiento de licencias, los contratos de suministros de largo plazo o los acuerdos tipo empresa colectiva (Ibidem:63).

Estas formas empresariales, flexibles y descentralizadas frecuentemente redes corporativas de naturaleza transnacional, tienen la ventaja de combatir tanto los riesgos como las ganancias entre las firmas asociadas, beneficiándose además del acceso a los recursos y al conocimiento de las condiciones locales que tienen las empresas nacionales y potenciándolas con su propia experiencia en la organización de los mercados globales.

La reconversión industrial de las primeras generaciones de Etn's y las formas flexibles y descentralizadas de organización empresarial de la cuarta generación. Por otro lado, las estrategias del marketing, empresas

agroalimentarias que en la experiencia racional o en las prácticas tradicionales, de igual modo las pautas de adquisición, conservación, preparación y consumo de alimentos han sido influidas por los cambios sociales, laborales, demográficos e ideológicos, ocurridos desde la Segunda Guerra Mundial.

Lo que se manifiesta en las sociedades industrializadas es la abundante oferta alimentaria produce estragos en la salud e incrementa riesgos en ella, al incorporar determinados tipos de alimentos saturados con altos contenidos de colesterol y grasa animales. Lo mismo sucede con la aparición de grandes grupos económicos transnacionales de transformación y distribución de alimentos, acompañados de la máxima: "si es bueno para comer es bueno para vender".

En México se puede decir que una de las primeras transnacionales de la alimentación que tuvo buena aceptación por parte de la población urbana mexicana fue la Clemente Jacques, la cual inició operaciones en 1887 en Francia y también para finales de ese siglo sus productos comenzaron entrar en México (Torres, 2003: 75).

Actualmente con la globalización del comercio mundial, la gama de estrategias que se desarrollan son más complejas para apropiarse del mercado lo que crea un monopolio entre bloques cuya finalidad es homogeneizar y uniformar consumos y demandas alimentarias que en países como México adquieren pronta demanda entre los diferentes estratos de la población.

La Institución Griffin Prevention Research Center de la Universidad Yale, califica los alimentos 1 a 100 con base a sus nutrientes, vitaminas, azúcares y sales, así como su impacto en la salud.

Legumbre	Calificación nutricional	Frutas	Calificación nutricional	Cereales	Calificación nutricional
Brocoli	100	Naranja	100	Avena	88
Rabano	99	Piña	99	Arroz Integral	82
Calabaza	98	Manzana	96	Arroz Blanco	57
Col verde	96	Sandía	94	Pan Blanco	9
Tomate	96	Mango	93	Galletas Saladas	2

Leche y Derivados	Calificación nutricional	Carnes roja, blanca y pescado	Calificación nutricional
Leche Descremada	91	Salmón rojo	82
Leche (1% grasa)	81	Camarón	75
Leche entera	52	Atún enlatado	67
Yogurt	43	Corte de carne New York	44
Mantequilla de Mani	23	Pechuga de pollo sin piel	39
Crema baja en grasa	22	Langosta	36
Huevo frito	18	Pollo entero con piel	28
Queso Suizo	17	Hamburguesa (75% Carne magra)	25
Leche con chocolate	3	Salami	7

Fuente: Nacional Geographic, Septiembre de 2008.

CAPÍTULO 2. FACTORES EXPLICATIVOS EN EL CONSUMO Y EL PATRÓN ALIMENTARIO

2.1 El patrón alimentario

Un patrón alimentario es el conjunto de productos que un individuo, familia o grupo social consumen de manera ordinaria, según un promedio habitual de frecuencia estimado de por lo menos de un día, cabe considerar que dichos productos tienen que contar con un arraigo en las preferencias alimentarias que puedan ser recordadas por lo menos 24 horas después de consumirse. En la conformación del patrón alimentario intervienen factores multicausales como, la cultura, los hábitos, el entorno físico, disponibilidad de recursos, las actitudes, los valores sociales, entre otros (Torres, 2001:239).

El patrón alimentario en México presenta una constante transformación en términos de cambio y diversidad, pero enfrenta la transgresión de hábitos, costumbres y calidad nutricional, así como un amplio sincretismo en sus manifestaciones regionales. La transición se refiere al proceso inevitable de incorporación y aceptación de nuevos productos, cambiando los ya existentes, así también como las oscilaciones en el consumo, la trasgresión es la alteración negativa de las formas de consumo que modifican la calidad de la alimentación y que son resultado de la evolución de diversos factores sociales y de mercado (Ibidem:142).

La alimentación presenta un comportamiento entre diversos grupos sociales, con una economía globalizadora que acota las distancias, diversifica la oferta y es eficiente en términos de disponibilidad, que refuerza la tendencia a un mayor consumo de alimentos fuera de casa.

La modernización ha facilitado la distribución y preparación de alimentos pero no el acceso, la homogeneidad y la disponibilidad de la oferta alimentaria se presenta en un plano espacial, pero no en lo social. El avance tecnológico de la industria alimentaria junto con el predominio de las formas pragmáticas de consumo estadounidense se ha uniformado la industria nacional.

A este proceso contribuyó previamente la industrialización del país que alentó la inmigración a las ciudades y demandó formas más rápidas para preparar alimentos ante la restricción de tiempo a consecuencia de la incorporación de la mujer al trabajo y los desplazamientos más largos de la población. La comida constituye el tiempo más importante en términos de proporción del gasto, cantidad y calidad de ingesta y también la que mayores variaciones territoriales y sociales registra (Ibidem:171).

Las variaciones dietéticas están relacionadas con las condiciones históricas, políticas y ecológicas, los cambios básicos en la utilización de los alimentos se han producido en tres procesos fundamentales:

- 1.-La propagación a nivel mundial de variedad de plantas y animales domesticados.
- 2.-La aparición de redes internacionales de distribución cada vez más complejas y el crecimiento de las industrias procesadoras de alimentos.
- 3.-Emigración de los centros rurales a los urbanos con el resultante intercambio de técnicas y preferencias culinarias y dietéticas.

Los cambios también pueden producirse por circunstancias puramente locales como nuevas técnicas de producción o preparación de alimentos pero tales acontecimientos son menos frecuentes.

El crecimiento de las redes comerciales de distribución de los alimentos ha estado estrechamente relacionado con el desarrollo de tecnologías de procesamiento de alimentos. Ello implica un amplio espectro de manipulaciones desde una conservación sencilla como el enlatado y la congelación, hasta la preparación de comidas precocidas y listas para comer y una variedad de comidas rápidas.

Se entiende por industria alimentaria al conjunto de actividades que generan productos de origen agrícola, pecuario o marino que se elaboran para el consumo directo y que han pasado al menos por un proceso de transformación industrial, donde se haya incorporado como mínimo un insumo adicional a la materia básica, además de ser manufacturados y distribuidos por establecimientos formales, independientes de su nivel tecnológico, del tamaño de la empresa y de sus formas de vinculación con el mercado (Torres; 1997:19).

La industria alimentaria mantiene como característica una transformación continua a lo largo del tiempo. Esta transformación se enfoca en crear realmente un producto nuevo, en otros se trata de simples modificaciones de presentación del producto o bien de la combinación de diversos insumos para fabricar alimentos mixtos, a través de un sistema publicitario llevan a crear una demanda nueva. Así ganan un mayor espacio los productos listos para servirse. Dicha transformación tiene dos condicionantes: por un lado, induce la presión del consumo y por otro, las propias estrategias de mercado de las

empresas la hacen necesaria, por lo general se termina aceptando casi cualquier producto nuevo.

Todo producto alimentario industrializado tuvo su origen en la manufactura casera sólo así se explica la aceptación rápida entre los consumidores de alimentos tan básicos en la dieta.

Las empresas alimentarias comienzan a innovar o cambiar las formas de presentación, preparación y calidades de sus productos, donde diversifican sus marcas e incorporan a la presentación de sus productos una idea más cercana a lo natural o casero.

Existe una tendencia internacional de repetir un mismo patrón agroalimentario, en el cual se imponen nuevas formas de producir y consumir. Algunos sectores agroalimentarios desaparecen otros se transforman y además surgen nuevos encadenamientos productivos (Torres, 1997:22).

2.2. La función del consumo y el patrón alimentario.

El consumo tiene sus orígenes a finales del siglo XVII empezando con producción a pequeña escala, productos de consumo cotidiano, que junto con el comienzo de la publicidad hacia la mitad del siglo sentaron las bases para configurar los primeros patrones de consumo, colocando los cimientos para el posterior desarrollo de procesos de producción industrial a gran escala.

En la era moderna los consumidores pueden ser definidos como grupos o segmentos, donde los patrones de consumo jugaban un papel importante ya que se les ofrecía formas de distinguirse de otros grupos de distinto nivel social, se consume para establecerse una identidad propia.

Ya en los primeros años del siglo XX se produce en EEUU un cambio importante en el sistema capitalista: la producción en serie, que conllevó a un consumo en masa de bienes homogéneos, se desarrolla en todas las clases sociales exceptuando los más pobres. En este periodo de producción y consumo en serie, surgen nuevos grupos de consumidores, los que empiezan a elegir lo que compraban, momento a partir del cual comienza a despegar y desarrollarse las técnicas publicitarias, nacen los logotipos y marcas, y se comienza a elegir los grupos a los que va destinada esa publicidad (Malagón, 1999: 198).

El sistema capitalista se ha convertido en la formación social-económica y cultural predominante, donde la población está atrapada por el deseo de consumir y donde el consumo se ha elevado a un nivel simbólico, cambiando la definición de lo que constituye el conjunto básico de necesidades para vivir. En esta nueva fase del capitalismo que da identidad a las personas son los bienes poseídos, son en función de lo que tienen.

Esta situación ha sido denominada como sociedad de consumo, término que acuña Rostow en 1963, quien la define como el ascenso de la población entera

al consumo de objetos duraderos, cobrando importancia los siguientes aspectos:

- a) El poder del consumidor (ya que a través de su capacidad de gasto influye en los ciclos económicos)
- b) La influencia de la psicología del consumidor (las motivaciones de los consumidores y los gustos orientan la producción).
- c) La opulencia ya que la posición de bienes de consumo no se practica de manera igualitaria, por el contrario existen gruesas desigualdades. (Malagón, 1999: 198)

El consumo constituye la contraparte de la producción, el disfrute de la misma de hecho la producción no tendría razón de ser sin el consumo, es decir, es producción para el consumo o lo que es lo mismo, producción para satisfacer las necesidades sociales, aunque éstas últimas se satisfagan de distinto modo durante el desarrollo histórico de la sociedad (Soni, 1980:76).

El consumo estriba en la premisa de que el trabajo humano y el consumo se consideran parte medular en el proceso de producción de todas las sociedades. El trabajo humano combinando con recursos naturales genera bienes y servicios, los cuales no tienen otro destino que el de consumirse (Torres y Trápaga, 2001:9).

El consumo es un fenómeno que en su segunda acepción se define como la etapa final del proceso económico en el que los bienes y servicios son utilizados para la satisfacción de necesidades, en nuestra vida cotidiana, el

gasto es continuo, aunque las necesidades se regeneran hasta el punto que satisfecha una, la naturaleza humana hace que otra necesidad reemplace a la anterior en un continuo que carece de límite (Malagón, 1999: 171).

El proceso de consumo es un hecho económico material, está inserto en la dinámica de la evolución de las relaciones de producción-consumo de las economías capitalistas donde el advenimiento del consumo de masas no responde a la voluntad integradora del sistema, sino de la extensión de un modo de vida que traduce un modelo de acumulación-reproducción de la fuerza de trabajo, cuya lógica intrínseca es la del desarrollo de la producción capitalista (Soni, 1980:78).

Existen dos tipos de consumo: el productivo se refiere al consumo de fuerza de trabajo y los medios de producción, así como al nivel de ingreso que se destina para los alimentos y demás necesidades de la reproducción humana. El no productivo no se destina a la producción de bienes, sin embargo al escalonarse dentro de la economía este tipo de consumo se convierte en productivo, ya que reactiva y propone la combinación de mano de obra y de medios de producción para crearlos, es decir, en largo plazo se convierte en consumo productivo (Torres y Trápaga; 2001:10).

En la actualidad se han desarrollado numerosas teorías acerca del consumo e ingreso en la economía, entre las más destacadas esta la de Keynes, que señala la inversión es el motor de la economía, esto es que cuando se

incrementa la inversión aumenta el trabajo, elevándose el consumo, lo cual se ve reflejado en un mayor deseo de invertir formándose un círculo virtuoso.

Los principales factores objetivos que influyen la propensión a consumir son:

- 1) Un cambio en la unidad del salario, varía el gasto en consumo correspondiente a un nivel dado de ocupación y cambiará como consumo correspondiente a un nivel dado de ocupación.
- 2) Un cambio en la diferencia entre el ingreso e ingreso neto, el monto del consumo depende del ingreso neto más que del ingreso simplemente, el consumidor decide la escala en que ha de consumir.
- 3) Cambios imprevistos en el valor del capital no considerados al calcular el ingreso neto.
- 4) Cambios en la tasa de descuento del futuro, es decir, en la relación de cambio entre los bienes presentes y futuros.
- 5) Cambios en la política fiscal. En la medida en que la propensión del individuo a ahorrar dependa de los futuros rendimientos que espera, es claro que está ligada no sólo con la tasa de interés sino con la política fiscal del gobierno.
- 6) Cambios en las expectativas acerca de la relación entre el nivel presente y el futuro ingreso. Los cambios imprevistos en el valor del capital puede hacer variar la propensión a consumir y las modificaciones sustanciales en la tasa de interés y en la política fiscal pueden producir cierta diferencia.

Las personas están dispuestas, por regla general y en promedio, a aumentar su consumo a medida que su ingreso crece, aunque no tanto como el crecimiento de su ingreso. La norma de vida habitual del ser humano es

generalmente lo que tiene primacía sobre la distribución de su ingreso. El consumo es el único objeto y fin de la actividad económica.

Los factores que afectan el monto del consumo realizado con cierto ingreso o sea aquellos alicientes subjetivos y sociales que determinan lo que ha de gastar dado el volumen total del ingreso medido en unidades de salario. (Keynes, 1986:116).

Para Friedman, el consumo lo interpreta como el valor de los servicios que el individuo se propone consumir durante un periodo determinado, valor que en condiciones de certeza sería también igual al valor de los servicios realmente consumidos. En general, el término se utiliza en los estudios estadísticos para designar los gastos efectivos en bienes y servicios.

Friedman planteó en 1956 la hipótesis vinculada con el nivel de renta permanente y el consecuente consumo permanente que tiende a ser estable a pesar de los vaivenes de la sociedad dinámica, en el caso de los alimentos sólo permanece la estratificación en el mismo nivel.

Friedman plantea la función del consumo considerando un componente permanente y otro transitorio, los componentes transitorios se refieren a cuestiones eventuales por ejemplo una enfermedad, un accidente, entre otros. El consumo transitorio es un factor que evidentemente no sobre determinan un patrón alimentario en el tiempo, pero pueden explicar en parte sus oscilaciones. Los componentes permanentes corresponden a los valores vitalicios promedio (Torres y Trápaga, 2001:12).

Otro teórico importante que estudió la función del consumo fue Modigliani, quien junto con Ando postuló la hipótesis denominada ciclo vitalicio del consumo que explica el resultado cíclico del consumo mediante la relación consumo-ingreso (Ibidem:12).

Duesenberry, en 1949, estudia las características referidas al comportamiento del consumidor. La hipótesis de que las preferencias de cada individuo son independientes del comportamiento de los demás y que las relaciones de consumo son reversibles en el tiempo es fundamental para la teoría general de la demanda.

Las consideraciones teóricas se derivan del supuesto de que cada individuo intenta maximizar su índice de utilidad que tiene una relación funcional entre las cantidades de los diversos bienes consumidos y el nivel de utilidad del consumidor, es decir por sus preferencias. Las preferencias del consumidor dependen de su capital, de su renta actual y de la futura esperada. De los precios actuales y de los futuros esperados y de los tipos de interés.

La teoría de las preferencias o de la teoría de la utilidad marginal, los deseos humanos no se nos explica como surgen o como cambian esos deseos. Y sin embargo tal es la esencia misma del problema del consumo cuando las preferencias son interdependientes (Duesenberry, 1972:52).

De acuerdo con lo anterior, los consumidores desean las cosas que compran, en parte con el fin de mantener la existencia física o la comodidad material,

otras resultan necesarias para mantener un nivel social. La gente no desea bienes concretos sino bienes que sirvan a ciertas utilidades.

La teoría del consumo tiene cuatro proposiciones:

- 1) Las necesidades materiales y las actividades que requiere la cultura exigen el consumo de ciertos tipos de bienes.
- 2) Cada una de esas necesidades, independientemente que haya sido engendrada física o socialmente, puede ser satisfecha por un producto o por cualquier producto de cierto número de tipos de bienes cualitativamente distintos.
- 3) Estos tipos distintos de bienes o en un sentido más amplio de modo de hacer las cosas son consideradas superiores o inferiores los unos a los otros
- 4) Existe una escala de gradación ampliamente aceptada en cuanto a los bienes que pueden utilizarse para un objetivo concreto.

