



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

PROGRAMA DE POSGRADO EN ECONOMÍA

FACULTAD DE ECONOMÍA - DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

HISTORIA ECONÓMICA

**“Reestructuración del comercio en la ciudad de Durango
(1966-1980)”**

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

Maestra en Economía

PRESENTA:

Mitzi Anely Quiñones Marín

TUTORA:

Dra. María Eugenia Romero Ibarra

Facultad de Economía, UNAM

MIEMBROS DEL JURADO:

Dr. José Mario Contreras Valdez

Facultad de Economía, UNAM

Dr. Omar Velasco Herrera

Facultad de Economía, UNAM

Dr. Miguel Felipe de Jesús Vallebuena Garcinava

Instituto de Investigaciones Históricas, UJED

Mtra. María Guadalupe Rodríguez López

Instituto de Investigaciones Históricas, UJED

Ciudad Universitaria, Cd. Mx., enero de 2020



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A mi mamá.

A mi papá.

A Sindy, Jorge, Claudia.

A Amy y David.

Agradecimientos

La realización de esta maestría ha sido para mí un sueño que nunca me había atrevido a soñar. En medio de las fuerzas de la naturaleza en la atemorizante y majestuosa Ciudad de México, lloré, reí, pero sobre todo aprendí a enfrentarme a mis miedos como no lo había hecho antes para poder descubrir mis capacidades.

Agradezco a mi tutora, la Dra. María Eugenia Romero Ibarra que me brindó todo su apoyo para que yo pudiera continuar en mi obstinación por estudiar a mi Durango querido. Gracias por compartir su persona y su conocimiento conmigo.

Agradezco a mis sinodales: el Dr. Miguel Vallebuena Garcinava, que me ha acompañado desde mi adolescencia alentándome a continuar en el hermoso camino de la Historia. A la maestra Lupita Rodríguez López, gracias por orientarme a lo largo de la última década con sus enseñanzas y cariño; al Dr. Omar Velasco y al Dr. Mario Contreras: gracias a ambos por sus comentarios en mi trabajo y por sus aportaciones durante la maestría.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por el apoyo otorgado para la realización de este proyecto. A la Universidad Nacional Autónoma de México por acogerme en sus aulas durante dos años a través del Posgrado de Economía y permitirme formar parte de un pedacito de su gran historia.

A mi mamá por ser mi pilar, por todo tu amor y apoyo, por tus palabras de aliento y tu fe. Por aguantar mis altibajos emocionales a causa de la tesis y por compartirme tus recuerdos del comercio.

A mi papá, Claudia, Sindy y Jorge, que siempre preocupados por mí, me hacían sentir su cariño en la distancia y me hacían más fuerte.

A Eira, Marco, Gerardo y Sergio, que me convencieron de embarcarme en esta aventura y siempre me animaban a continuar en los momentos difíciles. Gracias por todo.

Agradezco a Jimena por abrirme las puertas de su casa pero especialmente por brindarme su amistad.

Gracias a Elia, por compartir mis alegrías y tristezas desde hace tanto.

Mi agradecimiento a los amigos que hice en la maestría, a todas las personas que me motivaron en esta travesía; a los que me regalaron un libro, me compartieron sus vivencias o que colaboraron de una u otra forma para que esto fuera posible. En especial gracias a

todos los que creyeron en mí más que yo misma, gracias por su confianza. Y gracias a Dios porque sí lo logré.

Asumo como responsabilidad propia las fallas y deficiencias que contenga el presente documento.

ÍNDICE

Introducción

Capítulo I. DURANGO EN LA SEGUNDA MITAD DEL SIGLO XX.

I.1 La geografía.

I.2 El comercio.

I.2.1 Los antecedentes.

I.2.1.1 Las comunicaciones

I.2.2 El comercio en el siglo XX.

I.2.2.1 El comercio en 1940.

I.2.2.1.1 Los Gutiérrez y “El Naranjo”.

I.2.3 El comercio en la década de los sesenta.

I.3 Movimientos sociales 1966-1970.

Capítulo II. LA SORIANA.

II.1 Soriana en la actualidad.

II.2 Historia de Soriana.

II.2.1 La Familia.

II.2.2 El autoservicio.

II.3 Desembarco de Soriana en la ciudad de Durango, 1971.

Capítulo III. REESTRUCTURACIÓN DEL COMERCIO DESPUÉS DE LA LLEGADA DE SORIANA

III.1 Comercios duranguenses en la década de los setenta.

III.2 Estadísticas e indicadores económicos de Durango de los sesenta al ochenta.

III.3 Consecuencias de los movimientos sociales.

III.4 Durango en la actualidad.

CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS

Anexos

INTRODUCCIÓN

Los cambios económicos, tecnológicos, sociales y culturales que se dieron en el país durante el siglo XX contribuyeron a generar nuevas oportunidades de progreso. El ferrocarril, el telégrafo, la infraestructura y los movimientos migratorios son algunos de los sucesos más importantes que marcaron el inicio del siglo. El estado de Durango, sin embargo, se quedó atrapado en un atraso económico que lo dejó rezagado respecto a la región norte del país. Por lo tanto, esta investigación pretende contribuir a la historia económica duranguense mediante el análisis de la actividad comercial en la ciudad de Durango, capital del estado, durante la segunda mitad del siglo XX para intentar explicar un aspecto del problema. Se toma el año de 1966 como inicio del periodo estudiado debido a los movimientos sociales que se suscitaron en la capital, mediante la movilización estudiantil que tomó el Cerro del Mercado con la consigna de promover políticas para la industrialización de Durango y también debida a la participación que tuvieron los comerciantes en dicho movimiento. El punto de partida es el sector comercial, principalmente abarrotero puesto que su actividad se fue desarrollando de acuerdo al contexto de la sociedad duranguense, considerada como tradicionalista, y que en 1971 con la llegada de La Soriana a Durango, dio inicio una serie de transformaciones que reestructurarían al comercio local.

Se estudian los antecedentes del comercio regional debido al auge en la actividad económica del país desde 1940 hasta antes de la llegada de la tienda Soriana en 1971, así como su posterior situación, y se eligió el año de 1980 para el cierre de la investigación, porque es cuando termina el sexenio del Dr. Héctor Mayagoitia, en una década de modernización y se tiene en el país el preludio del modelo económico neoliberal.

Con el objeto de adentrarse en el análisis del comercio duranguense se plantearon varios objetivos: conocer los antecedentes del sector comercial en Durango hasta el siglo XX; analizar el contexto geográfico, económico y político de la entidad; presentar una panorámica de la actividad comercial en la ciudad de Durango para visualizar la capacidad empresarial existente y sus aportes para el desarrollo de la economía local; estudiar la historia de La Soriana, como empresa precursora en el sector abarrotero, así como del perfil empresarial de su fundador, Francisco Martín Borque; y analizar la situación económica de la ciudad de Durango antes y después de la llegada de Soriana.

Para el logro de estos objetivos se propone la siguiente hipótesis: el comercio duranguense se reestructuró con la llegada de las grandes tiendas de autoservicio. De entre muchas, una de ellas es la tienda Soriana que por su estructura y desempeño fue muy aceptada por la sociedad. Esto significó, sin embargo, el fin para la mayoría de los pequeños comercios locales tradicionalistas y una transformación de la actividad comercial. Esta reestructuración, que surgió en medio de una etapa de profundas transformaciones mundiales, de cambios institucionales a nivel nacional y estatal, es fundamental para explicar la situación económica actual del estado.

La elección de este trabajo de investigación es motivada principalmente por la escasa producción de trabajos escritos de historia económica duranguense, especialmente de la segunda mitad del siglo XX, así como por la inquietud personal de búsqueda de respuestas que expliquen el desarrollo económico de Durango y ayuden a la toma de decisiones en la actualidad enfocadas al bienestar de la región.

Las cuestiones que dan lugar al presente trabajo de investigación y que se pretenden analizar son: ¿Cuál era la situación de los empresarios locales al terminar la Revolución Mexicana? ¿De qué forma la llegada de la tienda Soriana modificó al sector comercial local en la década de los setenta? ¿Qué sucedió con el pequeño comercio que caracterizó al sector durante la primera mitad del siglo XX? ¿La causa del rezago en el desarrollo económico de Durango es realidad un tema político?

En este trabajo se analiza con base en la bibliografía existente, la importancia del sector comercial en Durango como parte de la historia empresarial local, así como la relevancia de Francisco Martín Borque como empresario innovador en el sector.

Las empresas han sido objeto de estudio de muchos economistas desde distintas perspectivas, sin embargo, no existe una teoría única para todos, ni todas las teorías estudian a las empresas o por lo menos con la misma visión. Dentro del campo de la historia económica, la historia empresarial y la historia de las empresas ha avanzado lentamente en México, no obstante la importancia que tiene dentro de la Economía debido a la enorme potencia explicativa que poseen y que permiten conocer de fondo la situación económica actual.

La historia empresarial ha fortalecido su campo en los últimos años luego de que nuevas teorías de las instituciones constituyeran una base para partir en los análisis de la historia económica. Cerutti, en *Historia de las grandes empresas en México*, dice que hace falta un

mayor número de estudios del efecto de la Revolución en la economía mexicana, aun cuando es necesario reconocer que resulta ser la época más difícil de estudiar de la historia moderna del país por la falta de información sistematizada y de las estadísticas que se requieren. Esta situación es importante para el contexto del presente trabajo ya que la actividad comercial en Durango se vio afectada por la toma de la ciudad en 1913.¹

Para la realización de historiografía es necesario contar con material precedente pero en el presente estudio existen pocas investigaciones del mismo tipo para el siglo XX en Durango que brinden información acerca del estado de la economía y más precisamente del sector comercial durante la época postrevolucionaria, por lo que ha sido necesaria la compilación de datos directamente desde la fuente o bien, la consulta de investigaciones de siglos anteriores que compartan algunos puntos útiles y de importancia para la realización de este trabajo y así abrir nuevos campos de estudio.

El procedimiento mediante el cual se realizó la investigación fue a través de la consulta de bibliografía, la revisión documental de archivo, hemerográfica y el acopio de información testimonial, con base en la entrevista. Se trabajó de manera principal con archivos locales y regionales.

Dentro de los trabajos de investigación existentes de la historia empresarial duranguense del siglo XX se encuentra como antecedente un cuaderno del Archivo *titulado Empresarios de Durango en el siglo XIX* por Gloria Cano.² Se trata de un compendio de referencias archivísticas de notarías, que sirve como una herramienta con la que los investigadores comenzaron a trabajar la historia económica y que deja un referente en cuanto al estudio de la historia empresarial de Durango. En este cuaderno, Mauricio Yen menciona la relevancia del estudio de los negocios y negociantes que fundaron las bases económicas del siglo XX, además de la importancia de la riqueza que existe en esta corriente historiográfica, a partir de la cual se pueden encontrar respuestas a “la necesidad explicativa de los procesos regionales de acumulación de capital”.³

Graziella Altamirano Cozzi en su publicación *Los detonantes de la Revolución*, habla de un crecimiento económico en Durango, luego del Porfiriato, que vincula a los procesos socio-

¹ Marichal, Carlos, & Cerutti, Mario. (1997). *Historia de las Grandes Empresas en México, 1850-1930*. Monterrey N.L.: FCE, p. 30.

² Cano Gloria et al. (1990). *Empresarios de Durango en el siglo XIX* (Vol. 3). (IIH, Ed.) Durango, Cuadernos del Archivo, México: UJED.

³ *Ibid.*, p. 25

políticos y desajustes sociales, y que este fenómeno se manifestó de forma diferente en la región que delineó polos de desarrollo económico y zonas atrasadas que fueron afectadas, por la crisis de 1907-1910, grave principalmente en el norte del país “y cuyas vertientes confluyeron en una crisis de carácter global”.⁴

El libro que sirvió como referente principal para el Capítulo I, es el de Miguel Vallebuena, Javier Guerrero y Héctor Martínez, titulado *Durango a través del comercio, 100 años de historia*, publicado en 2017. En esta publicación realizada en el marco del centenario de la creación de la Cámara de Comercio de Durango, se hace un recorrido histórico de la actividad comercial en la región desde la época de la Conquista.⁵

Existe un libro a modo de biografía del empresario Francisco Martín Borque, fundador de las tiendas de autoservicio Soriana realizado posterior a su fallecimiento por investigadores de la Universidad Iberoamericana Laguna que sirve como bibliografía base para el desarrollo del capítulo II, referente a la historia de Soriana en Durango. En este libro, titulado *Francisco Martín Borque, forjador incansable* se realiza un recuento de la vida del empresario desde sus antepasados, la descripción de su juventud y la incursión que tuvo en los negocios. Especialmente para fines del presente trabajo interesan los capítulos VII y VIII del libro mencionado, que contienen información del establecimiento de la primera tienda Soriana en la ciudad de Durango y de la institucionalización que tuvo en general con la apertura de las primeras tiendas en el país.⁶

En *200 Emprendedores Mexicanos. La construcción de una Nación*, Isabel Ortega hace un breve recuento de la vida de Francisco Martín Borque, ubicándolo como uno de los emprendedores más importantes del país. Narra brevemente los orígenes de la cadena comercial desde la llegada de la familia Martín a México y cuál fue el camino que tuvieron que recorrer hasta que Francisco Martín Borque iniciara formalmente lo que hoy se conoce como Organización Soriana con la inauguración de la primera tienda de autoservicio en Torreón en 1968.⁷

⁴ Altamirano, Graziella. (1995). Los detonantes de la revolución. En M. Cerutti, *Historia Económica del Norte de México (siglos XIX y XX)* (págs. 137-159). Monterrey, NL, México.

⁵ Vallebuena, Miguel, Javier Guerrero y Héctor Martínez, *Durango a través del comercio, 100 años de historia*, Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Durango, 2017.

⁶ Corona Páez Sergio, Martínez, Roberto y Martínez, Fernando. (2001). *Francisco Martín Borque, forjador incansable*. Universidad Iberoamericana Laguna. Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa.

⁷ Ortega Ridaura, Isabel en Ludlow Leonor, Dir., *200 Emprendedores Mexicanos. La construcción de una Nación*. LID Editorial Mexicana, 2010.

En el capítulo VI de *El éxito del Gachupín: Empresas y empresarios españoles en México de la Revolución a la Globalización*, se trata el tema del papel desempeñado en el desarrollo del sector servicios por parte de las minorías españolas y la modernización de la actividad comercial mexicana desde 1950 en adelante, unidos a la importancia de las inversiones de capitales mexicanos en España en los años del Desarrollismo realizadas por inversores de origen hispano. Este trabajo es de relevancia para la presente investigación debido a que se realiza un recuento de las empresas importantes propiedad de inmigrantes españoles, como es el caso de Soriana cuyo fundador era originario de Soria, España. Aunque el capítulo trata principalmente de los Arango, propietarios de las tiendas Aurrerá, se menciona a la Soriana de Francisco Martín Borque como competidores del formato de tienda de autoservicio pero con una ubicación de mercado diferente ya que Aurrerá se desarrolló en el Distrito Federal y el centro del país, mientras que Soriana estaba surgiendo en la Comarca Lagunera y la región norte. En el capítulo titulado “Los Asturianos y la modernización comercial en México en el siglo XX: los Arango”, se muestra el contexto en el que se desarrolló La Soriana en este marco de modernización comercial y la evolución simultánea de sus competidoras principalmente de grupos empresariales de origen hispano-mexicano.⁸

Dentro del material revisado se encuentran las siguientes tesis de la Universidad Nacional Autónoma de México: *Proyecto económico e industrial para el estado de Durango* por Ma. Martha Arzaluz Reséndiz (1969), *Estudio socio-económico de la población sujeta al régimen del salario mínimo en la ciudad de Durango* de Alberto Anaya Gutiérrez (1972), *Promoción del desarrollo regional: el caso de Durango* por Carreto Soto, Ramón (1968), *Diagnóstico para el desarrollo del Estado de Durango, base de un programa de gobierno*, de Manuel Roberto Flores Montenegro (1969), *Perspectivas industriales para el estado de Durango* de María Patricia Jiménez de las Piedras (1978); todas ellas de licenciatura de la Facultad de Economía que cuentan con datos de gran importancia para la investigación y que aportan información para describir el contexto en el que se encontraba la ciudad de Durango durante el periodo de interés para el estudio.