En la vertiente del consumo cabe suponer que al escoger los bienes de consumo de todo el mundo preferiría siempre los de calidad superior a los de calidad inferior. Pero normalmente los bienes superiores serán más caros (en este tipo la superioridad se considera como una cuestión subjetiva no objetiva). Las decisiones tienen que estar mutuamente relacionadas debido a la limitación presupuestaria el mecanismo que liga las decisiones de consumo no es el de una planificación racional sino una cuestión de experiencia y formación de hábitos (Ibidem:54).

Engel, por su parte, explica el comportamiento de los alimentos como una función del empleo y el ingreso. En el mercado existen distintos productos que responden a las variaciones en el ingreso y los precios, en una sociedad cualquiera que implicaría mayor capacidad de consumo.

El medir la demanda frente a las variaciones del ingreso o la renta permite comprender el comportamiento real de las mercancías dentro del mercado, se sustenta en el concepto de elasticidad la cual mide la variación porcentual de la cantidad dividida entre la del precio o el ingreso (Torres y Trápaga, 2001:21).

Para el caso de los alimentos se argumenta que dada la diversidad de productos capaces de satisfacer la alimentación humana, existen diversos sustitutos y complementarios de mercancías los cuales ocasionan un cambio mayor al realizado por los precios y permite demostrar la existencia de la heterogeneidad del consumo según el comportamiento del mercado (diversificación) pero también del ingreso.

En la medida en que las preferencias de hoy responden a una precondition de ingreso que condiciona los niveles y orientación de la demanda y es ésta la que a pesar de la homogeneidad en la oferta, establece las posibilidades de alteración del consumo (Ibidem:22).

Los economistas teóricos del siglo XIX explican la conducta del consumidor bajo el supuesto de que la utilidad es medible. Este supuesto se abandonó al

final del siglo y a partir de entonces solamente se supuso al consumidor capaz de ordenar consistentemente las combinaciones de artículos en orden de preferencia. El postulado básico de la teoría de la conducta del consumidor es que este maximiza la utilidad.

En la teoría del consumo, el uso que se le da, al bien material ocupa un significado relevante en forma y estrategia, encuentran su propio ordenador en la estructura social que tiende a su reproducción a partir de los procesos de socialización. Los productos no circulan en el vacío, se realizan dentro de un conjunto de actividades diferenciadas en sus objetivos, a este conjunto de actividades se le denomina prácticas de consumo en cuanto las actividades relacionadas con el mismo objeto de consumo, lugares de consumo y tiempos, etc.

Es la apropiación de la mercancía, la que determinará la posición en la estructura social, las prácticas de consumo están articuladas por principios que informan los usos más frecuentes que identifican al sujeto que consume por sus características personales, que a su vez se relacionan con otros sujetos quienes también ocupan su misma posición en dicha estructura, es así como las rutinas se constituyen en formas y lugares comunes de consumo (Malagón, 1999:50).

El concepto de estrategias responde a la pregunta de ¿para qué se usa el consumo?, y a partir de ellas se orientan socialmente las formas de consumo. En él se encuentran las dimensiones principales del concepto consumo: la

relación de la práctica del consumo con otras prácticas de la vida de los sujetos y la referencia a una sociedad estructurada en sectores sociales diferentes. El concepto de estrategias intenta dar cuenta de los movimientos de integración y diferenciación en sectores y estratos sociales insertos en la práctica de consumo.

Las estrategias como proyección imaginaria sobre la estructura social son uno de los principales conductores de la acción de los consumidores, ofreciendo al individuo la libertad desde su posición de clase social. Puede hablarse de estrategias de consumo por parte de ciertos grupos sociales en cuanto buscan una posición en la estructura social, maximización del beneficio material y simbólico más ventajosa (Ibidem:52).

Para motivar al consumidor, la publicidad juega un papel importante en los siguientes aspectos según Wenger y Palacios (Malagón, 1999: 53).

- En el reflexológico condiciona al consumidor pues busca imprimir el mensaje en el cerebro de los sujetos para imprimir así la necesidad de la mercancía.
- En el afectivo, la publicidad tiene una lógica simbólica: traer a un orden lo que está en otro. Revelar en otro orden, el de la representación, al consumidor, algo consumidor, algo que le está velado, oculto en el preconsciente.
- En el genético-estructural, el objetivo es persuadir, que el consumidor haga propio lo que viene de fuera, con lo que se desarrollan conceptos

como identificación e incorporación. Pero la publicidad sólo será capaz de motivar en la medida que conecte con las expectativas de sujetos colectivos y con estrategias de formación de nuevos hábitos.

- En el semiológico, la lógica de la publicidad es la de adhesión y la fábula. No se cree en lo que se dice, pero se obra como si se creyera. Lo que se pide a la publicidad desde esta lógica, es que “nos quieren aunque sea mentira”. El papel de la publicidad es el de provocación, que la adhesión implícita salte afuera, se haga explícita.

Por otro lado los partidarios de la sociedad de consumo defienden la soberanía del consumidor porque se considera autónomo para escoger y por tanto para determinar la producción de tales bienes. Por eso se le concede la condición de soberanía en el reino de la economía de la abundancia. La libertad del consumidor se expresa en tres dimensiones: libertad de creación de necesidades, de elección de productos y de elaboración de valores y normas.

La teoría económica ha trasladado la urgencia de la satisfacción de las necesidades del consumidor que se sentía en otros tiempos en un mundo en el que la una mayor producción suponía más alimentos para afrontar el hambre, a un mundo en que el incremento de producto satisface el repertorio completo de deseos. Se parte de que todo lo que aumente la producción incrementa el bienestar. Esta teoría tiene dos proposiciones básicas:

1. A medida que se van satisfaciendo necesidades no disminuye apreciablemente su urgencia, pues una vez que el hombre ha satisfecho sus necesidades básicas, le dominan los deseos de origen

psicológico. Estos no pueden ser nunca satisfechos o no puede demostrarse nunca ningún progreso en su satisfacción.

2. Estos nos dice que las necesidades son creadas por la personalidad del consumidor y la tarea del consumidor es procurar su satisfacción sin averiguar cuáles son sus causas.

La urgencia del deseo está función de la cantidad de bienes de que se dispone el individuo para satisfacer ese deseo. Cuanta mayor sea su disponibilidad tanto menor será la satisfacción que derive de un incremento de la misma, esta teoría significa el descenso de la importancia de la producción en situaciones de abundancia, para ello se afirmó que la economía no podía hacer juicios sobre la necesidad o frivolidad de los bienes y que la variedad de bienes no disminuye la utilidad o satisfacción de su posesión (Ibidem:57).

En esta investigación se retoma la propuesta de Keynes, respecto a que existe una propensión a consumir, dispuestos a aumentar su consumo a medida que su ingreso crece. Por su parte Dusserberry, sienta las bases de los posibles orígenes del consumo como los hábitos y las experiencias relacionadas con impulsos emocionales y la influencia persuasiva de los medios de comunicación. Sus proposiciones están basadas en necesidades materiales que proporcionan cierto tipo de bienes que están considerados por una jerarquía superior e inferior, supone que la decisión de consumo es una cuestión de hábitos y costumbres condicionados por su disponibilidad, clasificándolos en comestibles, dañinos e inaceptables, están en función de las necesidades alimentarias, poder adquisitivo, experiencias familiares,

habilidades culinarias, etc, esto es desarrollado con mayor detalle por Bourges posteriormente al definir la evolución de los hábitos alimentarios.

2.3 Factores explicativos del cambio en el patrón alimentario.

La conducta alimentaria, en el caso del ser humano, obedece más a la influencia de los hábitos y las costumbres que a la del razonamiento o a la de los instintos. Los hábitos alimentarios son de hecho el último medio por el cuál la población aplicaría efectivamente o no las guías alimentarias.

Literalmente se define al hábito como la disposición adquirida por actos repetidos, una manera de ser y de vivir; práctica es un concepto cercano al hábito. El tercer sinónimo costumbre equivale a hábito y a práctica, significa también práctica que adquiere fuerza de ley, un hábito colectivo que forma parte de la cultura local. La costumbre se practica en una comunidad social, emplear hábito para lo meramente individual y para aprovechar plenamente la existencia de estos tres términos, conviene asimismo utilizar práctica como el ejercicio de una facultad.

Una conducta se vuelve hábito cuando se repite con tanta frecuencia que acaba por permanecer; las fuerzas que la conservan deben ser, por tanto cotidianas estables y poderosas. Un hábito implica cierto automatismo que sin duda existe pero también está determinado por elementos concientes.

Una conducta se repite cuando es satisfactoria en algún aspecto: a los sentidos, a las emociones, a los valores y a los principios, al autoestima, al deseo de comodidad, a las creencias religiosas o de otro tipo, a la interacción con los demás miembros de grupo familiar, comunal o nacional y a las relaciones con el entorno físico y económico (Bourges, 1990:10).

El hábito debe ser coherente con la vida diaria y se conserva por ser agradable, cómodo o útil, ya que estos atributos reales o aparentes, se perciban de manera consciente o no. Los hábitos están estrechamente ligados a las costumbres y representan en buena medida su individualización.

Las costumbres son parte de la cultura la que ha sido definida como el conjunto de conducta aprendidas del grupo al que se pertenece y compartidas con él, está especie de conducta social es dinámica. Las costumbres existen como satisfactores de necesidades sociales.

Los hábitos y costumbres alimentarios están fuertemente condicionados por la disponibilidad de alimentos, cada grupo humano clasifica a los productos en comestibles, dañinos e inaceptables.

Los productos comestibles poseen una escala de importancia según Passim y Bennetti (citado por Bourges) los alimentos se presentan en tres categorías: centrales, secundarios y periféricos:

- a) Los centrales o básicos son los que en un grupo humano tienen consumo universal, cotidiano y representan una fracción principal de la dieta habitual.
- b) Los secundarios son aquellos de uso amplio pero no universal y representan una parte menor de la dieta. Su uso es mucho más variado en cuanto a preparaciones.
- c) Los periféricos o accesorios son alimentos menos comunes y que se consumen de manera esporádica, casi como curiosidad y sólo por algunos individuos del grupo.

Los alimentos básicos tienen un lugar privilegiado en el afecto del individuo y de la comunidad a veces hasta con matices religiosos o mágicos, producen hastío y es muy difícil que se les sustituya. El grado de afecto es menor para los secundarios que muchas veces son productos nuevos y es más fácil sustituirlos (Ibidem:12).

La adquisición alimentaria está en función de las necesidades alimentarias, del poder adquisitivo de la familia, de la estructura del mercado local, y de las motivaciones para comprar. El poder adquisitivo depende del ingreso y el gasto destinado a los bienes alimentarios y no alimentarios.

Entre las motivaciones para adquirir alimentos se destacan los hábitos, las experiencias familiares de los conocimientos y habilidades culinarias, el tipo de utensilios disponibles, la clase de combustible, que se emplea, entre otros.

Los valores asociados con los alimentos son numerosos. Unos son emocionales, intelectuales, se mezclan con el peso diferente según el caso para modelar la motivación al consumo. Los valores evolucionan continuamente y es difícil de conocerlos porque casi siempre son subconscientes y difíciles de verbalizar; es necesario deducirlos a partir de la conducta, a través de la cual se expresan de manera implícita. Entre los valores más importantes de un alimento están: el sensorial, el emocional, el económico y su relación con la salud y con el estatus social. Hay rasgos fisiológicos que con seguridad influyen en la generación de los hábitos y tienden a conservarlos, como aquellos gustos innatos que parecen tener virtualmente todos los seres humanos por los sabores dulce o salado o por los triglicéridos (grasas) (Ibidem:16)

Los hábitos en ocasiones pueden ser perjudiciales, neutros (sin efecto hasta donde es posible decirlo) mixto benéficos en algunos aspectos, perjudiciales o irrelevantes en otros; los hábitos son modificables, pero además al estar en continua evolución regenerándose día a día son aún más susceptibles al cambio, los hábitos en especial los alimentarios, obedecen más a factores subconscientes o externos que a la razón.

El Instituto Nacional Nutrición Salvador Zubirán (INNSZ) se encarga de recopilar e informar a través de encuestas algunos aspectos alimentarios a nivel Nacional uno de los temas de interés centra la atención en comprender lo siguiente:

- 1) La naturaleza de los hábitos alimentarios.
- 2) El papel que desempeña el aprendizaje en el establecimiento de los hábitos.
- 3) Los mecanismos que mantienen en operación un patrón dietético.

La gran variedad de los patrones de conducta aprendida en los patrones de alimentación han sido inventados por los propios pueblos, que los alimentos consumidos por un grupo son elegidos de acuerdo con sus actitudes culturales y sus patrones de aceptación o rechazo hacia los alimentos. Por otra parte, es un hecho de observación común que la gente no come lo que le gusta, sino que le gusta lo que come.

Es indudable que los patrones dietéticos inventados se ajustan a las condiciones del medio en que vive un grupo social y a sus modos particulares de producción. Esto hace que los patrones dietéticos tengan una cierta rigidez y que el individuo que cambia de un medio a otro se vea en extremas dificultades para modificar su patrón dietético original (Aguirre, 1989:6).

Sólo las experiencias repetidas en diferentes contextos institucionales de comportamiento y de valor, crean patrones de tal fuerza y consistencia que puedan resistir con éxito la penetración de una cultura extraña.

El aprendizaje de los hábitos alimentarios no queda limitado a la selección de los productos que constituye una dieta; comprende muy diversos aspectos que en conjunto, dan forma a los mecanismos que facilitan la persistencia de los patrones alimentarios a través de los tiempos. Unos productos tienen alto valor,

socialmente asignado, en tanto que otros se consideran de menor valor o se les señala como evitaciones (Ibidem:8).

Los cambios alimentarios en cuanto grupo de población han estado asociados con mejoras en los niveles de nutrición y salud pública. La transformación alimentaria ha traído como consecuencia una deslocalización que significa que una parte cada vez mayor de la dieta diaria viene de lugares distantes, generalmente de canales comerciales esta asociada con un incremento de la variedad de alimentos disponibles y de la cantidad de alimentos importados, por tanto con una mejora en la dietas (Boserup, 1990:339).

2.4 Las tendencias en los modelos de consumo y patrón alimentario

En los últimos años México ha sufrido grandes cambios en su economía. En la agricultura se han generado nuevas políticas en la producción de alimentos, la más relevante ha sido la sustitución de la producción de alimentos básicos por productos más comerciales, lo que ha traído como consecuencia menor disponibilidad de alimentos y la necesidad de importarles para satisfacer la demanda interna.

Según INNSZ, los alimentos básicos como maíz y frijol muestran una relación indirecta con el gasto, a mayor disponibilidad menor gasto en alimentación. En el caso del maíz se puede señalar que a menor gasto mayor consumo, la relación se invierte en cuanto a los alimentos de origen animal en donde a medida que el gasto aumenta se incrementa igualmente el consumo.

El nuevo modelo alimentario en el mundo emergente está fuertemente vinculado a la comida rápida, el fast-food caracterizado por una taylorización de la cocina, ofertando a los consumidores una dieta rápida y barata.

Los modelos de urbanización y los hábitos alimentarios se transforman empujados por procesos de modernización y complejización de estructuras económicas y sociales. Los cambios en los estilos de vida originan un aumento paralelo en la demanda de alimentos de calidad, sanos, nutritivos, frescos, sabrosos y variados (Torres, 1997:33).

Así la modernización de las sociedades trastorna el espacio/tiempo de la alimentación por una parte, los alimentos pierden su arraigo en los territorios y en las costumbres y ya no hay centralidad, ni oposición entre lo autóctono y lo extranjero.

Durante el siglo XX, las diversas sociedades participaron en un proceso de mundialización del consumo, en el cual revolucionaron los procesos tecnológicos, los grupos económicos internacionalizaron sus operaciones mercantiles en la alimentación y se pasó de la cocina tradicional de platos típicos a la cocina industrial apátrida (Torres, 1997:144).

Green, especialista en la evolución de la demanda de bienes alimentarios, plantea que la demanda alimentaria mundial presenta simultáneamente dos tendencias contradictorias que expresan dos de las dimensiones del mercado internacional, una cierta homogeneización del consumo y el mantenimiento de

los modelos alimentarios nacionales. Dicha internacionalización de las empresas alimentarias no puede ser explicada solamente por una mundialización del gusto sino más bien por la capacidad que ellas tienen de adaptar sus servicios alimentarios al alcance y gustos de la clientela de cada uno de los países donde se establecen (Green, 1986: 81).

La tesis del nuevo modelo mundial de alimentación se desglosa en tres elementos inseparables: a) taylorización de la cocina (sometimiento de la cocina a escalas y procesos industriales, b) estandarización-homogeneización del menú y los gustos (predominio de platillos sin vínculo con cierto lugar y población), y c) diversificación de los productos (rompimiento de la autonomía-restricción alimentaria de las regiones y naciones).

La búsqueda de una mayor eficiencia en tiempos y energía ha llevado, en el mundo desarrollado, a un consumo creciente de los alimentos enlatados y de los refrigerados, al tiempo que reduce el uso de las conservas caseras y la compra de víveres frescos. Estos fenómenos aparecieron en México con la implantación de la industria alimentaria transnacional después de la segunda guerra e incluyeron los denominados productos "altamente transformados" (enlatados, refrigerados y congelados, etc.) (Torres, 1997:151).