Dentro de la Hemerografía del siglo XX, se revisó El Sol de Durango de 1966 a 1974, donde se muestran los comercios y comerciantes existentes, lo que permitió obtener una visión general del contexto en el que se desarrollaban y la percepción que de este sector se tenía

⁸ Moreno Lázaro Javier y María Eugenia Romero Ibarra (2011). *El éxito del Gachupín: Empresas y empresarios españoles en México de la Revolución a la Globalización*. Facultad de Economía, UNAM.

en la población duranguense. Se revisó también el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Durango del periodo comprendido de 1970 a 1974 con el fin de obtener datos relevantes como la fecha de los decretos que autorizaron la venta en pública subasta de terrenos que posteriormente se utilizarían para el establecimiento de la primera tienda Soriana en la ciudad.

En el Archivo de Notarias que se encuentra en el Archivo General del Estado de Durango, se concentran los libros de los notarios de todo el siglo, en los cuales se registran sucesos importantes que brindan información acerca de las empresas y ayudan a tener un panorama de la situación de los establecimientos comerciales locales. Se examinaron los documentos que pudieran ser de interés para la investigación pero la consulta se dificultó debido a la clasificación de los archivos.

Para complementar el trabajo se recurrió a fuentes orales por medio del recurso de la entrevista. Se entrevistó a personas que proporcionaron información acerca de la situación política, económica y social del Durango del periodo en cuestión. También se recurrió a las bibliotecas de la Ciudad de México y de Durango con el propósito de consultar bibliografía para obtener material de trabajo.

El papel del empresariado mexicano en la economía nacional, 1940-1970

El empresario es un agente económico y social importante en el desarrollo de un país. Las decisiones y acciones que tome causan un impacto en el acontecer económico y a las personas vinculadas a la empresa, sus familias y la región en que se encuentran. En la economía global actual, en el modelo de economía de mercado y con el crecimiento de las empresas y la consolidación de los grandes conglomerados, la incidencia del empresario es cada día más determinante en la vida política, social y por supuesto económica de las naciones en las cuales intervienen, con sus inversiones y actuaciones.

Las investigaciones muestran que en los países o regiones con mayor crecimiento económico las iniciativas empresariales han sido mayores, y que las empresas grandes y la experiencia han sido exitosas, en contraste con los países de lento crecimiento que tienen pocas empresas, son pequeñas y con resultados desfavorables. La actitud del Estado hacia la actividad empresarial es un estudio también interesante y plantea cuestiones de interpretación.

Durante la segunda mitad del siglo XX, al igual que en la actualidad, el empresario mexicano tuvo un papel fundamental en el desarrollo de las políticas económicas en el país. Este

trabajo busca definir las características de este empresariado empresario mexicano durante el periodo de 1940 y 1970, y presentar las respuestas que tuvo este grupo ante la situación económica y política del país así como la manera en que influyó en la sociedad, en el desarrollo del comercio y de la industria.

La preocupación que se tiene por entender el aporte del empresario a la actividad económica de su país y del mundo, especialmente en el proceso de industrialización, muestra la importancia de comprender y abordar las diferentes visiones sobre el empresario. Por ejemplo, el empresario schumpeteriano como agente que da respuestas creadoras, y cuya actitud innovadora genera procesos de cambio que lo convierten, también es visto como un líder durante el cambio económico pero su función empresarial innovadora declina en el tiempo, en la medida en que se va perdiendo la habilidad para percibir nuevas oportunidades, y se debilita su voluntad para superar la resistencia al cambio.

Teoría schumpeteriana

Para contrastar el papel del empresario mexicano en el siglo XX, se hará una breve revisión de la teoría de Joseph Schumpeter, a partir del libro de A. Roncaglia, *La riqueza de las ideas. Una historia del pensamiento económico*.⁹

El concepto de *empresario*, para Schumpeter, habla del sujeto originador del cambio, que genera desarrollo capitalista, contrario a los clásicos que pensaban que el proceso de desarrollo era el que generaba el impulso al cambio y por consecuencia, al empresario. La motivación del empresario schumpeteriano es el deseo de crear.¹⁰

Al mismo tiempo, otra figura importante en este proceso de desarrollo para Schumpeter, es el banquero, del cual dependen los empresarios para llevar a cabo sus innovaciones para obtener los recursos necesarios y tener el poder adquisitivo suficiente. La capacidad innovadora del empresario debe ir acompañada de la visión de futuro de los banqueros para valorar las nuevas iniciativas en medio de la incertidumbre. Las empresas «tradicionales» en cambio, son las que operan en las líneas tradicionales abasteciéndose de recursos por medio de ingresos corrientes.

En la teoría del ciclo de Schumpeter, la innovación es imitada por nuevas empresas que son atraídas por la actividad productiva que se da por el empresario innovador que tiene

⁹ Roncaglia, Alessandro, *La riqueza de las ideas. Una historia del pensamiento económico*, Zaragoza, Prentice Hall, 2006, 778 p.

¹⁰ *Ibid.*

poder adquisitivo gracias a los bancos. A esto se le conoce como fase de expansión. Las fases de recesión se dan cuando hay una deflación en el crédito. Baja la demanda y los precios, por lo que esto lleva a la quiebra de las empresas que han permanecido ancladas en las antiguas tecnologías productivas: “Aquellos que no logran mantener el ritmo mediante la adaptación a las innovaciones son expulsados del mercado”.¹¹

Para Schumpeter, la innovación implica una ruptura del modo de proceder tradicional: en otras palabras, las barreras representadas por la fuerza de la tradición tienen que ser superadas a fin de implementar el cambio innovador, y tales barreras son más fáciles de superar cuanto más difundido esté el cambio en la economía.

De 1940 a 1954

En medio del contexto internacional de la Segunda Guerra Mundial, se da un primer impulso más planificado al proceso de industrialización en México con Manuel Avila Camacho (1940-1946) como presidente. El papel del empresario mexicano y sus características, se explican a partir de las medidas que se fueron tomando en materia de políticas económicas.

Desde la década de los cuarenta en el país se dieron factores favorables para el avance industrial, como la expansión demográfica y urbana que favorecía la ampliación del mercado interno, así como la posibilidad de un aumento en la producción de materias primas, las políticas proteccionistas y de fomento a la industria, entre otros.¹²

En 1941 se estableció la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA o CNIT), organización con capital mexicano e ideología nacionalista, que agrupaba a los empresarios del sector que, como indica Esperanza Fujigaki en *Pensamiento sobre la industria en México. Apuntes desde la historia económica*,¹³ tenían como características en común el temor a la competencia de los EUA y al capital extranjero, por lo que demandaban la protección del Estado.

Casi para el término de la Segunda Guerra Mundial, se realizaron varias reuniones de corte internacional con el tema de reconstrucción y reorganización del mercado, así fue como en 1945 se da la Conferencia de Chapultepec que según Carlos Tello en *Estado y desarrollo*

¹¹ *Ibid.*

¹² Fujigaki Cruz, Esperanza, “Periplo industrial: 1940-1960. Una ojeada al surgimiento de algunas ramas” en María Eugenia Romero Sotelo, *La industria mexicana y su historia. Siglos XVIII, XIX y XX*, México, Facultad de Economía, UNAM, 1997, pp. 367- 418.

¹³ Fujigaki Cruz, Esperanza, *Pensamiento sobre la industria en México. Apuntes desde la historia económica*, Facultad de Economía, UNAM, México, 2015.

económico: México 1920-2006, buscaba fortalecer los lazos políticos militares, económicos y sociales entre las naciones del continente americano.¹⁴ Fujigaki, considera que la Conferencia permitió unificar algunos de los puntos de vista y acciones de varios países latinoamericanos para defenderse del Plan Clayton, elaborado por los Estados Unidos y exigir su derecho a industrializarse.¹⁵

Ante esta conferencia, hubo reacciones por parte de los industriales y obreros mexicanos, que terminaron coincidiendo en varios puntos. José Domingo Lavín, ingeniero, empresario y dirigente de los pequeños y medianos industriales mexicanos señalaba que antes de la Conferencia se habían efectuado una serie de reuniones donde intervenían organismos empresariales tanto del sector público como del privado mexicano, en el que participaban delegaciones formadas por hombres de negocios mexicanos que no eran representativas de los empresarios mexicanos. Sus propuestas tendían al establecimiento de regímenes internacionales de comercio basados en la reducción y supresión de los aranceles proteccionistas. Las organizaciones patronales y obreras como CANACINTRA se oponían a dichas propuestas, pues los países latinoamericanos tenían una necesidad de industrializarse y debían ser protegidos con las necesarias medidas aduanales.¹⁶

Vicente Lombardo Toledano en representación de los obreros y José Domingo Lavín, representando a los industriales firmaron un acuerdo en 1945 que llamaron Pacto Obrero-Industrial, que fue la manifestación de ambos sectores de formular un plan económico conjunto que estructurara el desarrollo industrial autónomo de México. Los empresarios industriales planteaban que una política arancelaria proteccionista era indispensable para hacer frente a los países más avanzados y fortalecer el sector, que era fuente de empleo para 350 mil personas.¹⁷

Dentro de los principales objetivos para el desarrollo industrial que planteaban estaban la consolidación de un mercado interior que elevara el nivel de vida de la población, la suficiencia de energía eléctrica para el impulso del sector industrial, el abastecimiento suficiente de combustible con precios moderados, relaciones satisfactorias de trabajo entre

¹⁴ Tello, Carlos, *Estado y desarrollo económico: México 1920-2006*, Ed. UNAM-FE, México 2007.

¹⁵ Fujigaki, *Pensamiento...*, p. 34.

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Id., "Periplo...", p.25.

empresarios y asalariados, una eficiencia del sistema de transporte, especialmente el ferrocarril y la implementación de una política arancelaria adecuada.¹⁸

Se negoció un Tratado de Comercio entre Estados Unidos y México, Tratado Comercial México-Norteamericano de 1942 con duración de cinco años que se prolongaron hasta 1950, el cual contenía restricciones para la aplicación de medidas proteccionistas. Los empresarios mexicanos estaban en contra de congelar los aranceles como se tuvo que hacer con dicho tratado, pues consideraban que impedía la expansión de nuevas industrias.¹⁹

Para Lavín resultaba absurdo pretender que los pueblos atrasados aumentaran sus importaciones para mejorar su nivel de vida y sostenía que para aumentar la renta nacional era necesaria la industrialización, con ello se lograrían los objetivos que se establecieron en el Pacto Obrero-Industrial y demandaba una colaboración de clases en el marco de la política de “unidad popular”, o “unidad nacional” como lo empleaba el gobierno de Ávila Camacho. Para Lavín, la industrialización consistía en emplear el capital, la técnica y el trabajo organizados, y repartir equitativamente los productos entre ellos, propiciando a su vez la formación de una clase consumidora. Producir con la mejor calidad y precio era la meta y era necesario identificar cuáles industrias podían ser desarrolladas para la base de esta industrialización.²⁰

Lavín en voz de los empresarios nacionales, en especial de medianos y pequeños y de la CNIT, consideraba que las industrias que debían establecerse en México eran las que producían los bienes de rápido consumo y para ello debía iniciarse con el establecimiento de una industria siderúrgica de significación, las industrias de transformación del hierro y la producción de equipos industriales. Luego están la industria del transporte, de electricidad y de abastecimiento de combustible, planteando así un programa industrial de largo alcance.²¹

El problema mayor que Lavín detectaba era la inexistencia de una clase consumidora, que además estuviera educada en un nacionalismo económico positivo para favorecer la

¹⁸ Id., *Pensamiento...*, p. 34.

¹⁹ Gracida, Elsa, “La industria en México, 1950-1980” en María Eugenia Romero Sotelo, *La industria mexicana y su historia. Siglos XVIII, XIX y XX*, México, Facultad de Economía, UNAM, 1997, pp.419-494.

²⁰ Fujigaki, *Pensamiento...*, p. 138.

²¹ *Ibid.*

industrialización. Para 1954, inversiones extranjeras habían aumentado y existía una escasa formación de capital mexicano, debida a la poca organización económica.

La defensa del proteccionismo que buscaba el empresariado, se justificaba en cuanto a que el verdadero problema de la industria era la falta de producción. Por esta razón, Lavín estaba a favor de la intervención del Estado y de las empresas estatales. En el proceso de expansión industrial, se apoyó de diversas formas a los empresarios mexicanos.

Al respecto Urquidí, sostiene que la industrialización acelerada condujo al surgimiento de grupos empresariales bien conocidos para emprender proyectos nuevos y grandes, ya sea por sí solos o con el apoyo de instituciones financieras gubernamentales o bien en asociación con capital extranjero. Según Sanford Mosk, dice Urquidí, los empresarios industriales “nuevos” fueron contrastados con los empresarios tradicionales. Esto dio lugar al desarrollo de escuelas para administradores de empresas e ingenieros comerciales, en universidades públicas o institutos privados.²²

Fujigaki, dice acerca de Mosk que se refiere a los industriales mexicanos que surgieron durante la Segunda Guerra Mundial para abastecer al mercado nacional como el “Nuevo Grupo”, empresarios con capital mexicano que no tenían buenas relaciones con las principales instituciones financieras nacionales ni sentían que estuvieran establecidos firmemente en la economía mexicana, temían a la competencia extranjera, por lo que abogaban por la protección arancelaria máxima para todas las industrias, y se habían organizado en la CNIT.²³

El Nuevo Grupo, buscaba la cooperación de los sindicatos para impulsar la industrialización, para generar mayores niveles de vida para los trabajadores, argumentaba que el gobierno no debe ser propietario de empresas ni competir con la iniciativa privada pero sí fomentar la cooperación entre industriales y gobierno, mediante un programa de industrialización y se oponían a la intervención de los intereses industriales norteamericanos. Por otro lado, los industriales antiguos, se mostraban hostiles a los sindicatos, desconfiaban del gobierno y se oponían a la influencia del gobierno en la industrialización.

Este Nuevo Grupo visualizaba a la industria de fabricación de máquinas-herramientas como el eje del desarrollo de la industrialización nacional y proponía el establecimiento de fábricas

²² Urquidí L. Víctor, *Otro siglo perdido. Las políticas de desarrollo en América Latina (1930-2005)*, México, FCE, CM, 2005.

²³ Fujigaki, *Pensamiento...*, p. 144.

en el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey. Promovían una protección permanente, sin importar el grado de desarrollo de la industria. Deseaban que los impuestos a las exportaciones aseguraran una oferta adecuada de materias primas nacionales para la industria mexicana y planteaban la continuación indefinida de la política de subsidios, protegiendo a las industrias productoras de materias primas básicas.²⁴

Entre 1940 y 1954 empezaron a cobrar fuerza empresas de capital mixto: público y privado, financiadas en gran parte por Nacional Financiera y otras empresas más de propiedad estatal. La industria se convirtió en el sector de actividad crecientemente dominante dentro del total de la producción y, cada vez más, orientado hacia el mercado interno. Los programas y políticas de fomento se diseñaron con el fin de promover la iniciativa privada y a sus esfuerzos en el proceso de crecimiento económico.

Miguel Alemán (1946-1952) utilizó el poder del Estado en una dirección que estaba más en armonía con el capital, con el cada vez más numeroso grupo empresarial, protegió a la industria nacional a través de estímulos y subsidios y créditos y apoyos financieros.²⁵

El crecimiento del número de empresas, muchas de ellas con capital mixto: extranjero y nacional, repercutió en el comercio. Se empezaron a establecer empresas por ejemplo como Sears, que revolucionaron los sistemas de comercio en buena parte de los centros urbanos del país. La inversión extranjera destinada al comercio creció de 3.5% en 1940 a 15% en 1954.²⁶

Se implementa una nueva reglamentación del comercio exterior que no sólo busca combatir los problemas crecientes del sector externo, que conducirán a la devaluación monetaria de 1948, sino también sentar las bases del régimen proteccionista de fomento a la industria, predominante en los años siguientes, lo ratifican las decisiones gubernamentales de denunciar el Tratado Comercial México-Norteamericano de 1942 y no adherirse al Sistema General de Aranceles, *GATT*, a causa de las restricciones que el organismo impone a sus miembros para la aplicación de medidas proteccionistas.²⁷

Ruiz Cortinez (1952-1958) asumió la presidencia, en los años siguientes para Gracida, la acción directa del Estado en las manufacturas disminuye, lo que tiene efectos negativos en el desarrollo de los bienes intermedios básicos y de maquinaria y equipo, que aunque eran

²⁴ *Ibid.*

²⁵ Tello, *op. cit.*, p. 87.

²⁶ *Ibid.*, p. 120.