La nueva organización familiar referida, se ha expresado de modo contundente en los cambios de los hábitos de compra: aquí han variado desde los horarios hasta la periodicidad de la misma, además de los lugares o establecimientos comerciales. En primer lugar, se advierte la presencia de las cadenas de autoservicio, que se han extendido, a casi todo el día. En segundo lugar, la

periodicidad de compra se ha alargado entre las capas sociales de mayores recursos. En tercer lugar, han variado sustancialmente los lugares de compra entre los distintos segmentos de consumidores.

Existen tendencias muy definidas entre el público consumidor con respecto a sus preferencias de compra ante los diferentes establecimientos comerciales. A mayor nivel socioeconómico las frecuencias de compra crecen en autoservicios, clubes de precios y los minisúpers (tipo Oxxo), en tanto que a menor nivel socioeconómico aumenta la frecuencia de compras en abarrotes /tienditas, mercados establecidos (municipales), mercados sobre ruedas y tianguis (Ibidem:151).

Los consumidores han reorganizado sus hábitos de compra de acuerdo con el tamaño de la concentración urbana donde residen, puesto que los públicos prefieren al comercio modernizado en las localidades más grandes y al comercio tradicional en las pequeñas. En las áreas metropolitanas y ciudades grandes, la frecuencia de compra tiende a aumentar en los autoservicios, mientras que por el contrario, son los abarrotes/tienditas los que presentan mayores frecuencias en las ciudades que no alcanzan el rango de metrópoli.

Esa distribución de frecuencias corresponde a la dinámica de expansión de las principales cadenas de autoservicio hacia las ciudades grandes y medianas, ubicando en ellas un mayor número de nuevos autoservicios y supermercados. Y tiene relación directa con una presencia más fuerte de los productos industrializados de tipo precocido en los aparatos de distribución de las

principales plazas comerciales del país y se refleja en una gama más amplia y un mayor volumen de ventas de dichos productos ofrecidos por los autoservicios.

Las prácticas culinarias que se usan de modo flexible, van desde la costumbre de cocinar para dos o tres días (refrigerando o congelando las raciones), hasta el extremo de comprar la comida ya elaborada, bien sea en un autoservicio o en una cocina económica. Este tipo de prácticas están teniendo un mayor desarrollo entre las clases medias y de altos recursos.

El equipamiento de cocina existente en los hogares es un indicador importante de la forma y ritmos de los procesos domésticos de abasto-producción-consumo de alimentos y está determinado por el nivel socioeconómico.

Incluso la difusión que han tenido los servicios alimentarios de entrega a domicilio, también se insertan dentro de las estrategias de ahorro de tiempo y energía de las familias mexicanas, como es el caso de las pizzas, las hamburguesas y las tortas (Ibidem:154).

La comida como institución social (ritual de reunión, comunicación familiar) se ha deteriorado en cierto grado, dando paso a la creciente diversificación de los lugares donde se consumen alimentos todos ellos distintos al hogar.

La gran diversidad lograda en los nuevos alimentos precocinados se ubican en tan sólo tres grupos alimenticios: 1) sopas caldosas o aguadas, 2) carnes y aves y 3) verduras (tanto precocidas y congeladas como enlatas. La relativa difusión

de productos precocinados en México está condicionada por los precios más caros que tienen dichos productos frente a los convencionales.

La comida industrial precocinada está relacionada con la adquisición de aparatos domésticos para su elaboración. Esta es muy rápida, pues en promedio se emplean unos cuantos minutos por platillo para su elaboración final. Frente a esta gran velocidad de procesamiento de la cocina industrializada, tenemos una mayor lentitud de la cocina tradicional doméstica, donde se lleva más de una hora preparar los distintos platillos para la alimentación familiar (desde las sopas, plato fuerte, los postres y las bebidas). Generalmente entre los aparatos domésticos que sobresalen: (freidora, tostador, horno de gas, olla express) el horno de microondas es el más rápido de todos en la manipulación final del producto pese a los gustos vigentes entre los consumidores sobre la calidad de los alimentos y la salud de los usuarios de alimentos rápidos (Ibidem:159).

La alimentación presenta un comportamiento en diferentes circunstancias establecidas por la evolución cultural, el entorno físico, y la disposición de recursos naturales y vegetales, esto crea hábitos y refuerza su arraigo en el tiempo.

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 y Gasca, 2001:12).

El consumo de alimentos en el contexto urbano, se organizó primero en torno a los tianguis y días de plaza que relacionaban a los vendedores y compradores, a lo cual se suman recauderías, lecherías, carnicerías, entre otras, posteriormente se consolida el mercado público concentrado que se convierte en esquema hegemónico de pueblos y ciudades.

La aceptación de las tiendas de autoservicio entre los consumidores, así como su rápida expansión han contribuido también de manera importante a la desconcentración espacial de la cadena alimentaria y han influido, en la declinación de viejas formas de organización comercial.(Torres, 2003:138).

Las zonas abastecedoras se especializan en un doble sentido, producen uno o dos artículos para el consumo urbano de tal manera que las zonas se vinculan comercialmente con un sólo mercado urbano. La ciudad de México absorbe la mayor parte de la producción alimentaria del centro y sur del país debido a las grandes distancias entre los núcleos regionales, hace que aún hoy los mayoristas capitalinos gocen de una mejor disponibilidad de unidades de transporte, puedan aprovechar economías de escala y abatir costos, lo cual refuerza la estructura de los monopolios y la jerarquía de esta ciudad.

El patrón alimentario en México presenta una constante transformación en términos de cambio y diversidad, pero también enfrenta la transgresión de

hábitos, costumbres y calidad nutricional, así como un amplio sincretismo en sus manifestaciones regionales, la transición se refiere al proceso inevitable y aceptación de nuevos productos, combinando los ya existentes, así como las oscilaciones en el consumo que son resultado de cambios en el ingreso familiar, la transgresión es la alteración negativa de las formas de consumo que modifican la calidad de la alimentación y que son resultado de la evolución de diversos factores sociales y de mercado (Torres, 2003:142).

Con una economía globalizada ahora la oferta es casi la misma y altamente eficiente en términos de disponibilidad, situación que se refuerza con la tendencia a realizar un mayor consumo de alimentos fuera de casa, particularmente entre los miembros sociales medio.

El menú moderno integrado por bebidas gaseosas y hamburguesas constituye el binomio de la dieta práctica perfecta en las ciudades dinámicas de la globalización y es un factor representativo de las tendencias a la homogeneidad en la alimentación de hoy. La modernidad ha facilitado la distribución y la preparación de alimentos pero no el acceso (Torres, 2003:143).

Las tendencias del consumo alimentario de México y el mundo al comenzar el siglo XX obedece fielmente al contexto de mundialización en que evolucionan las economías en los últimos años, caracterizado por la rápida y creciente homogeneización de los patrones de consumo a nivel internacional, así como una participación cada vez menos importante de los productos primarios en el comercio (Trápaga, 2002:136).

Debido a que la mayor parte de los alimentos que conforman la dieta diaria sufre alguna modificación industrial que los hace más pragmáticos, ya sea como el alimento solo o como ingrediente en los platillos. Los alimentos se clasifican de acuerdo con su duración en frescos o industrializados.

- a) Los primeros son alimentos básicos, necesarios para la alimentación de la familia, que se consumen con el propósito de diversificar y complementar la alimentación: alimentos en fresco de origen vegetal y animal, pastas para sopas, galletas de bajo costo, café en grano sin marca, pan de preparación manual, ya sea casero o de panadería, aceites, azúcar y condimentos.
- b) Por su parte, los alimentos industrializados requieren técnicas más elaboradas para su procesamiento, presentación y empaque, lo que eleva su costo y algunas veces no está a la altura de su aporte nutrimental: leche en polvo, evaporada y condensada, carnes, enlatadas y embutidos, cereales inflados (Torres ,1997:184).

Desde el comportamiento que tienen los mercados mundiales agroalimentarios se constata dos tendencias divergentes pero complementarias y que tienden a profundizarse y que marcan la pauta en diferentes procesos relacionados al acceso de alimentos y la seguridad alimentaria.

- 1) Por un lado, los países industrializados han resuelto desde hace décadas el asunto de la autosuficiencia en alimentos básicos en términos macro económicos, por lo que el énfasis de sus políticas está

en buscar una calidad creciente de los alimentos, al mismo tiempo que existe un predominio absoluto en el consumo de productos transformados y de alto valor agregado.

- 2) Por el lado de las naciones en desarrollo la enorme mayoría no ha resuelto sus problemas ni de autosuficiencia ni de seguridad alimentaria y cada día se alejan más de solucionarlos, dada la debilidad de sus economías. En ese sentido y junto con la escasez de los ingresos de sus poblaciones, el eje del comportamiento de sus mercados y de su consumo seguirá dándose en la dirección de los alimentos básicos, con una absoluta debilidad para negociar sus compras en el extranjero. La incapacidad de fijar precios y calidades de los bienes agropecuarios que compran, así como una vulnerabilidad evidente frente a las fluctuaciones en los mercados internacionales (Trápaga, 2002:136).

El patrón de consumo alimentario que se expandió después de la Segunda Guerra Mundial fue un patrón definido por el mercado interno de las economías. Este patrón está cada vez más determinado por el mercado mundial de los países industrializados de conservar y extender sus hegemonías.

- 3) Los patrones alimentarios eran sobre todo nacionales y estaban definidos primordialmente por el patrón de cultivos domésticos, determinados a su vez por las condiciones ambientales y climáticas y la tecnología imperante en cada economía (Trapaga, 2002:138).

El origen del esquema de patrón alimentario dominante está relacionado con la llamada revolución verde que desde la década de los 40 generó procesos intensivos industriales de producción de alimentos en el campo, lo cual se tradujo en una creciente homologación y la introducción de dosis importantes de productos tóxicos (insecticidas, herbicidas, fungicidas, aditivos, colorantes, saborizantes, emulsificantes, estabilizadores, etc.).

Las tendencias dominantes del patrón alimentario son sus rasgos de un patrón industrializado, caracterizado por un creciente consumo de grasas y aceites, sal y azúcar, colorantes, saborizantes, aditivos y conservadores artificiales, así como alimentos preparados y comida rápida, botanas y postres. Por otra parte viene desarrollándose más lentamente un patrón dietético, donde se incluyen carnes con menor contenido de grasa y un mayor número de productos "Light" (Ibidem:139).

Los patrones alimentarios se estructuran con base al maíz y el frijol principalmente, aunque su dieta se diversifica más con verduras, frutas y alimentos de origen animal, aumentan los consumos de azúcares y grasas y se hace evidente la presencia de productos derivados del trigo como harinas refinadas, pan y pasta para sopas, éstos hasta cierto punto remplazan al frijol, lo cual se debe a que las personas de bajos ingresos sólo consideran su satisfacción energética y no el valor nutritivo integral. El azúcar proporciona más calorías que el maíz y los productos de trigo más que el frijol. Se

incrementan también los derivados del azúcar, como los refrescos, bebidas alcohólicas y otros productos (Torres, 1997:184).

Así el patrón alimentario más generalizado en México tiende a homogeneizarse con el modelo industrializado estadounidense en virtud de su condición de importador neto de alimentos. Aceptamos productos comercializados por franquicias internacionales que estandarizan en algunos rubros y procesos al patrón de consumo en todo el mundo.

Los patrones alimentarios de la población urbana tiene características especiales ya que coexisten tanto poblaciones en condiciones muy precarias con deficiencias nutricias y alimentarias como poblaciones con ingresos económicos altos y patrones alimentarios que presentan desequilibrios en la cantidad y en la variedad debido a excesos de consumo. Se estima que en México el 65% del consumo alimentario familiar cotidiano está formado todavía por productos en fresco y sólo 35% corresponde a los industrializados (Ibidem:188).

México tiene bajos ingresos que le impide adoptar plenamente el modelo occidental industrializado. La industria alimentaria atiende no obstante a todos los estratos, pues su vocación es universal, creciendo la oferta para el consumo masivo de bajo costo, con productos como pastas para sopas, galletas, tortillas de maíz y trigo, aceites y grasas, café soluble y golosinas, entre otros (Trápaga, 2002: 140).

El modelo de globalización que estamos viviendo significa la homogeneización máxima de las formas de producción, procesar y consumir por encima de los límites territoriales, de la vocación de los recursos naturales, culturales y de producción.

Los aspectos históricos determinan los patrones de alimentación y de nutrición tanto como la política y la economía. Si bien los ingresos determinan el volumen de los alimentos que se compran, así como su calidad; el tipo de bienes adquiridos (cárnicos, cereales, hortalizas y frutas; o cereales, hortalizas y frutas en sustitución de cárnicos) y su forma (en fresco, transformados, enlatados, congelados, comida rápida, etc.) A medida que aumentan los ingresos, los países de ingresos bajos y medios tenderán a reemplazar una parte de los cereales, raíces y tubérculos por alimentos de alto valor agregado como carne, leche, aceite vegetal, frutas y hortalizas (Ibidem:143).

Desde el punto de vista socioeconómico, el patrón de consumo alimentario en México no es homogéneo, sino que se encuentra restringido por los niveles de ingreso de la población.

En el caso de México, que tiene una población dominante de ingresos medios, puede suponerse una mejora en la salud debido a las dietas mejor estructuradas y a una mayor disponibilidad de minerales y vitaminas, sin embargo los mayores ingresos traerá también efectos negativos originados por el exceso de consumo (Ibidem:146).

El gasto de alimentación en México provoca una profunda heterogeneidad en el patrón de consumo que no se asocia ya de modo fundamental al mosaico cultural de la diversidad culinaria de las regiones, sino de la desigualdad social. La población de menores ingresos ha desarrollado, cuando menos, dos estrategias para detener la pérdida de su poder adquisitivo, la utilización más intensiva de su fuerza de trabajo disponible, mediante el aumento de la jornada laboral del jefe de familia y la incorporación de otros miembros en actividades informales (Ibidem:147).

CAPÍTULO 3. LOS FACTORES QUE DETERMINAN LOS PATRONES DE CONSUMO ALIMENTARIO: EL CASO DE DOS COLONIAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO

3.1 El patrón de consumo actual y las colonias seleccionadas.

El modelo de consumo alimentario de los países industrializados se caracteriza por un elevado consumo de productos proteicos, de grasas de origen animal y azúcares refinados, el consumo de carne es considerado un índice de industrialización, que se incrementa en el nivel de vida de los países desarrollados (Montero, 2003:34).

La expansión del capitalismo y la consiguiente globalización económica han abierto la puerta a la implantación de la economía monetaria en el mundo, destruyendo con ello las economías tradicionales. Ahora son los gobiernos y sobre todo las multinacionales, quienes imponen qué se debe producir, dónde se debe producir y qué productos se deben sustituir o desestimar (Carrasco, 1992:34).

Los hábitos de la sociedad urbana actual se caracterizan por tener formas de consumo que se ven acotados por las actividades laborales. El consumidor urbano se convierte en un individuo mucho más autónomo en sus elecciones y rebasa sus limitaciones sociales hacia conductas individuales, los tiempos, ritos y compañías se imponen con menos formalismo. Las alternativas de alimentos y/o el restaurante le ofrecen la posibilidad de comer de todas maneras: solo y acompañado a cualquier hora, sin tener que sentarse a la mesa. La sociedad

urbana es una sociedad gastroanómica, configurada sin leyes, o con normas desestructuradas o en degradación (Gracia, 1990:120).

La transformación de la cultura alimentaria se relaciona con el apogeo de las metrópolis, la urbanización del espacio conlleva, entre otros aspectos, a la variación de la forma tradicional de transmitir los conocimientos sobre alimentación en tanto la vida de la ciudad significa en muchos casos, la ruptura con el origen de esas informaciones compartidas y con el soporte de las redes establecidas en las comunidades pequeñas.

La concentración de actividades laborales y de ocio específicas en torno a la ciudad estructura el tiempo y su valor afectando directamente al comportamiento alimentario. Los lugares y horarios de comida se ven modificados por los constreñimientos laborales o por los ritmos que imprimen las actividades relacionadas con el ocio (Gracia, 1990:213).

No obstante la incorporación creciente de las mujeres al mercado laboral, la alimentación cotidiana continua siendo una actividad de responsabilidad femenina sigue, siendo las que dedican más tiempo y esfuerzo en la organización y ejecución de las tareas relacionadas con la elaboración de comidas en el seno del hogar.

Por su parte, la cocina industrial se sustenta en dos pilares fundamentales que son: las técnicas de conservación envasada y la congelación artificial de los alimentos, a la par con nuevas técnicas de conservación. Así como también

las dicotomías de producto natural/producto artificial o producto nacional/producto extranjero, usándose como estrategias de mercado (Montero, 2003:58).

El tipo de alimentación guarda una estrecha relación con el ingreso. A medida que éste aumenta, cambian las estructuras de consumo de una manera bastante predecible. Cuando se sobrepasa cierto nivel de ingresos, el porcentaje es menor en comida y se destina una mayor proporción a bienes como la vivienda, el transporte, etc.

En el siglo XIX comienzan las campañas publicitarias, convirtiéndose éstas en un factor decisivo en la comercialización de productos, pues por una parte crea el mercado y por otra induce al acceso de productos hacia un mercado más amplio. Todos estos procesos de industrialización alimentaria han conducido a la llamada homogeneización de los consumos que ha favorecido la mundialización o internacionalización de la cocina se ha visto favorecida por el auge de la migración de las cocinas y también por el desarrollo de una cocina internacional (Ibidem:58).

La transformación del espacio culinario, la proliferación de comidas rápidas, alimentos-servicio, han contribuido a aligerar el contenido de las practicas alimentarias cotidianas, el tiempo invertido en la alimentación doméstica se ha reducido en términos cuantitativos (Gracia, op. cit: 227).

El cambio se ha argumentado en cuanto que el sistema alimentario participa en las transformaciones globales que afectan a las estructuras sociales e individuales, en el sistema alimentario es la estructura de las comidas y sus ingredientes, lo que cambia más que los elementos del sistema (Gracia, 1990:33).

La desestabilización (Herpin y Verger, 1991) del sistema alimentario se nos presenta en cinco formas:

- a) La desconcentración, consistente en la sustitución de las comidas completas, por la institucionalización de pequeñas comidas. Del mismo modo, pero a la inversa, el menú de las comidas principales se simplifica.
- b) La temporalidad, donde mientras en las comidas tradicionales , tanto principales como no principales, obedecían a horarios fijos, las nuevas comidas tienen lugar en franjas horarias muy variables y amplias.
- c) La sociabilidad alimentaria, donde las comidas tradicionales tenían como característica la reunión de los miembros familiares o la reunión de los integrantes de los grupos de trabajo. Con los nuevos comportamientos alimentarios, los usos del tiempo están cada vez menos pensados para hacer de la comida una actividad común, de forma que cada vez está menos concebida como la ocasión de comunicarse con la familia, amigos o colegas. El acto de comer se ha desocializado.
- d) Otra cuestión es el lugar en donde se llevaban acabo las actividades alimentarias, produciéndose una desubicación o una deslocalización.

e) La dimensión simbólica de la desestructuración donde las comidas ordinarias no contrastan con las festivas o excepcionales.

La concentración de comida en un solo plato (único/combinado) o que la estructura de las comidas pasa a ser diacrónica (pautada por horarios) a sincrónica. La apropiación de consumos prácticos y valores de las clases sociales a través de la imitación de los gustos alimentarios como un proceso cuya finalidad es alcanzar la diferencia y afirmar la distinción de clases.

El modelo de imitación pone de manifiesto cómo se da la adquisición individual de las prácticas, pero aunque puedan ser adquiridas individualmente, las reglas y las prácticas alimentarias están estructuradas socialmente y socialmente toman sentido y función (Ibidem:33).

Las transformaciones alimentarias incluye procesos de desaparición/sustitución, pero también de adición de elementos que afectan al sistema alimentario, a sus prácticas y valores se han visto afectados en cuestiones como:

- Formas de aprovisionamiento y adquisición de productos alimentarios
- Miembros que participan en las tareas de alimentación
- Estructura del gasto y presupuesto destinado
- Presentación de alimentos
- Equipamientos culinarios
- Tiempo de dedicación desde la producción hasta la preparación
- Horarios de ingesta

- Número y cantidad de comidas
- Lugar de ingesta diarias y festivas
- Tipología de los comensales

En referencia a la ideología también se registran cambios.

- Valor simbólico de los alimentos
- Normas y modales en relación con el consumo de alimentos
- Formas de aprendizaje y transmisión de los conocimientos y habilidades alimentarias
- Lenguaje alimentario
- Valores y preocupaciones asociadas al cuidado de la salud, delgadez, obtención de placer y bienestar físico, psicológico y social

El comportamiento viene transformándose al ritmo rápido que marcan las exigencias de los ciclos económicos a gran escala, de las redefiniciones jerárquicas que suceden en la esfera domésticas a nivel de la división sexual del trabajo (Ibidem:45)

La sobrealimentación caracteriza el consumo de alimentos en países industrializados, a pesar de la relativa accesibilidad a los alimentos y de la oportunidad de elegir entre múltiples ofertas, algunos problemas de salud como la malnutrición parecen derivarse de los consumos actuales.

Las prácticas se perciben como tiempo necesitado, el “snacking” aparece en un contexto concreto coincidiendo con tipos de trabajo altamente productivos

que suponen a su vez, menos tiempo, para comer. Disfrutar al máximo en el menos tiempo posible implica compartir el consumo alimentario con otras actividades (trabajar, ver televisión, andar) y la frecuencia más alta de ocasiones para el consumo. El tiempo es un recurso limitado y su mayor o menor disponibilidad administra y determina las prácticas alimentarias, así como también las formas de sociabilidad alimentaria, el equipamiento doméstico y la conciencia del tiempo y su valoración (Ibidem:125).

La tendencia a comer fuera de casa es paralela no sólo al incremento de los imperativos laborales y el valor otorgado al tiempo, sino a la aparente simplificación de las prácticas alimentarias caseras, de los productos adquiridos y de la sofisticación del equipamiento doméstico. Como tendencia en el modelo de consumo dominante de las sociedades urbanas: la combinación de una alimentación pública de lujo y una cocina simplificada en costo y tiempo en el ámbito doméstico (Ibidem:126).

La desestabilización del sistema de comidas puede representar diversas formas, aunque se han distinguido básicamente cinco. La primera es la desconcentración que consiste en una sustitución de las comidas completas por la institucionalización de pequeñas comidas tipo desayuno, merienda o aperitivo. Inversamente el menú de las comidas principalmente se simplifica. El segundo aspecto de la desestructuración concierne a la temporalidad. Las comidas tradicionales (principales o no) obedecen a horarios fijos, sin embargo, las nuevas comidas tienen lugar en franjas horarias muy variables y amplias.

En tercer lugar está la cuestión de la sociabilidad alimentaria, la comida acostumbrada a constituir una ocasión para reunir a los miembros del hogar. Sin embargo con los comportamientos alimentarios, los usos del tiempo están cada vez menos pensados para hacer de la comida una actividad común de manera que se concibe menos como la ocasión privilegiada para comunicarse con la familia, colegas o amigos. En este sentido, otras actividades van a sustituir a la comida como lugar de encuentro o intercambio (Ibidem:129).

Nos encontramos así con un proceso de deslocalización de las comidas en el sentido de que el lugar donde se llevan a cabo las actividades alimentarias también se ha visto afectado por la desestructuración. Realizadas normalmente en la cocina o en el comedor, las nuevas formas de alimentación no están exclusivamente territorializadas en torno al hogar, se permiten las comidas en el restaurante, cafeterías, en el coche, en el parque, en el transporte público, en el lugar de trabajo, se van haciendo frecuentes.

Esta homogeneización de los consumos alimentarios conlleva, a la desestructuración de prácticas y saberes tradicionales, los cuales a su vez, desembocan en la aparición de enfermedades derivadas de excesos y los desórdenes alimentarios. El nuevo estilo de vida contemporáneo favorece al sedentarismo, y el estrés y los malos hábitos alimentarios se vuelven parte de la cotidianidad.

Es precisamente a partir de este nuevo modelo alimentario que ha sufrido cambios cualitativos que nos propusimos llevar a cabo en el análisis de dos

casos en el contexto urbano de la ciudad de México. Para este objetivo se seleccionaron dos colonias, la Narvarte, en la Delegación Benito Juárez que cuenta con población de ingreso medio alto y la colonia Martín Carrera, en la Delegación Gustavo A. Madero, que está catalogada como una población de ingreso bajo.

Para elaborar la encuesta, se tomó como referencia el cuestionario de la Encuesta Nacional de Ingresos por Hogares (ENIGH) que conforma una fuente de información, que dan cuenta de la distribución y capacidad del ingreso del gasto familiar, en función de las necesidades de consumo (Torres, 2001:102).

Se elaboró una encuesta de 60 preguntas a 50 personas a partir de su ingreso de la Colonia Narvarte y 50 personas de la Colonia Martín Carrera, con base a la encuesta de INEGI de Ingreso por Hogar tomando los datos del 2000, con el objetivo de evaluar la composición y cambio que ha sufrido el patrón alimentario en dos contextos urbanos diferenciados.

En el contexto de la dinámica de desarrollo de las colonias seleccionadas, para diferenciar ingreso por estrato y colonia, se seleccionó la Delegación Benito Juárez, que se encuentra en un proceso donde las colonias originalmente habitacionales se han transformado hacia usos comerciales y de servicio, como resultado de su ubicación central, buena accesibilidad y dotación de servicios.

La colonia Narvarte es una de las zonas de la Ciudad de México que presenta un mayor nivel de vida promedio de sus habitantes, aunque la concentración del ingreso es muy marcada, aproximadamente el 60% de sus familias tienen altos ingresos, 35% son de clase media y media baja y las del 5% son de bajos estratos (Garza, 2006: 554).

Por su parte, la Delegación Gustavo A. Madero estuvo vinculada con la actividad religiosa por la veneración de la Virgen María de Guadalupe en el cerro del Tepeyac. En 1533 se fundó el pueblo Guadalupe en una zona árida a la orilla del Lago Texcoco y al pie del cerro del Tepeyac. A partir de 1940 comenzaron a aparecer grandes fábricas y colonias populares (Garza, 2006: 577).

La colonia Martín Carrera de la Delegación Gustavo A. Madero se caracteriza por contener un tejido urbano heterogéneo y con centro estructurador en el área de la Basílica de Guadalupe. La zona urbana se encuentra fragmentada por barreras naturales o artificiales que inhiben su continuidad y que en la mayoría de los casos carecen de equipamiento y servicios.

A pesar de su estructura urbana heterogénea y la carencia en algunas zonas de infraestructura y equipamiento, la delegación presenta un avanzado estado de consolidación. La dinámica de la zona de la Villa donde se localiza la colonia Martín Carrera gira alrededor de la Basílica como polo generador de actividades y atracción de la economía flotante (Garza, 2006: 582).

3.2 Relación de ingreso-gasto de las colonias seleccionadas.

Los antecedentes teóricos de la distribución del ingreso tiene diversos ángulos entre los más importantes destacan 1) el que se centra en la relación entre el crecimiento económico en sus diversas etapas y la distribución del ingreso, 2) el que privilegia la disponibilidad de recursos y su asignación en escala macroeconómica, de los propios hogares, mediante modelos de equilibrio general. Simon Kuznets fue el primero en plantear la distribución del ingreso de los hogares en largo plazo, su conclusión fue que la desigualdad en la distribución del ingreso aumenta en las primeras etapas del crecimiento económico, cuando la transición de una sociedad preindustrial a una industrial es más rápida, más tarde se estabiliza por un tiempo y disminuye en las últimas etapas de crecimiento. Ello da lugar según Kuznets a una curva en forma de U invertida que expresa la relación entre una medida de desigualdad, como coeficiente de Gini y crecientes niveles per cápita.

La hipótesis parte de la existencia, empíricamente observable, de un dualismo sectorial que tiene diferencias de productividad en la economía, los factores que explican estos cambios en la desigualdad son: la concentración de las propiedades y los activos que genera la concentración del ahorro y las políticas redistributivas aplicadas en las etapas avanzadas del crecimiento. (Hernández, 1990:445).

Por otro lado, la desigualdad también se explica por una economía compuesta por dos sectores el tradicional y el moderno, la diferencia en el caso del primero se trata de un grupo de empresas que usa y mejora continuamente las

técnicas modernas de producción que se basan en la división social del trabajo y maquinaria, mientras que el segundo no hace uso generalizado de esas técnicas sea por ignorarlas, por obstáculos naturales y legales o debido a la falta de capital derivada del círculo vicioso de baja productividad y bajos ingresos.

Robinson demuestra que existe un punto en el crecimiento económico en que la desigualdad alcanza su valor máximo. Si se da por hecho que la distribución del ingreso no cambia en el tiempo, su modelo implica que las varianzas y las medias de los sectores son constantes.

Altimir compara estudios de la distribución del ingreso en México plantea diversas hipótesis sobre los sesgos en la declaración de los ingresos y los atribuye a cualquiera de las siguientes causas: a) la omisión o la subdeclaración de ingresos en especie e imputados, b) la subdeclaración de ingresos mediante las magnitudes registradas del ahorro y el consumo, y c) la subdeclaración difiere por tipo (fuente) de ingreso, si se asocia al tipo de ingreso que a los niveles que reciben los hogares (Hernández, 1990:448).

En economía existe el supuesto de a medida en que aumentan los ingresos familiares disminuyen los niveles de gasto en alimentos o se presenta también mayor diversificación, agregación y sofisticación. En una economía de mercado, el ingreso no adopta una asignación social equilibrada porque su objetivo basado en la competencia de los agentes económicos no es la equidad sino la racionalidad de las leyes del mercado.

El modelo económico instrumentado desde mediados de la década de los ochenta, junto con el efecto interno de múltiples desórdenes en la economía mundial, marca un quiebre en el rumbo de la economía mexicana que entre otros efectos, generó altas tasas de inflación, devaluación, monetaria, incremento en el desempleo y subempleo, contención salarial y deterioro constante del poder adquisitivo (Torres, 2001:107)

El origen del modelo económico no tiene sus bondades en la explotación intensa del único recurso de que disponen vastos sectores de la población, su capacidad de trabajo, no sólo depende del perceptor, sino también del número de miembros que participan en la conformación del ingreso del hogar, se han identificado tres procesos que pueden elevar la tasa de perceptores por hogar.

- a) La caída de la mortalidad y la fecundidad (Transición demográfica).
- b) Una estrategia para paliar los efectos de la caída en las tasas salariales y el alza en la desocupación, en las actividades económicas estructuradas.
- c) Un aumento en la participación femenina como resultado de un proceso general de liberación de la mujer.

La intensificación del esfuerzo productivo de los hogares es una consecuencia directa del deterioro en las condiciones económicas de los sectores más desfavorables del país quienes, para defender sus precarios niveles de vida, no

tienen otra opción que recurrir al trabajo femenino y de los miembros de la edad escolar (Cortés, 1995:77).

La estructura del patrón alimentario y sus variaciones a lo largo del tiempo se expresa en dos vertientes una de tipo social heterogénea como producto de la estratificación del ingreso y la otra de carácter espacial donde las regiones definen sus rasgos de consumo alimentario según las características de sus población y entorno, pero aceptan e incorporan modificaciones provenientes del exterior, producto de de las tendencias hacia la homogeneización que impone el mercado (Torres, 2001:12).

La evolución de las formas de consumir de apropiarse de los recursos de aceptar perturbaciones externas en la dieta habitual configuran el patrón alimentario dominante y sus variaciones que en el plano se ve supeditado a los ingresos y a la estructura de la oferta.

El ingreso no define sólo el patrón alimentario pero influye en su estratificación y determina los niveles de consumo. El comportamiento de la demanda permite comprender hasta dónde un individuo o grupo familiar alcanzan su tope máximo de gasto y las circunstancias económicas que definen el perfil de consumo, del cual derivan las preferencias y cambios alimentarios subsecuentes. La alimentación de los mexicanos a finales del siglo XX se debate entre la incertidumbre de la economía interna y la globalización de los mercados (Ibidem:15).

Dado que la distribución del ingreso no se comporta en lo general, de manera racional ni socialmente equitativa, este atributo implica la generación de diversos tipos de demanda en calidad, volumen y precio, lo cual origina una estratificación social y accesos asimétricos en el consumo. Esta última condición permite el surgimiento de grupos con posibilidades de cubrir su consumo de alimentos más allá de sus requerimientos reales e incluso cuentan con capacidad para modificar rápidamente sus hábitos independientemente de su costo, en contraste con otros que acusan un marcado subconsumo y para quienes la alimentación representa un dilema de sobrevivencia.

La distribución del ingreso marca la pauta en la dinámica del gasto alimentario y esto resulta ya independiente de la hegemonía económica de una región sobre otra.

La alimentación y los niveles nutricionales se identifican ahora con un patrón más global, de carácter urbano, acotado por una canasta que se establece desde las esferas de la producción y distribución, con oscilaciones temporales bruscas en términos de la pérdida o no del poder adquisitivo de las familias.

El comportamiento del gasto en alimentación da cuenta de la capacidad familiar para acceder a la canasta básica; además define su composición, la cantidad y la calidad de la dieta e indirectamente las compensaciones que resultan de los programas sociales y subvenciones al consumo de productos alimentarios (vía precios controlados y ayudas directas), así como las estrategias que siguen los

diferentes grupos sociales en cuanto a frecuencia, cantidad, diversidad, formas de preparación y puntos de aprovisionamiento de los alimentos (Ibidem:91).

El ingreso y su expresión en el gasto marcan la pauta dentro de la cual las familias definen sus estrategias de consumo a lo largo del tiempo. Una relativa estabilidad en el ingreso permite, además de una diversificación en el consumo, mejores posibilidades nutricionales así como un incremento en la calidad de la dieta. La experiencia ha demostrado que ciertas sociedades y estratos sociales opulentos también se han presentado enfermedades derivadas de una alimentación costosa pero deficientemente balanceada y pareciera que la globalización de los mercados tiende a reproducir esa posibilidad. Además de una mayor polarización en la distribución del ingreso se presenta también un incremento generalizado de precios, producto del descontrol inflacionario que repercute más en el acceso a los alimentos y que impide mantener los niveles nutricionales y de diversidad, característicos de los periodos de estabilidad sobre todo entre las familias pobres (Ibidem:94).

A lo largo del tiempo se presentan diversas oportunidades de acceso a los alimentos según estratos de ingreso, la configuración de un patrón de consumo con diversos tipos de mercado, donde se presenta una oferta amplia y diversificada acorde con el modelo de libre mercado, pero la demanda se ve acotada por el ingreso y la reestructuración del gasto ante la contracción general de la economía.