²⁷ Gracida, *op. cit.*, p. 40.

esenciales, resultaban poco atractivos para los empresarios privados por requerir altos montos iniciales de capital y largos periodos de maduración de las inversiones.²⁸

Entre 1940 y 1954 empezaron a cobrar fuerza empresas de capital mixto: público y privado, financiadas en gran parte por Nacional Financiera y otras empresas más de propiedad estatal. A partir de 1953 y 1954, empiezan a reducirse los créditos de Nafinsa para la promoción de proyectos privados. Gracida explica que eso se debe al inicio del desarrollo estabilizador que tiende a restringir y hacer más selectivo el crédito público, además de la decisión gubernamental de transferir a los empresarios la responsabilidad del desarrollo de las manufacturas, “expresada en este caso en el impulso a la mayor participación de las sociedades privadas en el financiamiento del sector”.²⁹

Los miembros de la CNIT consideraban que las condiciones crediticias que prevalecían en México no eran las adecuadas para fomentar el desarrollo industrial, porque no había disposición de los bancos de otorgar créditos a las nuevas y pequeñas empresas industriales, por lo que era necesaria una reforma al sistema crediticio. Tenían además el propósito de obtener el apoyo de los grupos agrarios planteando un programa agrícola muy general.³⁰

Tello, acerca de la Edad de Oro del Capitalismo, comenta que México fue uno de los países que tuvo grandes oportunidades de desarrollo en esa época, y que se organizó para aprovechar las que en materia de comercio, inversión, turismo, crédito y otras cosas, ofrecía la acelerada expansión de la economía mundial.³¹

Luego de la Guerra de Corea, en 1954 se dio una devaluación del peso frente al dólar estadounidense durante la Semana Santa, de esta manera, México dio un fuerte ajuste al tipo de cambio. Entre 1954 y 1970, el PIB por persona creció a un ritmo anual superior a 3.4% en términos reales.³²

Desarrollo Estabilizador

Con los gobiernos de López Mateos (1958-1964) y Díaz Ordaz (1964-1970) se consolida la etapa del Desarrollo Estabilizador. Dentro de los objetivos de la época, se buscaba crecer más rápidamente, detener las presiones inflacionarias, elevar el ahorro voluntario, elevar la

²⁸ *Ibid.*

²⁹ *Ibid.*

³⁰ Fujigaki, *Pensamiento...*, p. 149.

³¹ Tello, *op. cit.*, p. 232.

³² *Ibid.*

inversión, mejorar la productividad del trabajo y del capital, aumentar los salarios reales, mejorar la participación de los asalariados en el ingreso y mantener el tipo de cambio. En este tiempo, la Secretaría de Economía se convirtió en la de Industria y Comercio.

La promoción del crecimiento a través de inversiones nuevas y considerables, tanto del Estado como de los empresarios, para aumentar el empleo y profundizar la modernización del país, se tenían como prioridad para el avance industrial. El Estado supliría o apoyaría los esfuerzos de la iniciativa privada, avanzaría en la creación de infraestructura, proporcionaría energéticos y otros bienes a bajo precio a los empresarios, y llevaría a cabo políticas sociales para el bienestar de las clases trabajadoras. La exclusividad del sistema financiero privado para el capital nacional contó con el pleno apoyo de los empresarios mexicanos.³³

Tello considera que para 1960, la protección ya no se justificaba para muchas de las ramas de la industria y a lo largo de los años sesenta se continuó protegiendo la ineficiencia por lo que esto tuvo perjuicios en el consumo de la población y la eficiencia productiva. La protección industrial es necesaria, lo que no conviene es tenerla de forma indefinida, sin reglas ni tiempos establecidos para su término y en realidad se estaba protegiendo en muchos casos a empresas extranjeras que operaban en el país.³⁴

En este excesivo proteccionismo, se tenía la garantía que en caso necesario, el gobierno intervendría para salvar a las empresas en dificultades financieras. En caso de perder, el inversionista tenía la certeza de que por lo menos obtendría la inversión inicial. La intervención del Estado se explica por la incapacidad del capital privado para impulsar y sostener por sí solo, el crecimiento económico.³⁵

Durante 1954 a 1970, se multiplica la participación del Estado en la economía. Se forman organismos descentralizados, la banca nacional, empresas de participación estatal mayoritaria, empresas de participación estatal minoritaria, consejos, comisiones y fidecomisos y se fortalecen en todos los campos de la actividad nacional.

³³ Fujigaki, *Pensamiento...*, p. 167.

³⁴ ³⁴ Tello, op. cit., p. 245.

³⁵ *Ibid.*

El Estado no buscó operar y controlar a muchas de estas empresas y organismos. Más bien, muchas de ellas las tuvo que absorber y operar a fin de conservar las fuentes de trabajo y actividad y, otras más, con el propósito de atender ciertas demandas específicas.³⁶

El empresario duranguense

En *El neoliberalismo en Durango*, Miguel Palacios Moncayo hace un somero análisis del empresario duranguense del siglo XX, al que le atribuye como actividad principal la explotación de los recursos boscosos, que logra mantener niveles de explotación maderera hasta fines de la década de los setenta. Sin embargo, señala que los límites del empresariado local se deben a que no existen políticas ni planes para lograr metas económicas y sociales en el largo plazo. Lo anterior se traduce en una desarticulación social y una brecha entre los intereses de los gobernantes y los de los hombres de negocios. Se dice que el empresariado de Durango presenta una debilidad histórica porque su propia existencia, permanencia y viabilidad proviene de “condiciones estructurales y circunstancias que escasamente pudo modificar y que, al parecer, optó por realizar tareas simples y de poco riesgo ante las necesidades de expansión del propio capitalismo mexicano”.³⁷

El papel tradicional del hombre de negocios, plenamente burgués que abre camino al desarrollo del capitalismo, solamente lo pudieron representar algunos empresarios del bosque duranguense en los inicios de su explotación, pero no lograron reproducirse socialmente para ampliarse y permanecer en el espacio del mercado capitalista local.

La estructura económica y productiva de Durango presentó un crecimiento equilibrado hasta la década de los años sesenta. Los años setenta marcarían el inicio de cambios importantes en la estructura productiva del Estado, con el crecimiento del sector comercial y de servicios con la presencia de los monopolios comerciales. Los empresarios locales no han representado oposición a las decisiones políticas que se toman, la gestión de los intereses se realiza directamente con los gobernantes.³⁸

En la consulta de diversas fuentes para la realización del presente trabajo, existen distintos puntos de coincidencia de los autores acerca de las características del empresario mexicano del periodo 1940-1970. Al ser una época marcada por el énfasis en la

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Palacios Moncayo Miguel. (2010). *El neoliberalismo en Durango* (Primera ed.). Durango, Durango, México: Editorial de la UJED.

³⁸ *Ibid.*

industrialización como puerta al desarrollo, los empresarios surgen como producto de las políticas implementadas. En primer lugar por la sustitución de importaciones y en segundo por las medidas proteccionistas que se efectuaron durante dicho periodo.

El resultado fue un empresario incapaz de producir su propia maquinaria para el desarrollo de su industria, por lo tanto incapaz de sostener el crecimiento económico nacional, sin la posibilidad de competir en un mercado externo, un empresario dependiente de la importación de bienes de capital y acostumbrado a un excesivo proteccionismo que podría clasificarse como “paternalismo” por parte del Estado. Los empresarios de este periodo se enfocaron en el mercado interno, con una actitud demandante de mayor protección, afectando la eficiencia y competitividad del aparato productivo, y teniendo como consecuencia problemas en la distribución del ingreso. En la teoría schumpeteriana se menciona que las empresas que no se adaptan a la innovación, son las que están destinadas a fracasar, que el empresario innovador reactivará el ciclo económico apoyado en el banquero al que le debe el poder adquisitivo.³⁹

El papel del empresario como pieza clave en el proceso de industrialización, explica las deficiencias del modelo. En el caso del empresario duranguense, que no tiene la capacidad para la creación de una industria competitiva con el resto del país y que además no cuenta con el poder de negociación con el gobierno, se presentan mayores problemas aunados a la deficiencia en las vías de comunicación, o la infraestructura necesaria para el desarrollo del sector.

³⁹ Considero que las medidas como las políticas arancelarias o los incentivos fiscales que se otorgaban a las empresas no eran negativas, pero coincido con Carlos Tello en que un proteccionismo sin límites definidos es lo que resulta perjudicial.