La distribución desigual, influye tanto para restringir el consumo en algunos estratos como para hacerlo más sofisticado, incluso cuentan con la capacidad para modificar rápidamente sus hábitos, independientemente de su costo económico, en contraste con otros que causan un marcado subconsumo y para quienes la alimentación representa un dilema de sobrevivencia, aunque no necesariamente representa una mejor alimentación, sí marca diferencias notorias en el acceso a la oferta. Por lo tanto se puede hablar de una oferta homogénea, pero no de un patrón homogéneo de consumo. La oferta homogénea significa que los aparatos de distribución ofrecen casi el mismo tipo de productos en el mercado de los alimentos y cuentan con una fuerte capacidad de penetración en estratos urbanos (Ibidem:96).

3.3 Análisis de los resultados del consumo alimentario en los casos seleccionados

1. Nivel de ingreso según sexo en la colonia Narvarte.

El ingreso total por hogar en la Colonia Narvarte presenta los siguientes rangos de ingreso, en base a la Encuesta de Ingreso Gasto por Hogares de INEGI 2000, predominando el rango (6 001 a más de 8 000) pesos, con el 64 %, posteriormente el rango (3 001 a 6 000) con el 30 %, y el último ingreso con 6.0 %. De acuerdo con estos rangos existe un ligero despunte en el ingreso femenino en los rangos medio y alto debido a la incorporación de la mujer en la vida laboral así como también en su preparación profesional.

La distribución del ingreso se concentra en el jefe de familia, que coincide con el padre de familia de acuerdo con los rangos de la Gráfica 1, teniendo consecutivamente la participación femenina como jefe de familia

MAPA 1 COLONIA NARVARTE

MAPA 3. BENITO JUÁREZ :POBLACIÓN OCUPADA QUE RECIBE ENTRE 2 Y 5 SALARIOS MÍNIMOS, 2000



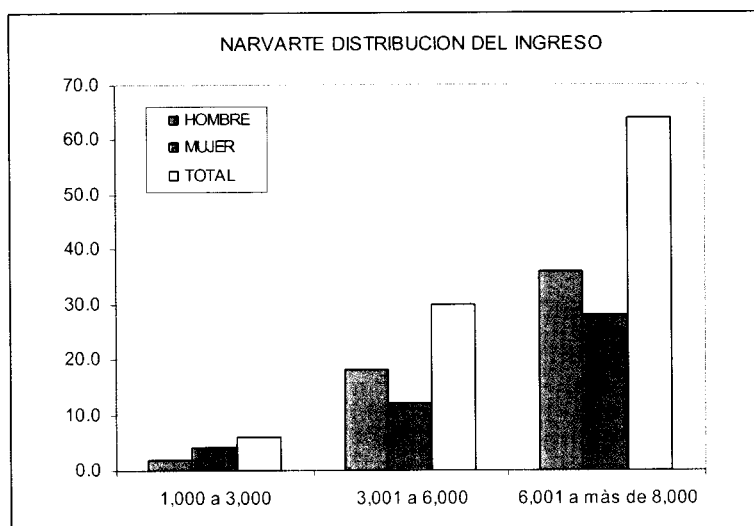
FUENTE: Elaboración a partir de SCINSE, INEGI, 2000. Base digital por AGEB, INEGI

Cuadro 1

NARVARTE ESTRUCTURA DE INGRESOS			
INGRESO	SEXO	TOTAL	%
1,000 a 3,000	1	1	2.0
	2	2	4.0
	TOTAL 1	3	6.0
3,001 a 6,000	1	9	18.0
	2	6	12.0
	TOTAL 2	15	30.0
6,001 a más de 8,000	1	18	36.0
	2	14	28.0
	TOTAL 3	32	64.0
TOTAL	1	28	56.0
	2	22	44.0
	TOTAL	50	100.0

Nota: 1M (masculino), 2F (femenino)

Gráfica 1



Fuente: Elaboración propia

2. Ingreso relacionado con los aparatos electrónicos para la preparación de alimentos en la colonia Narvarte.

Los aparatos electrónicos utilizados de acuerdo con la adquisición del ingreso se ven reflejados en el cuadro siguiente, el rango de ingreso menor (1 000 a 3 000 pesos) utiliza menor cantidad de aparatos, la utilización más convencional es la estufa de gas. El rango de mayor ingreso tiene mayor número de aparatos para la preparación de alimentos como horno de microondas que se complementa mejor con la comida preparada y precongelada lista para servirse en un periodo relativamente corto de tiempo, símbolo de la modernidad alimentaria.

Cuadro 2

NARVARTE ESTRUCTURA DE INGRESOS Y APARATOS PARA LA PREPARACION DE ALIMENTOS			
INGRESO	APARATOS PARA ALIMENTOS		%
1,000 a 3,000	ESTUFA DE GAS	2	4.00
	REFRIGERADOR		0.00
	LICUADORA		0.00
	HORNO DE MICROONDAS		0.00
	OTROS	1	2.00
	TOTAL 1	3	6.00
3,001 a 6,000	ESTUFA DE GAS		0.00
	REFRIGERADOR	1	2.00
	LICUADORA	1	2.00
	HORNO DE MICROONDAS	8	16.00
	OTROS	5	10.00
	TOTAL 2	15	30.00
6,001 a más de 8,000	ESTUFA DE GAS		0.00
	REFRIGERADOR		0.00
	LICUADORA	8	16.00
	HORNO DE MICROONDAS	12	24.00
	OTROS	12	24.00
	TOTAL 3	32	64.00
TOTAL	ESTUFA DE GAS	2	4.00
	REFRIGERADOR	1	2.00
	LICUADORA	9	18.00
	HORNO DE MICROONDAS	20	40.00
	OTROS	18	36.00
	TOTAL	50	100.00

Fuente: Elaboración propia

3. Lugar dónde realiza sus compras y con que frecuencia en la colonia Narvarte.

El lugar de compra ha cambiado en las últimas décadas de los Mercados Públicos a los Supermercados. Debido al pragmatismo, comodidad, prestigio, frescura, calidad, los supermercados han tomado relevancia por manejar diversos productos en un mismo sitio. Así la frecuencia de sus compras es cada ocho días, (Ver Cuadro 3), lo que permite en un mismo sitio aprovisionar los alimentos perecederos por una semana de acuerdo a su ingreso reflejado en su dieta diaria.

Cuadro 3

NARVARTE: TIPO DE ESTABLECIMIENTO Y FRECUENCIA EN COMPRA DE ALIMENTOS		
TIPO DE ESTABLECIMIENTO		%
Mercado Público	7	14.00
Tianguis o mercado sobre Ruedas	6	12.00
Supermercado	33	66.00
Establecimientos Especializados	4	8.00
Otro	0	0.00
TOTAL 1	50	100
FRECUENCIA DE COMPRAS EN ALIMENTOS		%
Diario	8	16.00
Cada Tercer día	9	18.00
Cada ocho días	31	62.00
Otro	2	4.00
TOTAL 2	50	100

Fuente: Elaboración propia

4. Frecuencia de alimentos en la colonia Narvarte

La frecuencia de consumo de alimentos consumidos diariamente son Leche o Lácteos con un 70 %, Cereal, con 60%, Consumo de Verduras es 52%, alguna fruta con el 56%, Carne de pollo con un 44 %.

La carne de res o cerdo tiene una disminución en la frecuencia de alimentos consumidos 3 veces a la semana con un 44% debido a su alto costo. Este tipo de grasas son más difíciles de asimilar y aprovechar en nuestro organismo, su alto costo también restringe su consumo.

Cuadro 4

NARVARTE: FRECUENCIA EN EL CONSUMO DE ALIMENTOS						
	Leche o Lacteos	Verduras	Alguna Fruta	Carne de Pollo	Carne de Res o Cerdo	Cereal
3 Veces	10	11	10	21	22	13
5 Veces	5	9	11	7	8	5
Diario	35	26	28	22	13	30
Ninguna	0	4	1	0	7	2
TOTAL 1	50	50	50	50	50	50
	Leche o Lacteos	Verduras	Alguna Fruta	Carne de Pollo	Carne de Res o Cerdo	Cereal
3 Veces	20	22	20	42	44	26
5 Veces	10	18	22	14	16	10
Diario	70	52	56	44	26	60
Ninguna	0	8	2	0	14	4
TOTAL 1	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

5. Ingreso y Consumo fuera del hogar en la colonia Narvarte.

El ingreso alto coincide con el de consumo fuera del hogar, de dos a tres veces, esto se debe a las jornadas laborales que exigen más tiempo, por lo tanto menor tiempo en la preparación de los alimentos, esto no quiere decir que se ha dejado el aprendizaje milenario de cocinar sino hay una tendencia hacia el consumo de establecimientos como las fondas, comidas rápidas (fast food), etc. El ingreso medio y bajo coincide con una vez fuera del hogar, existe mayor restricción en el gasto alimentario debido a la percepción económica.

Cuadro 5

NARVARTE INGRESO Y CONSUMO FUERA DEL HOGAR			
INGRESO	CONSUMO DE ALIMENTOS FUERA DEL HOGAR		%
1,000 a 3,000	Una	2	66.7
	Dos o tres	1	33.3
	Ninguna		
	Más de Una		
	TOTAL 1	3	6.0
3,001 a 6,000	Una	7	46.7
	Dos o tres	2	13.3
	Ninguna	4	26.7
	Más de Una	2	13.3
	TOTAL 2	15	30.0
6,001 a más de 8,000	Una	5	15.6
	Dos o tres	12	37.5
	Ninguna	11	34.4
	Más de Una	4	12.5
	TOTAL 3	32	64.0
TOTAL	Una	14	28.0
	Dos o tres	15	30.0
	Ninguna	15	30.0
	Más de Una	6	12.0
	TOTAL	50	100.0

Fuente: Elaboración propia

6. Ingreso y gasto semanal en alimentos fuera del hogar en la colonia Narvarte.

El gasto semanal de acuerdo con el rango de mayor ingreso corresponde con el 64 % promedio 800 pesos semanales, que corresponde productos en fresco no incluye para el consumo no perecedero y de aprovisionamiento despensa. Así como también el consumo de comida industrializada. El 30% le corresponde al gasto semanal de 500 pesos y el 6% con un gasto semanal de 300 pesos promedio.

Cuadro 6

NARVARTE ESTRUCTURA DE INGRESOS Y Y GASTO SEMANAL PARA ALIMENTOS FUERA DEL HOGAR			
INGRESO	GASTO SEMANAL EN ALIMENTOS	%	
1,000 a 3,000	100-300	3	6.00
	301-500		0.00
	501-800		0.00
	801-1000		0.00
	MÁS DE 1,000		0.00
	TOTAL 1	3	6.00
3,001 a 6,000	100-300	4	8.00
	301-500	6	12.00
	501-800	5	10.00
	801-1000		0.00
	MÁS DE 1,000		0.00
	TOTAL 2	15	30.00
6,001 a más de 8,000	100-300	3	6.00
	301-500	5	10.00
	501-800	19	38.00
	801-1000	4	8.00
	MÁS DE 1,000	1	2.00
	TOTAL 3	32	64.00
TOTAL	100-300	10	20.00
	301-500	11	22.00
	501-800	24	48.00
	801-1000	4	8.00
	MÁS DE 1,000	1	2.00
	TOTAL	50	100.00

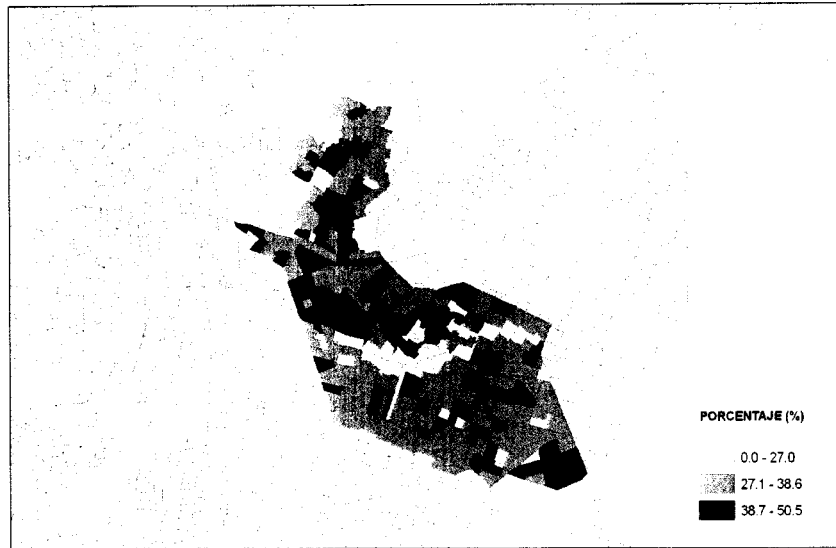
Fuente: Elaboración propia

7. Nivel de ingreso según sexo en la colonia Martín Carrera

El ingreso total por hogar en la Colonia Martín Carrera, presenta los siguientes rangos de ingreso, en base a la Encuesta de Ingreso Gasto por Hogares de INEGI, predominando el rango (6 001 a más de 8 000) pesos, con el 54 %, posteriormente el rango (3 001 a 6 000) con el 36 %, y el último ingreso con 20 %. De acuerdo con estos rangos, el ingreso alto corresponde al femenino y los ingresos bajo y medio al masculino.

La distribución del ingreso corresponde el mayor ingreso por el jefe de familia femenino, le continua el ingreso medio y bajo al jefe de familia masculino.

MAPA 3. GUSTAVO A. MADERO: POBLACIÓN OCUPADA QUE RECIBE ENTRE 2 Y 5 SALARIOS MÍNIMOS, 2000



FUENTE: Elaboración a partir de SCINSE, INEGI, 2000. Base digital por AGEB, INEGI

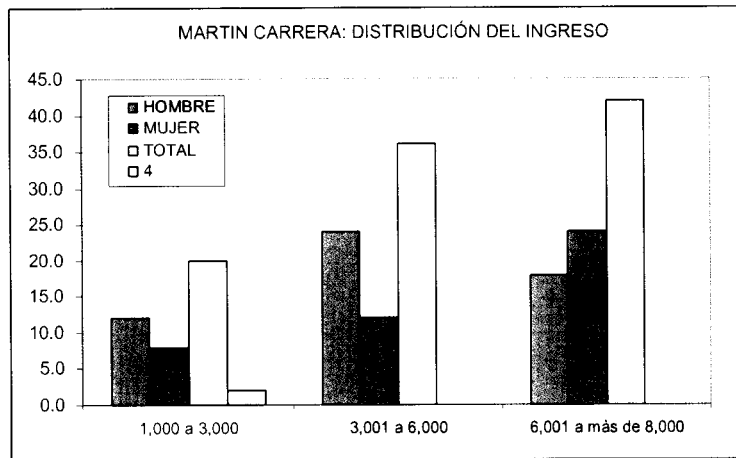
Cuadro 7

MARTIN CARRERA: ESTRUCTURA DE INGRESOS			
INGRESO	SEXO	TOTAL	%
1,000 a 3,000	1	6	12.0
	2	4	8.0
	4	1	2.0
	TOTAL 1	10	20.0
3,001 a 6,000	1	12	24.0
	2	6	12.0
	TOTAL 2	18	36.0
6,001 a más de 8,000	1	9	18.0
	2	12	24.0
	TOTAL 3	21	42.0
TOTAL	1	27	54.0
	2	22	44.0
	4	1	2.0
	TOTAL	50	100.0

Cuadro 1.1 Nota: 1M (masculino), 2F (femenino)

4 (Otros)

Gráfica 2



Fuente: Elaboración propia

2. Ingreso relacionado con los aparatos electrónicos para la preparación de alimentos en la colonia Martín Carrera.

Los aparatos electrónicos utilizados de acuerdo CON la adquisición del ingreso se ven reflejados en el cuadro anterior, el rango de ingreso menor (1 000 a 3 000 pesos) utiliza menor cantidad de aparatos, sin embargo, hay una utilización de aparatos más utilizados como el microondas y la licuadora. El rango de mayor o medio ingreso tiene mayor número de aparatos para la preparación de alimentos como horno de microondas, licuadoras y otros que se complementa mejor con la comida preparada y precongelada lista para servirse en un periodo relativamente corto de tiempo, debido al pragmatismo de vida moderna

Cuadro 8

NARVARTE ESTRUCTURA DE INGRESOS Y APARATOS PARA LA PREPARACION DE ALIMENTOS			
INGRESO	APARATOS PARA ALIMENTOS		%
1,000 a 3,000	ESTUFA DE GAS	1	2.0
	REFRIGERADOR	2	4.0
	LICUADORA	4	8.0
	HORNO DE MICROONDAS	4	8.0
	OTROS		0.0
	TOTAL 1	11	22.0
3,001 a 6,000	ESTUFA DE GAS		0.0
	REFRIGERADOR	4	8.0
	LICUADORA	8	16.0
	HORNO DE MICROONDAS	4	8.0
	OTROS	2	4.0
	TOTAL 2	18	36.0
6,001 a más de 8,000	ESTUFA DE GAS		0.0
	REFRIGERADOR	2	4.0
	LICUADORA	10	20.0
	HORNO DE MICROONDAS	3	6.0
	OTROS	6	12.0
	TOTAL 3	21	42.0
TOTAL	ESTUFA DE GAS	1	2.0
	REFRIGERADOR	8	16.0
	LICUADORA	22	44.0
	HORNO DE MICROONDAS	11	22.0
	OTROS	8	16.0
	TOTAL	50	100.0

Fuente: Elaboración propia

3. Lugar donde realiza sus compras y con que frecuencia en la colonia

Martin Carrera

El lugar de compra ha cambiado en las últimas décadas de los Mercados Públicos a los Supermercados. Sin embargo, es el segundo lugar en consumo de alimentos, los Mercados Públicos aún conservan el auge de la popularidad de compra alimentaria, por su cercanía y bajo costo.

La frecuencia de los supermercados es más prolongada que los Mercados Públicos, de visitar el mercado diariamente a cada tercer día, donde se encuentran los Supermercados mayor diversidad de productos, marcas entre otros en un ambiente quizá con mayor tranquilidad, ante el estrés urbano que engancha al consumidor a adquirir mayor cantidad de productos.

Cuadro 9

MARTIN CARRERA: TIPO DE ESTABLECIMIENTO Y FRECUENCIA EN COMPRA DE ALIMENTOS		
TIPO DE ESTABLECIMIENTO		%
Mercado Público	13	26.00
Tianguis o mercado sobre Suerdas	10	20.00
Supermercado	19	38.00
Establecimientos Especializados	8	16.00
Otro	0	0.00
TOTAL 1	50	100
FRECUENCIA DE COMPRAS EN ALIMENTOS		%
Diario	15	30.00
Cada Tercer día	22	44.00
Cada ocho días	11	22.00
Otro	2	4.00
TOTAL 2	50	100

Fuente: Elaboración propia

4. Frecuencia Alimentos en la colonia Martín Carrera

La frecuencia de consumo de alimentos esta de acuerdo a la Encuesta de Ingreso Gasto por Hogares de INEGI, la encuesta levantada en Martín Carrera, la frecuencia de alimentos consumidos diariamente son Leche o Lácteos con un 60 %, que es un acompañante del Cereal, con 46%, Consumo de Verduras es 38%, alguna fruta con el 42%.

La carne de pollo con un 34 % su consumo es 3 veces por semana, la carne de res o cerdo tiene un aumento en la frecuencia de alimentos consumidos 5 veces a la semana con un 34%.

Cuadro 10

MARTIN CARRERA: FRECUENCIA EN EL CONSUMO DE ALIMENTOS						
	Leche o Lacteos	Verduras	Alguna Fruta	Carne de Pollo	Carne de Res o Cerdo	Cereal
3 Veces	9	10	11	17	16	15
5 Veces	9	10	14	11	17	7
Diario	30	19	21	15	10	23
Ninguna	2	11	4	7	7	5
TOTAL 1	50	50	50	50	50	50

	Leche o Lacteos	Verduras	Alguna Fruta	Carne de Pollo	Carne de Res o Cerdo	Cereal
3 Veces	18	20	22	34	32	30
5 Veces	18	20	28	22	34	14
Diario	60	38	42	30	20	46
Ninguna	4	22	8	14	14	10
TOTAL 1	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

5. Ingreso y Consumo fuera del hogar en la colonia Martín Carrera.

El ingreso y el consumo fuera del hogar esta en relación con el mayor y medio ingreso que tiene la propensión a consumir fuera del hogar, que es dos o tres veces, el ingreso menor corresponde a la mitad del mayor ingreso, debido a la disminución de este. Por lo tanto el mayor ingreso corresponde al 42%, al ingreso medio 36% y el bajo con el 22%.

Cuadro 11

MARTIN CARRERA INGRESO Y CONSUMO FUERA DEL HOGAR			
INGRESO	CONSUMO DE ALIMENTOS FUERA DEL HOGAR		%
1,000 a 3,000	Una		0.0
	Dos o tres	6	54.5
	Ninguna	2	
	Más de Una	3	
	TOTAL 1	11	22.0
3,001 a 6,000	Una	2	11.1
	Dos o tres	11	61.1
	Ninguna	3	16.7
	Más de Una	2	11.1
	TOTAL 2	18	36.0
6,001 a más de 8,000	Una	3	14.3
	Dos o tres	11	52.4
	Ninguna	5	23.8
	Más de Una	2	9.5
	TOTAL 3	21	42.0
TOTAL	Una	5	10.0
	Dos o tres	28	56.0
	Ninguna	5	10.0
	Más de Una	7	14.0
	TOTAL	50	100

Fuente: Elaboración propia

6. Ingreso y gasto semanal en alimentos fuera del hogar en la colonia Martín Carrera.

El gasto semanal de acuerdo con el rango de mayor ingreso corresponde con el 42 % promedio 500 pesos semanales, que son productos en fresco no incluye para el consumo no perecedero y de aprovisionamiento despensa. Así como también el consumo de comida industrializada. El 36% le corresponde al gasto semanal de 800 pesos y el 22% con un gasto semanal de 800 pesos.

Se reorienta el gasto con la finalidad de compensar la caída de los ingresos individual y familiar. La reducción de los niveles de compra obliga al

desplazamiento de productos, o bien al desarrollo de estrategias familiares que llevan a la modificación fragmentada del patrón de consumo y hacia cambios artificialmente inducidos en la dieta.

Cuadro 12

MARTIN CARRERA. ESTRUCTURA DE INGRESOS Y Y GASTO SEMANAL PARA ALIMENTOS FUERA DE HOGAR		
INGRESO	GASTO SEMANAL EN ALIMENTOS	%
1,000 a 3,000	100-300	0.00
	301-500	3
	501-800	5
	801-1000	1
	MÁS DE 1,000	2
	TOTAL 1	11
3,001 a 6,000	100-300	1
	301-500	4
	501-800	12
	801-1000	
	MÁS DE 1,000	1
	TOTAL 2	18
6,001 a más de 8,000	100-300	0.00
	301-500	8
	501-800	7
	801-1000	3
	MÁS DE 1,000	3
	TOTAL 3	21
TOTAL	100-300	1
	301-500	15
	501-800	24
	801-1000	4
	MÁS DE 1,000	6
	TOTAL	50

Fuente: Elaboración propia

3.4 Resultados Comparativos

Al comparar dichas colonias Narvarte y Carrera, existen contrastes en el ingreso, en la concentración y distribución del ingreso, el rango de ingreso que se tomó como referencia en la encuesta es (6001 a más de 8 000), de 64% Narvarte y 54% Carrera, la diferencia se debe a que en la colonia Narvarte parte de una familia nuclear con uno o dos ingresos, en cambio en la colonia Martín Carrera, existe en un hogar varias familias nucleares que conjuntas uno o más salarios, sostienen un ingreso alto, con un predominio femenino, así

como el ingreso medio (3 001 a 6 000) con 36% Narvarte y 18 % Carrera, existe una diferencia continua con el ingreso medio alto y Carrera se ve reducido a 14 %, el ingreso bajo que se ha reducido en la Narvarte a 6% mientras que Carrera es del 24%, a tres cuartas partes de la población encuestada.

El ingreso relacionado con la adquisición de aparatos electrónicos para la preparación de los alimentos, entre mayor ingreso, mayor número de aparatos entre los que destaca estufa, refrigerador, licuadora, horno de microondas y otros. El horno de microondas es el aparato símbolo de pragmatismo alimentario donde Narvarte tiene 10 % y Carrera tiene 5.5 %, continua, otros (procesadores, extraidotes, freidoras), con el 9% para la colonia Narvarte y 4% para Carrera.

El lugar de las compras esta de acuerdo con la siguiente manera 16.5% en la colonia Narvarte frecuentan los supermercados cada ocho días y 9.5% en la colonia Martin Carrera, cada tercer día, la visita al Mercado Público en Narvarte 3.5% y Martin Carrera 6.5%, frecuentan este lugar diariamente o cada tercer día, por último sobresale el tianguis o mercado sobre ruedas con un 3% para Narvarte y un 5 % para Carrera. Estos datos nos puede indicar que pueden vivir al día, en una jornada laboral, más informal en la colonia Carrera en comparación con la colonia Narvarte.

La frecuencia de alimentos en ambas colonias que se consumen diariamente son:

Leche o lácteos con 17% Narvarte y 15% para Carrera.

Verduras con 13% Narvarte y 9.5% para Carrera

Alguna fruta 14% Narvarte y 10.5% para Carrera

Carne de Pollo 11% Narvarte y 7.5% para Carrera

Cereal con 15% Narvarte y 11.5% para Carrera

El consumo de leche así como el cereal van acompañados durante el desayuno y la cena, las verduras se consumen en menor cantidad a pesar de ser fuente de proteínas y minerales. El pollo se consume más a menudo, por su aparente bajo costo y ser una carne blanda y blanca.

Las frutas son consumidas regularmente debido a su bajo costo por temporada, la carne de res, se consume cada tercer día a pesar de su alto costo y alto contenido en grasas.

El consumo de alimentos fuera del hogar esta en función del ingreso y el lugar de trabajo. El mayor rango de ingreso corresponde a dos o tres días a la semana en ambas colonias. En el ingreso medio destaca una vez a la semana en Narvarte y dos o tres días a la semana en Carrera, de igual forma en el ingreso bajo. Esto esta relacionado con una mayor incorporación de la población al trabajo, los sitios de consumo han cambiado, se come en el parque, en el coche, en el centro laboral, entre otros.

El gasto semanal para alimentos fuera del hogar corresponde al mayor ingreso promedio de 501-800 pesos que corresponde al 38 %, en la Colonia Narvarte y 301-500 pesos que corresponde al 16 % en la colonia Carrera. El ingreso medio representativo es de 301-500 pesos con el 12% en Narvarte y 501-800

pesos con el 24% en Carrera, destinan mayor gasto en el estrato medio en Carrera que en Narvarte. El ingreso bajo es de 100-300 en la Narvarte con el 6% y 10%.

La colonia Martín Carrera tiene mayor gasto, que la Narvarte, en el estrato medio y bajo que corresponde a la mitad de nuestro estudio, en cambio en la Narvarte se concentra más de la mitad de la población en el ingreso alto y su gasto es equivalente homogéneo y va descendiendo paulatinamente a menor ingreso, en cambio en Martín Carrera a menor ingreso mayor gasto, al estrato de ingreso medio y bajo le corresponde la mitad de la población estudiada.

La frecuencia en la Colonia Narvarte de visita de establecimientos de comida rápida es de 9% para Narvarte y para la colonia Martín Carrera es de 10%.

El tipo de comida precongelada consumida en el supermercado con mayor frecuencia es el fast- food comida rápida en la colonia Narvarte con 8.5% y para Martín Carrera 9%, lo que indica una incorporación de alimentos procesados, símbolo de modernidad alimentaria.

La proporción de consumo de alimentos procesados o industrializados que corresponde a más de la mitad de productos enlatados y congelados es de más 60 % para Narvarte y para Martín Carrera es de más 30 % debido a la capacidad del gasto acotado por el ingreso.

El consumo de alimentos procesados industrializados para adultos mayores correspondió a leche y lácteos con 9% para Narvarte y a carnes procesadas con 6.5% para Martín Carrera.

El consumo de Productos *Light* bajo en calorías, corresponde a leche y lácteos con 8% para Narvarte y cereales con 8.5% para Martín Carrera.

El consumo de alimentos procesados o industrializados infantiles es de leche con 8% para Narvarte y cereales con 9.5% para Carrera.

El consumo de productos naturista corresponde a bebidas con 9% para Narvarte y la soya con 7% para Carrera. El consumo de bebidas envasadas correspondió a agua con 7% para Narvarte y jugos con 8.5% en Martín Carrera, las bebidas gaseosas como el refresco ocupan un lugar importante en la preferencia del consumidor

3.5 Cambios en el patrón de alimentos en los 80's y 2007

Desde el inicio de los 80, a pesar de una mayor variedad de la oferta y de la modernización de los procesos de distribución, 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 impulsada por la globalización 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 sólo patrón de consumo con diferentes niveles de acceso, expresado en la capacidad de gasto y las maniobras familiares para sortear la crisis (Torres, 1998: 11).

En momentos de estabilidad y de contracción del gasto, los grupos de ingreso adoptan diversas estrategias; desde ampliar y seleccionar, hasta restringir o eliminar productos de la canasta básica. 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 (Ibidem:12).

Si bien las asimetrías en el acceso a la alimentación de las familias se profundizarán con el neoliberalismo, de todas formas se presentan desigualdades incluso en los momentos más exitosos de la distribución interna de la riqueza.

El escenario cambió en espacio/tiempo al tener alternativas de consumo alimentario, para la preparación En este aspecto, la industria alimentaria a través del envasado o congelado, se puede obtener cualquier alimento durante cualquier época del año, estos pierden su arraigo en los territorios y en las costumbres de las regiones.

El nuevo modelo mundial alimentario se caracteriza por contener los siguientes elementos, taylorización de la cocina, sometimiento de ella a escalas y procesos industriales, homogeneización del menú y el gusto, así como también la diversificación de productos y diversidad de aparatos para la preparación de alimentos.

El patrón alimentario enfrenta una transgresión de hábitos, costumbres y calidad nutricional, la transición es la de adoptar nuevos productos combinando

los ya existentes, que modifican la evolución de diversos factores sociales y de mercado.

El consumo de alimentos se ha desformalizado, en cuanto tiempo variación de horarios y territorialmente desde el comedor del hogar hasta el consumo en la jornada laboral, socialmente era un punto de reunión entre la familia y amigos en la actualidad es un acto individual.

El modelo de consumo alimentario se caracteriza por un elevado consumo de proteínas, de grasas y azúcares refinadas. Con una economía globalizada ahora la oferta es casi la misma y altamente eficiente en términos de disponibilidad.

Entre los diversos productos consumidos destaca la diversificación de marcas de presentaciones de leche y lácteos aumentó considerablemente de los ochenta al momento actual, como la leche pasteurizada, saborizada, evaporada y en polvo, ha aumentado su consumo.

En el consumo de harina de maíz y tortilla para el 2007, se muestra que el consumo en la tortilla, se mantiene estable, en comparación con el consumo de tortilla de harina (trigo), ha aumentado, su consumo, a pesar de su mayor costo y empaque en frío.

Las sopas instantáneas listas para servirse se han integrado al mercado rápido con un consumo de casi el doble para 2007, debido a su fácil preparación en tiempo y costo, así como su consumo en cualquier lugar.

La carne roja ha aumentado en todas sus presentaciones considerablemente desde los 80"s hasta el 2007, por que es considerada como un índice de industrialización en ambas colonias, ha excepción del retazo de hueso que ha disminuido, así como también la costilla y chuleta de cerdo.

El consumo que ha ido en aumento son las carnes procesadas como el chicharrón, chorizo, longaniza, machaca, jamón, mortaleda, en ambas colonias, por su bajo costo ha excepción de la carne enchilada, la chuleta ahumada y salchichas.

La carne blanca como es el pollo y sus partes, se ha mantenido en un consumo constante de los 80"s al 2007. El pescado entero, así como sus variedades en fresco como son moluscos, ha disminuido su consumo, se ha mantenido el mismo consumo de presentaciones de pescado envasado como el atún, nugget, sardina, entre otros.

La modernidad ha facilitado la distribución, la preparación, la diversidad de alimentos pero no el acceso que se encuentra restringido por el ingreso-gasto, donde la industria y la comida rápida han tenido un papel importante en el patrón de consumo actual.

Cuadro comparativo entre etapas

ETAPA	PRODUCCIÓN	ORGANIZACIÓN PRODUCTIVA	ESTRATIFICACIÓN SOCIAL	APARATOS PARA PREPARACIÓN
a) Prehispánica	Insectos, Aves, reptiles, otros	Calpulli o barrio, propiedad comunal, economía de autosuficiencia	Grupos locales y de parentesco, estructurados por el patriarcado	Metate Comal Conchas y caparazones de animales
b) Colonial	Cítricos, trigo, carne roja y blanca	Economía mercantil del pósito y alhóndiga, asegurar abasto	Campesino (indígena) que el excedente de su cosecha servía para pagar tributo, al terrateniente	Implementación de un solo lugar para comer (comedor),
c) Moderno	Productos envasados y empacados, con una atractiva presentación del producto	Pequeños grupos económicos dinámicos (iniciación del capitalismo)	Grupos de familia clase baja, media y alta (ingreso)	Utilización de la licuadora, refrigerador.
d) Actual	Empresas transnacionales agroalimentaria, procesadora de alimentos	Nuevo orden mundial agroalimentario, proceso de globalización	Sociedad gastroanómica (configurada sin leyes o en degradación)	Todo tipo de electrodomésticos que facilitan la fácil preparación

Conclusiones

El patrón de consumo en la época prehispánica presentaba características especiales, su dieta era el maíz, frijol, chile, los alimentos formaban parte de su cosmovisión de la mitología y de lo sagrado. No existía un lugar específico para la cocina, tomaban sus alimentos en cualquier parte de la casa. A los españoles se les debe la instrumentación del comedor que se convirtió en una pieza formal.

La dieta prehispánica basada en el maíz, frutas, verduras tiende a modificarse a partir de la etapa colonial y aumenta el consumo de alimentos procesados que conlleva a un estatus de vida. El auge de la modernidad se manifiesta en la industria alimentaria introduciendo nuevas formas pragmáticas de consumo adoptando modelos alimentarios.