Capítulo I. DURANGO EN LA SEGUNDA MITAD DEL SIGLO XX.

I.1 La geografía.

Para situar en el contexto de la problemática que se abordará, es preciso describir la situación geográfica del actual estado de Durango. Se localiza al norte de los Estados Unidos Mexicanos, limita al norte con Chihuahua, al noreste con Coahuila de Zaragoza, al este Zacatecas, al sur con Nayarit y al oeste con Sinaloa. La extensión territorial del estado de Durango es de aproximadamente 123 520 km², representando el 6.3% de la superficie total del país y es el cuarto estado más grande de la República Mexicana. Cuenta con 39 municipios y 9,964 localidades urbanas y rurales. Su capital es Victoria de Durango.⁴⁰

Su situación geográfica aislada se debe a que se encuentra en la Sierra Madre Occidental y en la región oriental de la Mesa Central del Norte. Cuenta con una altura media sobre el nivel del mar de 1 775 metros, y cumbres de más de 3 000 metros. Una de sus principales características es la diversidad geográfica que define las actividades económicas de la entidad y que datan desde el periodo colonial como la minería, la agricultura y la ganadería. En el estado de Durango existen cuatro regiones: la sierra, las quebradas, los valles y el semidesierto.⁴¹ La geografía ha sido determinante para el tipo de vías de comunicación con que cuenta el estado y las conexiones que tenga hacia el exterior.

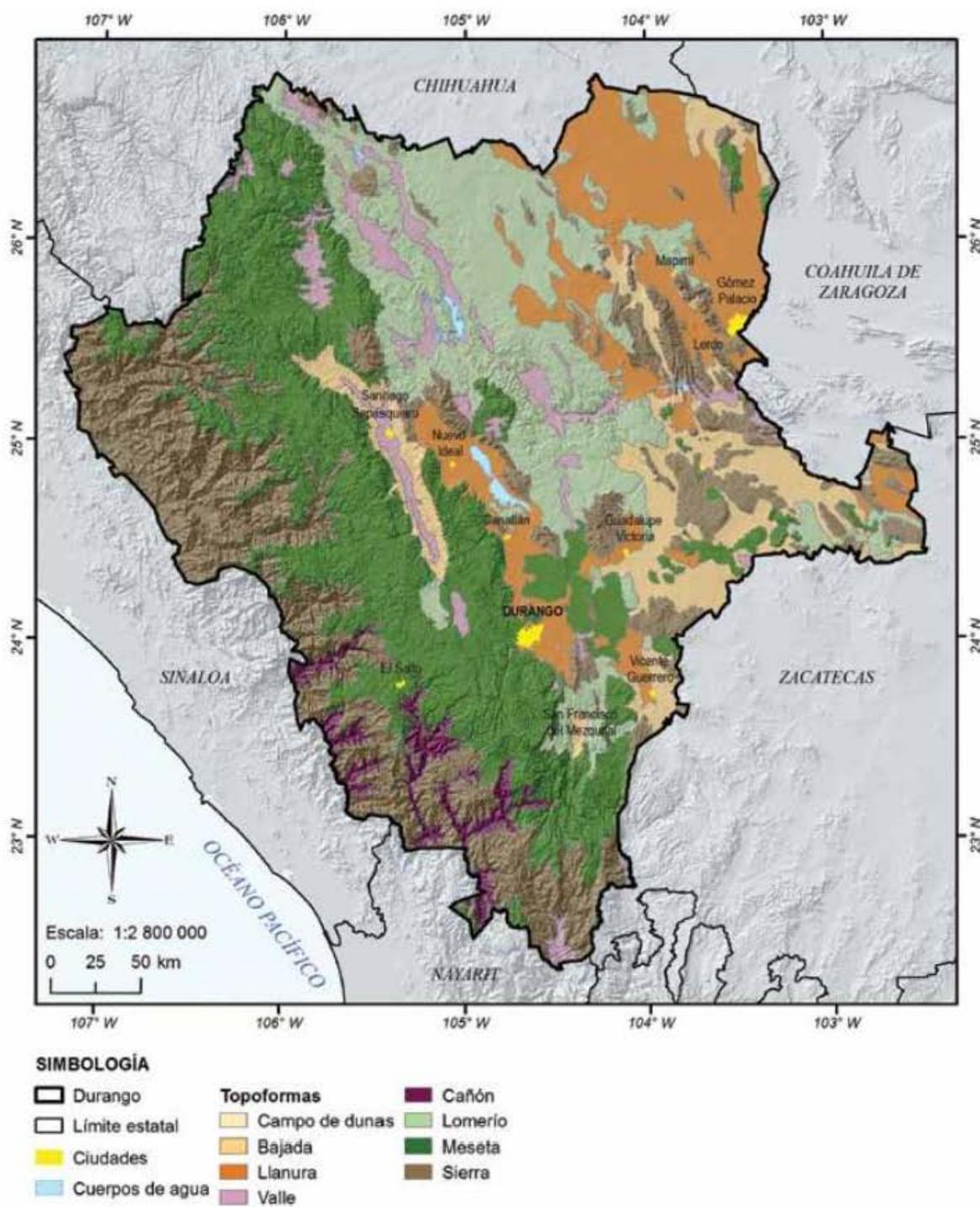
El municipio de Durango, donde se encuentra la capital, es el más extenso y ocupa 7.5% de la superficie estatal; colinda al norte con los municipios de San Dimas, Canatlán y Pánuco de Coronado; al este con los municipios de Guadalupe Victoria, Poanas, Nombre de Dios y Mezquital; al sur con los municipios de Mezquital y Pueblo Nuevo; al oeste con el municipio de Pueblo Nuevo y San Dimas.⁴²

⁴⁰ Instituto Nacional de Estadística y Geografía, “Conociendo Durango”, pp. 6-8.

⁴¹ Pacheco Rojas, José de la Cruz, *Breve historia de Durango*, p. 11.

⁴² Instituto Nacional de Estadística y Geografía, “Cuaderno Estadístico Municipal. Durango, Estado de Durango”, p. 3.

Figura 1. Sistema de topoformas del estado de Durango.



Fuente: Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO) y Secretaría de Recursos Naturales y Medio Ambiente de Durango (SRNyMA) (eds.). La biodiversidad en Durango: Estudio de Estado. CONABIO. México, 2017, p. 26.

Al norte de la ciudad se encuentra el Cerro de Mercado que debe su nombre al capitán español Ginés Vázquez de Mercado, que en 1552 al recibir la noticia de que había una montaña de plata, emprendió una expedición que finalmente decepcionó al explorador pues al llegar al valle del Guadiana comprobó que se trataba de un yacimiento de hierro.⁴³

En el libro *Geografía socioeconómica de México*, Ángel Bassols Batalla realiza una clasificación de los estados por sus aspectos físicos y económicos y ubica al estado de Durango, dentro de la región norte, en la que incluye todo el desierto chihuahuense y la mayor parte de la Sierra Madre Occidental en Chihuahua y Durango.⁴⁴

El norte, como región económica, comprende 26.4%, es decir casi la tercera parte de la superficie nacional. A pesar del predominio de los climas secos y semisecos en la altiplanicie y el piedemonte de las sierras se encuentran 55.5 y 48.2% de los pastos en llanura y cerros de la república, 17.8% de las tierras de labor y, en el cuerpo de la Sierra Madre Occidental, principalmente dentro de Chihuahua y en menor medida de Durango, 29.3% de los bosques maderables, entre ellos el macizo de coníferas más importante de México y tal vez de América Latina. A estos recursos se agrega en el norte una increíble riqueza en minerales, tanto metálicos como energéticos, de construcción, etc. Puede calcularse que en el subsuelo se encuentra hasta un 70% del total de los minerales metálicos, casi todo el carbón de piedra (hulla) coquificable y tal vez abundante petróleo y gas que se explota en la cuenca de Sabinas, Coahuila. Por otro lado, el norte es pobre en recursos hidráulicos, pues sólo dispone del sistema del río Bravo con el Conchos como principal afluente y las ocasionales corrientes del Nazas y el Aguanaval, controlados para riego.⁴⁵

Los ferrocarriles, trazados desde 1880, significaron un cambio sustancial en la economía, ya que permitieron enlazar con rapidez los centros mineros y agrícolas con los puertos de exportación y con los mercados del centro de la República Mexicana. Desde entonces, el norte se ligó fuertemente a la economía externa, sobre todo de Estados Unidos de América a donde se enviaban minerales y concentrados, ganado y algodón, lo mismo que a los centros de consumo de México. Se abrieron de esta manera las posibilidades de

⁴³ Pacheco, *op. cit.*, p.38; Gallegos, José Ignacio, *Durango Colonial, 1563-1821*, p.17-18.