En el siglo XVIII se definen las principales estructuras económicas de la Nueva España que tiende a concentrar la producción de alimentos. La economía de la autosuficiencia se transforma en economía mercantil dirigida a satisfacer los intereses coloniales. Los cambios en el patrón de consumo se ejemplifica en el transplante cuando existe una integración de alimentos culinarios hacia un grupo dominado, la fragmentación existe cuando se rompe el sincretismo, el culto de los alimentos para abordarlos de manera más informal.

La Geografía contribuye en identificar los elementos en el espacio/tiempo, donde se ha desterriolizado el patrón de consumo, las formas de aprendizaje, la transmisión de conocimientos y habilidades alimentarias , van cambiando por

formas más prácticas. El nuevo modelo emergente esta vinculado a la comida rápida, va cobrando terreno y preferencia entre la población, los alimentos pierden su arraigo en los territorios y en las costumbres.

El patrón de consumo tiende a estandarizar el menú y los gustos, mientras que la diversificación de los productos implica un rompimiento con la autonomía del lugar. El consumo alimentario ha cambiado en su lugar de ingesta, que conlleva a la desestructuración de prácticas y saberes tradicionales, los cuales a su vez desembocan en la aparición de enfermedades derivadas de excesos y desórdenes alimentarios.

El escenario de cambio se manifiesta en tener nuevas alternativas de hábitos alimentarios sobre todo en reducir tiempo para preparar la comida, como es el caso de la industria empacadora tiende a despuntar porque durante cualquier época del año se podían obtener cualquier alimento envasado de origen marino, vegetales, etc lista para servir o en precocido ahorrando tiempo.

El patrón de consumo en la Ciudad de México está determinado porque concentra su desarrollo económico y su captación del ingreso, por ser una zona abastecedora de productos alimentarios y por la distribución del mercado. La concentración de actividades laborales y de ocio entorno a la ciudad, estructura el tiempo y su valor afectando el comportamiento alimentario.

La adquisición alimentaria está en función del poder adquisitivo de las familias, de la estructura del mercado local y de las motivaciones para comprar.

El modelo de globalización significa la homogeneización máxima de las formas de producción y consumo por encima de los límites territoriales, de sus recursos naturales, culturales y de su producción.

Actualmente en la globalización comercial mundial la gama de estrategias que se desarrollan son más complejas para apropiarse del mercado mundial cuya finalidad es homogeneizar y uniformar consumos y demandas alimentarias.

La modernización ha facilitado la distribución y preparación de los alimentos, pero no el acceso, la homogeneidad y disponibilidad de la oferta alimentaria se presenta en un plano espacial, pero no en lo social.

En la colonia Narvarte y Martín Carrera, se presenta que por lo menos una cuarta parte de su consumo, proviene de alimentos industrializados, la cocina tiene un proceso de transformación industrial, hay una tendencia de estandarización en ambas colonias de homogeneización del menú y gustos a través del consumo de alimentos industrializados, caracterizado por un consumo de grasas, aceites, sal, azúcar, aditivos y conservadores. La diversificación de productos, caracterizado por el modelo actual alimentario, que implica la homogeneización máxima de las formas de consumir por encima de los límites territoriales.

Al comparar la concentración del ingreso y gasto en la colonia Narvarte y Martín Carrera se concluye que el alto ingreso predomina en la mitad de la población encuestada y que el gasto alimentario en despensa y comidas fuera del hogar representa la mitad del ingreso ambas colonias.

Así se derivan el consumo de alimentos como la leche y derivados, cereales, verduras, fruta, a excepción del consumo de carne, a pesar de tener un costo más elevado que el pollo, la carne representa una fuente de grasas de fácil preparación y en formas diversas de preparación como hamburguesas, pizzas, tacos, entre otros.

Existe una tendencia en ambas colonias Narvarte y Carrera a consumir alimentos fuera del hogar debido a una amplia jornada laboral, las opciones que se implementan es preparando los alimentos desde el hogar o bien consumir productos alimentarios en tiendas establecidas tipo Oxxo, o bien lugares como fondas, restaurantes y de comida rápida.

Los lugares de preferencia de compra de alimentos en ambas colonias son los supermercados, que se han proliferado en las dos últimas décadas, debido a la concentración de venta de otros productos, para el hogar, sin embargo en la colonia Martín Carrera aún tiene arraigo de compra de alimentos en el mercado popular.

Sin embargo, la crisis económica afecta a todos los consumidores y se ensancha en los estratos con ingresos bajos, el deterioro del poder adquisitivo va acompañado por una concentración del ingreso, este ha perdido valor que impacta en la calidad de vida de la población.

El cambio alimentario se argumenta en la estructura de la ingesta y en su contenido de ingredientes con la desaparición/ sustitución. Como es el caso de

sustituir comidas completas de tres platillos, por la institucionalización de uno sólo.

La temporalidad del consumo obedecía a horarios fijos, las comidas actuales tienen lugar en franjas horarias muy variables y amplias, así como el lugar donde se llevan las actividades alimentarias es variable, produciéndose una deslocalización.

La dimensión simbólica de la desestructuración, donde las comidas ordinarias, no contrastan con las festivas o excepcionales, el acto de comer se ha desocializado, donde las comidas tradicionales tenían como característica reunión de familiares, amigos, los nuevos comportamientos alimentarios, están cada vez menos pensados para hacer de la comida una actividad común.

Si bien los consumidores definen estrategias de acuerdo con el ingreso y según la profundización de su deterioro en momentos de crisis, que se ve repercutido en una alimentación de aumento o bajo nivel nutricional, determinada por los cambios en la estructura alimentaria.

La estrategia alimentaria en las familias puede ser la planificación de una dieta que puede surgir, ante la restricción al salario, utilizando Guías de Alimentación que son las indicadas para informar a la población de cómo debe ser una dieta balanceada, al repartir los alimentos en tres o más veces al día, mejora el contenido de nutrientes en la dieta total, aumentando el aporte de vitaminas, minerales, carbohidratos y fibras, disminuyendo el consumo de grasas.

El consumo alimentario a través de la publicidad muestra las maneras de adquirir, preparar o consumir, alimentos haciendo referencia a una situación y a unos estereotipos específicos. La estética de la línea delgada y la dietética que le acompaña, puede ser una respuesta a la crisis del régimen alimentario que ha provocado la sobrealimentación y los desequilibrios alimentarios.

Se hace imprescindible desde todas las instancias posibles, el inculcar a la población de la necesidad de ser crítico con todo lo que nos llega de información publicitaria en relación con la salud y la alimentación. Pues sólo desde una postura crítica podremos ser capaces de no caer fácilmente en posibles fraudes o intereses comerciales.

Bibliografía

Arias, Patricia (1997) La cocina mexicana a través de los siglos, Vol. IX "Comida en serie", editorial Clío/Fundación Herdez, México.

Boserup, Ester. Rothberg Robert, K. Rabb Theodore's Comp. (1990) El Hambre en la Historia El impacto de los cambios en la producción de alimentos y los modelos de consumo sobre la sociedad. Editorial Siglo XXI, 1ª. Edición, Madrid.

Bourges,Héctor (1990) "Costumbres prácticas y hábitos alimentarios", Cuadernos de Nutrición, num:13.

Carrasco, I Pons, Silvia (1992) Antropología i alimentació. Una proposta par al estudi de la cultura alimentaria. Universitat Autònoma de Barcelona, España, 1992.

Cortés, Fernando (1995) "El ingreso de los hogares en contextos de crisis, ajuste y estabilización: un análisis de su distribución en México, 1977-1992". Estudios Sociológicos, vol. XII, núm.37, enero-abril.

Dávalos Hurtado, E. (1954) Revista Mexicana de Estudios Antropológicos N° XIV p.113 -117.

Doode, Shoko y Pérez Emma, Paulina (1994) Sociedad, Economía y Cultura alimentaria. Centros de Investigación y Estudios Superiores de Antropología Social. Edición Cynthia Godoy.

Donato, Alarcón Segovia, Héctor Bourgues Rodríguez, compiladores (2002) La alimentación de los mexicanos, El Colegio Nacional, México.

Dussenberry, J.S. (1972) La renta, el ahorro y la teoría del comportamiento de los consumidores, Madrid, Alianza Editorial.

Ebrard Mauré, Jorge (1996) Cuadernos de Nutrición.

Florescano Enrique (1981) Fuentes para la historia de la crisis agrícola de 1785-1786, compilador, Rodolfo Pastor. México, Archivo General de la Nación.

Gracia Arnaiz Mabel Coordinadora (2002) Somos lo que comemos: estudios de alimentación y cultura en España Barcelona, Ariel.

Garza Villarea, I Coordinador (2006) La ciudad de México en el fin del segundo milenio, Gobierno DF, Historia.

Gibson Charles (1980). Los aztecas bajo el dominio español 1514-1810. Méx. EDT. Siglo XXI.

Green, Raúl (1990) "La evolución de la economía internacional y las estrategias de las empresas transnacionales alimentarias", Comercio Exterior, vol.40, num.2, México.

Hernández, Emilio (1990) Comercio Exterior, vol.40 núm 9, Septiembre.

Keynes, J.M. (1986) La teoría general de la ocupación, el interés y el dinero, México, FCE.

Llambi, Luís (1995) "Reestructuraciones mundiales de la agricultura y la alimentación. El papel de las transnacionales y los grandes estados" en Agroalimentaria, No.1, Septiembre, Venezuela.

Lozano Arrendares, Teresa. Mezcales, Pulques y Chinguiritos (1997). En Conquista y Comida. Consecuencias del Encuentro entre dos mundos, Coord. Long Janet Long, 2 da. Edición UNAM, Instituto de Investigaciones Históricas.

Malagón Bernal, José Luis (Coord.) (1999). Educación para el Consumo y el bienestar. Ediciones de Andalucía de la AEA (Asociación de Editores de Andalucía), Impreso en España Biblioteca de Temas Sociales.

Mijares, Ivonne. Mestizaje Alimentario (1989) El abasto en la Ciudad de México en el siglo XVI. Tesis de Maestría en Historia, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM México.

Montero Morales, Carmen. (2003) Alimentación y Vida Saludable ¿Somos lo que comemos?. Pontificia Comillas de Madrid.

Moreno Toscaza Alejandra (1982) La era virreinal dentro de la historia mínima de México. Editorial Colegio de México, 7ª reimpresión.

Novo, Salvador (1997) Cocina Mexicana, México, Porrúa.

Rabell Jara René (1996) La Cocina Mexicana a través de los siglos, Vol. VI. "La Bella Época", editorial Clío/fundación Herdez, México 1996.

Ramos Elorduy Julieta, Pino Moreno José Manuel (1997). El consumo de insectos entre los aztecas. En Conquista y Comida. Consecuencias del Encuentro entre dos mundos, Coord. Long Janet Long, 2 da. Edición UNAM, Instituto de Investigaciones Históricas, 1997.

Revista de Investigación Clínica, Suplemento (1986) Cambios en el consumo de alimentos en México. INNSZ, Vol.38.

Roldan Amaro, José Antonio (1992) Nutrición Social e Historia. INNSZ.

Rothberg Robert, K. Rabb Theodore's Comp. (1990) El Hambre en la Historia
El impacto de los cambios en la producción de alimentos y los modelos de consumo sobre la sociedad. Editorial Siglo XXI, 1ª. Edición, Madrid.

Suárez Arguello, Clara Elena (1985) La política cerealera en la economía novohispana. EL caso del trigo. 1ª. Edición CIESAS, México.

Super John, C. y Wright Thomas, C. (1989) Alimentación Política y Sociedad en América Latina, 1ª. Edición, FCE.

Soni Soto, Edgar (1983) La planificación del Consumo de Alimentos en México, Tesis de Licenciatura en Economía, Facultad de Economía, México DF.

Soustelle, Jacque (1970) La vida cotidiana de los aztecas en vísperas de la conquista Méx. FCE.

Torres Cadena, Verónica Isabel. (2003) La alimentación en Tlahuac DF. Tesis de Maestría en Antropología (Historia), Facultad de Filosofía y Letras UNAM.

Torres Torres, Felipe (1997) Dinámica de la Industria Alimentaria y Patrón de Consumo en México, México, IIEC-UNAM.

Torres Felipe y Gasca José (1998) La configuración del patrón del consumo alimentario en México a partir del ingreso-gasto. Revista Notas de Información y análisis Num. 5, INEGI Aguascalientes. México.

Torres Torres, Felipe y Gasca Zamora, José (2001) Ingreso y Alimentación de la Población en el México del siglo XX. Textos breves de economía.

Torres Torres, Felipe y Trápaga Delfín, Yolanda Coordinadores (2001) La alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio. Colección Jesús Silva Herzog. UNAM.

Vargas, Luis y Leticia, Casillas (1997) "Cambio y continuidad en la comida diaria de los mexicanos". Boletín Enlaces año III, núm. 26, México, Coordinador de Humanidades, UNAM.

ANEXO METODOLÓGICO

A. Concentrado de Resultados

B. Encuesta

ANEXO

CONSUMO DE ALIMENTOS COLONIA NARVARTE POR

CANTIDAD DE PERSONAS ENCUESTADAS

CUADRO 1

PRODUCTO	80'S	07	TOTAL
LECHE Y LÁCTEOS			
1.- Leche bronca	7	3	100
2.- Leche pasteurizada	44	46	100
3.- Saborizada	6	13	100
4.- Evaporada	7	22	100
5.- En polvo entera	29	32	100
6.- Yogurt	30	38	100
7.- Yakult	14	30	100
8.- Crema	46	45	100
9.- Mantequilla o Margar.	41	41	100
10.- Queso fresco	36	36	100
11.- Queso Chihuahua	21	20	100
9.- Queso Oaxaca	40	41	100
MAÍZ			
1.- Harina de Maíz	10	4	100
2.- Masa de Maíz	19	15	100
3.- Tortilla de maiz	50	48	100
4.- Tostadas	39	43	100
TRIGO			
1.- Tortillas de Harina	48	46	100
2.- Pasta para sopa	42	45	100
3.- Galletas dulces	44	44	100
4.- Galletas saladas	25	30	100
5.- Pan Blanco	46	46	100
6.- Pan de Dulce	47	48	100
7.- Pan para Sándwich	39	38	100
8.- Pasteles y pastelillos	14	24	100
ARROZ Y OTROS			
CEREALES			

1.- Arroz grano	34	34	100
2.- Cereal maiz,trigo,avena	26	37	100
3.- Frituras, palomitas, etc.	41	47	100
4.-Sopas Instantáneas	17	46	100
CARNE DE RES			
1.- Arrachera, Filete.	44	47	100
2.- Milanesa	7	22	100
3.- Chuleta de res	44	46	100
4.-Fajilla de diezmillo	13	21	100
5.Hamburguesa	9	19	100
6.- Molido	30	39	100
7.-Retazo Hueso	21	24	100
8.-Visceras	23	23	100
9.-Cabeza, ubre, etc	26	30	100
10.- Costilla y Chuleta	38	41	100
11.- Cabeza, espinazo, etc	13	14	100
CARNE PROCESADA			
1.- Carne enchilada	13	38	100
2.- Chicharrón	44	46	100
3.- Chorizo y Longaniza	47	46	100
4.-Chuleta Ahumada	16	19	100
5.-Machaca	4	12	100
6.- Jamón	47	48	100
7.- Mortaleada, salami	17	33	100
8.-Tocino	15	18	100
9.-Salchicha	40	40	100
CARNE DE POLLO			
1.-Pierna, muslo, pechuga	47	49	100
2.-Pollo entero o en piezas	32	29	100
3.-Visceras	30	25	100
4.-Otras Aves	15	14	100
PESCADO			
1.- Filete de pescado	44	41	100
2.- Atún	46	44	100
3.- Nuget, sardina, anguila	12	18	100
4.- Frescos: almeja, cama.	30	25	100

Fuente: Elaboración propia

**CONSUMO DE ALIMENTOS COLONIA MARTÍN CARRERA POR
CANTIDAD DE PERSONAS ENCUESTADAS**

CUADRO 2

PRODUCTO	80'S	07	TOTAL
LECHE Y LÁCTEOS			
1.- Leche bronca	27	7	100
2.-Leche pasteurizada	29	41	100
3.-Saborizada	12	30	100
4.-Evaporada	28	31	100
5.- En polvo entera	26	30	100
6.-Yogurt	28	37	100
7.- Yakult	14	27	100
8.- Crema	31	34	100
9.- Mantequilla o Margar.	36	39	100
10.- Queso fresco	30	33	100
11.-Queso Chihuahua	30	26	100
9.- Queso Oaxaca	28	37	100
MAÍZ			
1.-Harina de Maíz	32	19	100
2.-Masa de Maíz	29	32	100
3.-Tortilla de maíz	41	41	100
4.- Tostadas	40	37	100
TRIGO			
1.- Tortillas de Harina	28	44	100
2.- Pasta para sopa	31	27	100
3.- Galletas dulces	37	33	100
4.-Galletas saladas	29	35	100
5.-Pan Blanco	41	39	100
6.- Pan de Dulce	46	44	100
7.- Pan para Sándwich	28	34	100
8.- Pasteles y pastelillos	31	31	100
ARROZ Y OTROS			
CEREALES			
1.- Arroz grano	33	38	100
2.- Cereal maiz,trigo,avena	39	45	100