⁴⁴ Bassols Batalla, Ángel. *Geografía socioeconómica de México: Aspectos físicos y económicos por regiones*. 2002, 8ª ed., México, Trillas (reimp. de 2012), 361-364 pp.

⁴⁵ *Ibid.*, p. 361.

crecimiento económico basadas en oasis con agricultura de riego, minería e industrias de transformación que se harían realidad después de 1934-1940.⁴⁶

En la parte meridional de la gran región, la ciudad de Durango tenía 500 000 habitantes en el año 2000. En suma, el norte se ha ido haciendo cada vez más “urbano”, pues ya en 1990, 78% de la población vivía en localidades de 2500 y más habitantes. La población total creció de 2.3 millones (15.5% de la nacional) en 1910, a 6.2 millones, o sea, sólo un 7.1% en 2000.⁴⁷

El norte muestra una fuerte influencia de su medio natural, de tal manera que la agricultura de temporal es conveniente sólo en áreas determinadas de los valles de Chihuahua y Durango, aunque se practica en muchas partes de la zona árida. Los más importantes cultivos son de riego; ahí se produce buena parte del algodón, vid, trigo, sorgo y forrajes del país. Respecto del ganado bovino, la región norteña posee poco más de 25%; del norte de Chihuahua, Coahuila y Durango se exporta decenas de miles de cabezas de ganado a Estados Unidos de América, y desde esa región se movilizan hacia las ciudades del centro. Es muy importante, por otro lado, la explotación silvícola maderable (58% del valor en el país) que se realiza en la Sierra Madre, principalmente en la Tarahumara de Chihuahua, pero también en Durango occidental.⁴⁸

La minería es la actividad básica en el norte, en donde, en 1980, producía ya 44.3% del valor nacional (incluyendo beneficio de metales). Dentro de la gran región se encuentran las más importantes minas de plata, oro, zinc y plomo (Concepción del Oro y Santa Bárbara, en Chihuahua; Topia, Indé y San Dimas, en Durango), yacimientos de mineral de hierro (Sierra Mojada-La Perla y Durango). El movimiento de minerales y concentrados es decisivo en el intercambio de mercancías del norte. Aunque posee pocos ríos de gran caudal, se han construido varias centrales eléctricas en el Bravo (La Amistad) y el Nazas, así como termoeléctricas a base de carbón (Río Escondido, Coahuila) y petróleo.⁴⁹

Algunas ciudades como Durango, se han diversificado en menor escala. En suma, el norte del país absorbe 11% del valor total de producción en industrias extractivas y de transformación (1990), y para 1999 concentraba casi 15% del total del personal ocupado. En el sistema espacial del norte de México ocupa un sitio central la Comarca Lagunera

⁴⁶ *Ibid.*, p. 363.

⁴⁷ *Ibid.*, *loc. cit.*

⁴⁸ *Ibid.*, *loc. cit.*

⁴⁹ *Ibid.*, p. 364.

(Torreón como pivote agrícola, comercial y de concentración minera-metalúrgica); a su vez, en la parte noroccidental se encuentran Ciudad Juárez, Chihuahua y Parral; Saltillo, Monclova, la región carbonífera y Piedras Negras en el noreste; Durango, al suroeste. Entre ellas existe importante intercambio de mercancías, así como con otras regiones del país (principalmente Monterrey, México y Guadalajara, El Bajío, Tampico, Mazatlán y Los Mochis) y el extranjero (en forma primordial Estados Unidos de América, por Juárez, Piedras Negras, Nuevo Laredo y Matamoros).⁵⁰

Luis Aboites escribió un artículo en una revista acerca de lo que él llamó “La decadencia de Durango durante el siglo XX”. En dicha publicación, menciona las características por las que se debe considerar fuera de la zona norteña a la entidad duranguense, su enfoque metodológico lleva la tendencia de mostrar las deficiencias y el declive de Durango con respecto a los demás estados de la zona, principalmente con el argumento de que carece de fronteras y costas.⁵¹

Es importante aclarar que como menciona Miguel Vallebuena en *Arte e historia por los caminos de Durango*, las regiones económicas no están necesariamente sujetas a la división política que limita su geografía.⁵² Esta idea, es relacionada con el posibilismo geográfico de Paul Vidal de la Blache en el que señala que el hombre es un miembro activo que es capaz de imponerse al medio geográfico, por lo que se niega el axioma determinista en el que los grupos humanos se encuentran completamente condicionados al entorno físico. Si la teoría determinista se aplica de forma estricta en Durango, eso significa que el desarrollo económico se encuentra “condenado” al fracaso debido a las condiciones geográficas que aíslan al estado y dificultan la comunicación con otras áreas económicas importantes, pero de acuerdo a la teoría del posibilismo vidaliano, se puede buscar la forma de aprovechar de distinta manera las riquezas con diferentes técnicas o estrategias.⁵³

⁵⁰ *Ibid, loc. cit.*

⁵¹ AGUILAR, Luis Aboites. “La decadencia de Durango durante el siglo XX. Una mirada a la historia del norte mexicano” en *Chihuahua Hoy*, 2018, vol. 16.

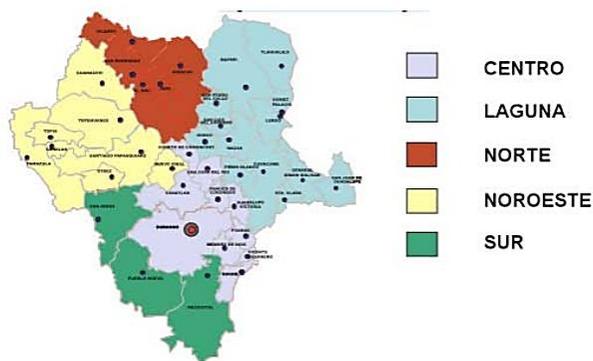
⁵² Vallebuena Garcinava, Miguel, y Rubén Durazo Álvarez, *Arte e historia por los caminos de Durango*. Durango: CMIC Delegación Durango, 2009.

⁵³ Paul Vidal de la Blanche (1845-1918), geógrafo, historiador y filósofo, criticó el determinismo ambiental y el modo de observar las concepciones acerca del espacio regional como construcciones naturales donde el hombre solo forma parte pasiva del mismo, adecuándose a las condiciones del medio. En contraposición, desarrolló la teoría del posibilismo, donde señala que el hombre es un miembro activo y no pasivo en la transformación de la superficie terrestre. Por otra parte el medio natural no es una causa necesaria, sino relativo; es una posibilidad o más bien un conjunto de posibilidades, cuyo desarrollo dependerá básicamente del hombre, de su libertad para elegir una u otra, según sus características procedentes de una larga evolución histórica. El sistematizador y formulador de la concepción posibilista fue Lucien Febvre para caracterizar el método

En Durango se pueden encontrar cinco regiones económicas de acuerdo a las características geográficas que se presentan, lo que explica los contrastes dentro del desarrollo entre unas regiones y otras.

- Municipios de la región sur: Pueblo Nuevo, Mezquital y San Dimas.
- Municipios de la región Laguna: Gómez Palacio, Lerdo, Cuencamé, San Juan de Guadalupe, Mapimí, Tlahualilo, Nazas, Rodeo, Peñón Blanco, General Simón Bolívar, Santa Clara, San Pedro del Gallo y San Luis del Cordero.
- Municipios de la región noroeste: Santiago Papasquiaro, Tepehuanes, Tamazula, Guanaceví, Nuevo Ideal, Otaez, Canelas y Topia.
- Municipios de la región norte: Ocampo, El Oro, San Bernardo, Hidalgo e Indé.
- Municipios de la región centro: Durango, Guadalupe Victoria, Canatlán, Coneto de Comonfort, Nombre de Dios, San Juan del Río, Poanas, Vicente Guerrero, Pánuco de Coronado y Súchil.⁵⁴

Figura 2. Regiones del estado de Durango



Fuente: Plan Estatal de Desarrollo 2010-2016.

desarrollado por el geógrafo, también francés Vidal de la Blache, pero la rivalidad nacional entre Francia y Alemania, mantenida a niveles dramáticos entre 1870 y 1945, implicó la presentación de su propuesta como la de la “escuela francesa” en oposición a la “escuela alemana”. Vidal de la Blanche, Paul. *Perspectives bayésiennes en géographie*, «L'Espace Géographique», París, vol. 2, n° 4, 1973, págs.303-312; y 3, n° 3, 1974, pág. 178.