3.- Frituras, palomitas, etc.	44	44	100
4.-Sopas Instantáneas	14	37	100
CARNE DE RES			
1.- Arrachera, Filete.	44	43	100
2.- Milanesa	27	29	100
3.- Chuleta de res	28	33	100
4.-Fajilla de diezmilllo	21	25	100
5.Hamburguesa	20	22	100
6.- Molida	26	31	100
7.-Retazo Hueso	31	29	100
8.-Visceras	23	36	100
9.-Cabeza, ubre, etc	22	21	100
10.- Costilla y Chuleta	40	38	100
11.- Cabeza, espinazo, etc	28	30	100
CARNE PROCESADA			
1.- Carne enchilada	29	27	100
2.- Chicharrón	32	32	100
3.- Chorizo y Longaniza	39	41	100
4.-Chuleta Ahumada	28	25	100
5.-Machaca	24	25	100
6.- Jamón	29	31	100
7.- Mortaleda, salami	28	31	100
8.-Tocino	21	19	100
9.-Salchicha	31	29	100
CARNE DE POLLO			
1.-Pierna, muslo, pechuga	39	43	100
2.-Pollo entero o en piezas	46	48	100
3.-Visceras	44	44	100
4.-Otras Aves	35	38	100
PESCADO			
1.- Filete de pescado	36	34	100
2.- Atún	41	42	100
3.- Nuget, sardina, anguila	38	38	100
4.- Frescos: almeja, cama.	30	27	100

Fuente: Elaboración propia

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ENCUESTA SOBRE HáBITOS ALIMENTARIOS Y
PATRÓN DE CONSUMO EN EL D.F.**

No. ENCUESTA:
FECHA: _____
ENCUESTADOR: _____
DIRECCIÓN: _____

I. HáBITOS DE CONSUMO Y GASTO DE ALIMENTOS

1.-EDAD DEL ENTREVISTADO (A)

2.-SEXO: F O M

3.-ESTADO: CIVIL: OTRO ESPECIFIQUE: _____
1) SOLTERO 2) CASADO 3) UNIÓN LIBRE

4.-OCUPACIÓN OTRO ESPECIFIQUE: _____
1) AMA DE CASA 2) EMPLEADO 3) LICENCIADO (A)
4) OTRO ESPECIFIQUE: _____

5.-LISTA Y NÚMERO DE INTEGRANTES QUE VIVEN EN SU
DOMICILIO:

1.- _____
2.- _____
3.- _____
4.- _____
5.- _____
6.- _____

6.-QUIEN ES EL JEFE DE FAMILIA

1) MADRE 2) PADRE 3) ABUELOS OTRO
ESPECIFIQUE :

7.-ÚLTIMO GRADO DE ESTUDIOS.
OTRO ESPECIFIQUE: _____

- 1) PRIMARIA 2) SECUNDARIA 3) BACHILLERATO
4) LICENCIATURA 5) POSGRADO 6) SIN ESTUDIOS

8.- NIVEL DE INGRESOS ECONÓMICOS MENSUALES POR HOGAR.

\$ _____

- 1)1000-3000 2)3001-6000 3) 6001-8000 o más

II ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS

9.-¿CUÁNTOS HOGARES HAY EN ESTA VIVIENDA, QUE SE SOSTIENEN SUS GASTOS, SEPARADOS PARA COMER?

- 1)1
2)2
3)MÁS DE 3

10.-¿TODAS LAS PERSONAS QUE VIVEN EN ESTA VIVIENDA SE SOSTIENEN DE UN GASTO COMÚN PARA LOS ALIMENTOS?

- 1)SI
2)NO

11.-¿CUÁL ES SU GASTO SEMANAL PARA EL DESAYUNO, COMIDAS, CENAS, O ENTRECENAS FUERA DEL HOGAR?

- 1) 100-300
2) 301-500
3) 501- 800
4) 801-1000
5) MÁS DE 1000

12.-DE LOS SIGUIENTES APARATOS ¿CUÁLES CUENTA EN SU HOGAR PARA LA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS?

- 1)ESTUFA DE GAS
2)REFRIGERADOR
3)LICUADORA
4)HORNO DE MICROONDAS

5) OTROS ELECTRODOMÉSTICOS QUE EMPLEE EN LA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS

13.-¿GENERALMENTE QUIÉN REALIZA LAS COMPRAS DE ALIMENTOS?

- 1) JEFE DE FAMILIA:
- 2) MUJER
- 3) HOMBRE
- 4) OTRO ESPECIFIQUE _____

14.-¿QUIÉN PREPARA LOS ALIMENTOS?

- 1) MUJER
- 2) HERMANO (A)
- 3) OTRO ESPECIFIQUE _____

15.-¿CUÁNTO TIEMPO GENERALMENTE DEDICA A LA PREPARACIÓN DE SUS ALIMENTOS?

- 1) 30 MINUTOS
- 2) 1 HORA
- 3) 2 HORAS O MÁS

III ASPECTOS DE CONSUMO

16.-¿DÓNDE REALIZA GENERALMENTE SUS COMPRAS?

- 1) MERCADO PÚBLICO
- 2) TIANGUIS O MERCADO SOBRE RUEDAS
- 3) SUPERMERCADO
- 4) ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS (RECAUDERÍAS, CARNICERÍAS, TIENDAS DE ABARROTÉS)
- 5) OTRO ESPECIFÍQUE : _____

17.-¿CADA CUÁNDO REALIZAN LAS COMPRAS EN ALIMENTOS PARA PREPARAR SU COMIDA O DESPENSA?

- 1) DIARIO
- 2) CADA TERCER DÍA
- 3) CADA OCHO DÍAS
- 4) OTRO ESPECIFÍQUE: _____

18.-¿CUÁNTAS VECES A LA SEMANA CONSUMEN LECHE O LÁCTEOS?

- 1) 3 VECES
- 2) 5 VECES

- 3) DIARIO
- 4) NINGUNA

19.-¿CUÁNTAS VECES A LA SEMANA CONSUMEN VERDURAS?

- 1) 3 VECES
- 2) 5 VECES
- 3) DIARIO
- 4) NINGUNA

20.-¿CUÁNTAS VECES CONSUMEN ALGUNA FRUTA A LA SEMANA?

- 1) 3 VECES
- 2) 5 VECES
- 3) DIARIO
- 4) NINGUNA

21.-¿CUANTÁS VECES A LA SEMANA CONSUMEN CARNE DE POLLO?

- 1) 3 VECES
- 2) 5 VECES
- 3) DIARIO
- 4) NINGUNA

22.-¿CUANTÁS VECES A LA SEMANA CONSUMEN CARNE DE RES O CERDO?

- 1) 3 VECES
- 2) 5 VECES
- 3) DIARIO
- 4) NINGUNA

23¿CUÁNTAS VECES A LA SEMANA CONSUMEN ALGÚN CEREAL (MAÍZ, TRIGO, AVENA, SOPA)?

- 1) 3 VECES

- 2)5 VECES
- 3)DIARIO
- 4) NINGUNA

24.-¿CUÁNTAS VECES A LA SEMANA COMEN FUERA DEL HOGAR?

- 1)UNA
- 2)DOS O TRES
- 3)NINGUNA
- 4)MÁS DÍAS
- 5) NINGUNA

IV. PATRÓN DE CONSUMO

25.-LISTA DE ALIMENTOS CONSUMIDOS EN LOS 80"s y 2007
 Marca con X

LECHE	(1)1980	(2) 2007
25.-VACA	1.-LECHE BRONCA NO PASTEURIZADA	26. 1-LECHE BRONCA NO PASTEURIZADA
	2.-LIQUIDA PATEURIZADA	2.-LIQUIDA PATEURIZADA
	3.-DESCREMADA	3.-DESCREMADA
	4.-SEMIDESCREMADA	4.SEMIDESCREMADA
	5.-SABORIZADA	5.SABORIZADA
	6.-CONDENSADA	6.CONDENSADA
	7.-EVAPORADA	7.EVAPORADA
	8.-EN POLVO ENTERA	8.EN POLVO ENTERA
27.-LÁCTEOS	1-YOGURT	28.1-YOGURT
	2.-YAKULT	2.-YAKULT
	3.-CREMA	3.-CREMA
	4.-MANTEQUILLA O MARGARINA	4.-MANTEQUILLA O MARGARINA
	5.-QUESO FRESCO	5.-QUESO FRESCO
	6.-CHIHUAHUA	6.-CHIHUAHUA
	7.-OAXACA O ASADERO	7.-OAXACA O ASADERO
	8.-AMARILLO	8.-AMARILLO
	9.-AÑEJO Y COTIJA	9.-AÑEJO Y COTIJA
	LUGAR COMPRA:	LUGAR COMPRA:

29.-MAÍZ	1.-HARINA DE MAÍZ	30.1-HARINA DE MAÍZ
	2.-MASA DE MAÍZ	2.-MASA DE MAÍZ
	3.-TORTILLA DE MAÍZ	3.-TORTILLA DE MAÍZ
	4.-TOSTADAS	4.-TOSTADAS
	LUGAR COMPRA:	LUGAR COMPRA:
31-TRIGO	1.-HARINA DE TRIGO	32.1-HARINA DE TRIGO
	2.TORTILLAS DE HARINA	2.TORTILLAS DE HARINA
	3.-PASTA PARA SOPA	2.-PASTA PARA SOPA
	4.-GALLETAS DULCES	4.-GALLETAS DULCES
	5.-GALLETAS SALADAS	5.-GALLETAS SALADAS
	6.-PAN BLANCO: BOLILLO, TELERA	6.-PAN BLANCO: BOLILLO, TELERA
	7.-PAN DE DULCE: EN PIEZA O EMPAQUETADO	7.-PAN DE DULCE: EN PIEZA O EMPAQUETADO
	8.-PAN PARA SANDWICH	8.-PAN PARA SANDWICH
	9.-PASTELES Y PASTELITOS	9.-PASTELES Y PASTELITOS
	LUGAR COMPRA:	LUGAR COMPRA:
33.-ARROZ	1-EN GRANO	34.1-EN GRANO
	2.-HARINA DE ARROZ	2.-HARINA DE ARROZ
35.-OTROS CEREALES	1.-CEREAL DE MAÍZ, TRIGO, AVENA	36.1-CEREAL DE MAÍZ, TRIGO, AVENA
	2.-FRITURAS, PALOMITAS, CHETOS, ETC.	2.-FRITURAS, PALOMITAS, CHETOS, ETC.
	3.-SOPAS INSTANTÁNEAS	3.-SOPAS INSTANTÁNEAS
	LUGAR COMPRA:	LUGAR COMPRA:
37.-CARNE DE RES Y TERNERA	1.-ARRACHERA, FILETE	38.1.-ARRACHERA, FILETE
	2.-MILANESA	2.-MILANESA
	3.-CHULETA DE RES	3.-CHULETA DE RES
	4.-FAJILLA PARA ASAR DIEZMILLO	4.-FAJILLA PARA ASAR DIEZMILLO
	5.-HAMBURGUESA PARA ASAR	5.-HAMBURGUESA PARA ASAR
	6.-MOLIDA	6.-MOLIDA
	7.-OTRAS DE LA RES: CABEZA, UBRE, ETC	7.-OTRAS DE LA RES: CABEZA, UBRE, ETC
	8.-RETAZO CON HUESO	8.-RETAZO CON HUESO
	9.-VÍSCERAS: CORAZON, HÍGADO, MÉDULA,	9.-VÍSCERAS: CORAZON, HÍGADO, MÉDULA,

		PANZA
	LUGAR COMPRA:	LUGAR COMPRA:
39.- CERDO	1.-BISTEC	40.1-BISTEC
	2.-PIERNA EN TROZO	2.-PIERNA EN TROZO
	3.-PULPA	3.-PULPA
	4.-MOLIDA	4.-MOLIDA
	5.-COSTILLA Y CHULETA	5.-COSTILLA Y CHULETA
	6.-ESPALDILLA	6.-ESPALDILLA
	7.-OTRAS DEL PUERCO: CABEZA, ESPINAZO, PANZA, PECHO, ETC.	7.-OTRAS DEL PUERCO: CABEZA, ESPINAZO, PANZA, PECHO, ETC.
	8.-VÍSCERAS: CORAZÓN, HÍGADO, RIÑONES, ETC	8.-VÍSCERAS: CORAZÓN, HÍGADO, RIÑONES, ETC
	LUGAR COMPRA:	LUGAR COMPRA:
41.-CARNES PROCESADAS	1.-CARNE ENCHILADA	42.1-CARNE ENCHILADA
	2.-CHICHARRÓN	2.-CHICHARRÓN
	3.-CHORIZO Y LONGANIZA	3.-CHORIZO Y LONGANIZA
	4.-CHULETA AHUMADA	4.-CHULETA AHUMADA
	5.-MACHACA Y CARNES SECAS	5.-MACHACA Y CARNES SECAS
	6.-JAMÓN	6.-JAMÓN
	7.-MORTALEDA: SALAMI QUESO PUERCO	7.-MORTALEDA: SALAMI QUESO PUERCO
	8.-TOCINO	8.-TOCINO
	9.-SALCHICHA	9.-SALCHICHA
43.-CARNE DE POLLO	1.-PIERNA, MUSLO, PECHUGA	44.1-PIERNA, MUSLO, PECHUGA
	2.-POLLO ENTERO O EN PIEZAS (EXEPTO PIERNA, MUSLO;ETC)	2.-POLLO ENTERO O EN PIEZAS (EXEPTO PIERNA, MUSLO;ETC)
	3.-VISCERAS Y OTRAS PARTES DEL POLLO: ALAS, CABEZA, PESCUEZO, MOLLEJA, HÍGADO, ETC.	3.-VISCERAS Y OTRAS PARTES DEL POLLO: ALAS, CABEZA, PESCUEZO, MOLLEJA, HÍGADO, ETC.
	4.-OTRAS AVES: GALLINA, PAVO, PATO, ETC.	4.-OTRAS AVES: GALLINA, PAVO, PATO, ETC.
	LUGAR COMPRA:	LUGAR COMPRA:
45.PESCADOS	1.-PESCADO ENTERO	46.1-PESCADO ENTERO

FRESCOS	LIMPIO Y SIN LIMPIAR (CARPA, MOJARRA)	LIMPIO Y SIN LIMPIAR (CARPA, MOJARRA)
	2.-FILETE DE PESCADO	2.-FILETE DE PESCADO
	LUGAR COMPRA:	LUGAR COMPRA:
47.PESCADOS PROCESADOS	1.-ATÚN	48.1-ATÚN
	2.-SALMÓN Y BACALAO	2.-SALMÓN Y BACALAO
49.-OTROS PESCADOS	1-AHUMADO, SECO, NUGET,SARDINA ANGUILA,MANTARRAYA, ANGULA, HUEVA, ETC.	50.1-AHUMADO, SECO, NUGET,SARDINA ANGUILA,MANTARRAYA, ANGULA, HUEVA, ETC.
	LUGAR COMPRA:	LUGAR COMPRA:
51.MARISCOS	1.-FRESCOS: ALEMEJA, CAMARÓN, CALAMAR, OSTION, PULPO, ETC.	52.1-FRESCOS: ALEMEJA, CAMARÓN, CALAMAR, OSTION, PULPO, ETC.
	2.-PROCESADOS: AHUMADO, ENVASADO, HARINA, CAMARÓN SECO.	2.-PROCESADOS: AHUMADO, ENVASADO, HARINA, CAMARÓN SECO.
	LUGAR COMPRA:	LUGAR COMPRA:

53.-FRECUENTA ESTABLECIMIENTOS DE COMIDA PREPARADA

- 1) FONDAS 2) RESTAURANTES 3) FONDAS 4) FAST'-FOOD
5) PEQUEÑOS ESTABLECIMIENTOS
OTRO ESPECIFIQUE : _____

54.- ¿CONSUME COMIDA PRECONGELADA EN EL SUPERMERCADO?

- 1) PAPAS 2) VERDURAS 3) CARNES 4) FAST- FOOD
(PIZZAS, HAMBURGUESAS, HELADO)
OTRO ESPECIFIQUE : _____

55.-¿ CUÁL ES LA PROPORCIÓN DE CONSUMO DE ALIMENTOS PROCESADOS O INDUSTRIALIZADOS?

- 1) 10% A 30% 2) 31% A 60 % 3) 61% A 90 % 4) 91% A 100%

56.-¿ CONSUME ALIMENTOS PROCESADOS O INDUSTRIALIZADOS PARA ADULTOS MAYORES?

1) LECHE Y LÁCTEOS 2) HARINAS Y CERELAES 3) CARNES PROCESADAS 4) PESCADOS PROCESADOS 5) BEBIDAS

57.-CONSUME PRODUCTOS LIGHT?

1) LECHE Y LÁCTEOS 2) CEREALES 3) CARNES 4) BEBIDA REFRESCANTE

58.- CONSUME ALIMENTOS PROCESADOS O INDUSTRIALIZADOS INFANTILES?

1) LECHE 2) CEREALES 3) BEBIDAS 4) OTRO
ESPECIFÍQUE: _____

59.-CONSUME PRODUCTOS NATURISTAS?

1) CEREAL 2) SOYA 3) BEBIDAS 4) OTRO
ESPECIFÍQUE: _____

60.- ¿CONSUME BEBIDAS ENVASADAS?

1) AGUA 2) JUGOS 3) BEBIDAS ALCOHÓLICAS 4) BEBIDAS ENERGIANTES 5) BEBIDAS LIGHT