⁵⁴ Gobierno del Estado de Durango, Plan Estatal de Desarrollo 2010-2016, p. 2-3.

Una de las principales causas de los rezagos de Durango, ha sido su aislamiento debido a la falta de vías de comunicación adecuadas que conectaran al estado con las diferentes regiones y mercados. Debido a las características geográficas antes explicadas, los caminos rurales son deficientes y hacen falta diversas acciones de mantenimiento y corrección que permitan atender eficientemente las necesidades de comunicación de las regiones aisladas del estado con los centros urbanos. Los habitantes de los municipios en las regiones más alejadas tienen dificultades para comunicarse con la capital del estado lo que ocasiona que por ejemplo la región de la Laguna tenga una relación económica mayor con Coahuila, especialmente con la ciudad de Torreón, la región Norte con Parral, Chihuahua o la región Noroeste con Sinaloa. De la misma forma, existe mejor conexión entre la capital y algunos municipios del estado de Zacatecas como Río Grande, Fresnillo.⁵⁵

I.2 El comercio.

Con el fin de situar el objeto de investigación en el contexto económico, político y social, se hace un recuento de la historia del comercio, sus características y algunos de los agentes que participaron desde la fundación de la ciudad de Durango.

I.2.1 Los antecedentes.

El 8 de julio de 1563 fue fundada la villa de Durango por el capitán Francisco de Ibarra, quien estableció la cabecera de su gobernación en el valle del Guadiana⁵⁶. Las expediciones realizadas por los españoles permitieron que se conformara el territorio de la

⁵⁵ Estas dificultades hacen que las regiones sean divididas por su geografía más que por su división política, como ya lo señalaba el obispo Pedro Tamarón y Romeral en el siglo XVIII, que cuando fue designado a la Diócesis de la Nueva Vizcaya en 1758, recorrió el territorio que tenía a su cargo y escribió su obra: *Demostracion del vastísimo obispado de la Nueva Vizcaya-1765; Durango, Sinaloa, Sonora, Arizona, Nuevo México, Chihuahua y porciones de Texas, Coahuila y Zacatecas*, un informe dirigido al rey Carlos III donde proporciona información de las dificultades que se tenían para fijar los límites de la división del obispado. Esta aclaración va con respecto a que, como sucede con las regiones económicas que no obedecen a una división política, se puede observar como sucede actualmente con el área que comprende la diócesis de Durango, que incluye algunas parroquias de Zacatecas, producto de la búsqueda de una mejor administración dentro del orden eclesiástico. Tamarón y Romeral Pedro y Alessio Robles Vito, *Demostracion del vastísimo obispado de la Nueva Vizcaya-1765; Durango, Sinaloa, Sonora, Arizona, Nuevo México, Chihuahua y porciones de Texas, Coahuila y Zacatecas*. México: Antigua Librería Robredo, de José Porrúa e hijos, 1937

⁵⁶ Por la Información de Méritos del Capitán Francisco de Ibarra se sabe que éste, quien era originario de la Villa de Durango, de la Provincia española de Vizcaya fue el descubridor de los llanos de Guadiana, que por haberles encontrado parecido al valle de Guadiana de España, los bautizó con el mismo nombre. Gallegos José Ignacio, *op. cit.*, p. 19-93.

Nueva Vizcaya que ocupaba parte de los actuales estados de Sinaloa, Durango, Chihuahua, Sonora y una parte de Coahuila.⁵⁷

El comercio ha sido una actividad muy importante para Durango desde la época de la Colonia, cuando la ciudad de Durango se consolidó como núcleo urbano, porque además de ser un centro político-administrativo, se convirtió en centro de abastecimiento de granos que provenían de Zacatecas y la Ciudad de México.⁵⁸ Con excepción de algunas localidades de la Sierra Madre Occidental que comerciaban con Sinaloa por falta de vías de comunicación a la capital del estado, el resto del comercio estaba dominado por las negociaciones establecidas en la que fue capital de la Nueva Vizcaya.

Entre 1632 y 1680, Durango pasó por un periodo de estancamiento debido a que en 1667 Parral se convirtió en capital y principal centro económico de la Nueva Vizcaya aunado a que se abrió un nuevo ramal del Camino Real de Tierra Adentro⁵⁹ para comunicar a Zacatecas con Parral sin pasar por la ciudad de Durango. Se comerciaban abarrotes, especias, chocolates, telas finas y mantas, ropa, artículos de mercería y tlapalería, entre otros.⁶⁰

Para finales del siglo XVIII, los principales comerciantes que se establecieron en Durango provenían de la región de Vizcaya, Guipúzcoa, Navarra, Santander y Andalucía.⁶¹ Miguel Vallebuena, Javier Guerrero y Héctor Martínez, en su trabajo titulado *Durango a través del comercio, 100 años de historia*, mencionan que hay un padrón que indica que para 1787 había 25 establecimientos “que contaban con un capital que iba de los 10 a los 1,000 pesos” en la provincia de Durango de la Nueva Vizcaya.⁶² En la misma publicación se describen los tipos de tiendas “de todo género de mercancía y comercio”, ubicadas principalmente alrededor de la plaza principal, así como las tiendas de barrio o pulperías que en la actualidad podrían ser comparadas con las misceláneas y los estancos de nieve y tabaco que eran monopolios reales arrendados a particulares. También se mencionan los pósitos o alhóndigas que dejaron de existir en 1813 que se liberó el comercio de las semillas.⁶³

⁵⁷ Vallebuena, Miguel, Javier Guerrero y Héctor Martínez, *Durango a través del comercio, 100 años de historia*, Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Durango, 2017 p.19.

⁵⁸ *Ibid.*, p. 27.

⁵⁹ Véase Punzo, José Luis, Miguel Vallebuena y Rubén Durazo. *El Camino Real de Tierra Adentro. Travesía histórica y cultural al septentrión novohispano*.

⁶⁰ Vallebuena, Miguel, Javier Guerrero y Héctor Martínez, *op. cit.*, pp. 32-33.

⁶¹ *Ibid.*, p. 37.

⁶² *Ibid.*, p. 39.

⁶³ *Ibid.*, pp. 38-40.

En 1794 se construyó el Parián de Durango en el terreno de las antiguas casas reales frente a la plaza principal, con el objetivo de reunir a los comerciantes ambulantes en un lugar fijo.⁶⁴ A su vez, Juan José Zambrano⁶⁵, minero importante de la región, instaló una fábrica de tabaco en su casa, cercana al Parián, por lo que la calle Real fue cobrando importancia para el comercio local.⁶⁶

En 1821 se autorizó la libre importación de mercancías y la política comercial se caracterizó por ser proteccionista. La abolición de la esclavitud, el libre tránsito y la libertad de comercio propiciaron el dinamismo económico. A consecuencia de lo anterior, empezaron a surgir pequeños establecimientos que vendían principalmente alimentos como verduras, frutas frescas, lácteos y huevo. Estos establecimientos recibieron el nombre de misceláneas o estanquillos y se ubicaban en zonas urbanas, de manera que facilitaban el acceso a los consumidores. En caso de Durango, durante los años siguientes a la Independencia de México, los ingresos del erario eran principalmente por el tabaco y las alcabalas.⁶⁷ El estado de Durango como tal, surgió al promulgarse la Constitución de 1824. Henry George Ward, encargado de negocios de Inglaterra en México durante los años de 1825, 1826 y parte de 1827, llegó a explorar la naciente República Mexicana con interés particular en conocer sus yacimientos minerales, principalmente el oro y la plata, por lo que durante sus viajes escribió un libro titulado *México en 1827*, en el que relataba sus impresiones del territorio mexicano. En el libro de Ward, describe su recorrido desde el puerto de Veracruz hasta adentrarse a Durango, “la más meridional de las provincias internas”.⁶⁸ Por cuestiones de tiempo estuvo a punto de no realizar la visita a Durango, pero Ward decidió emprender el viaje por su cuenta, para encontrarse unos días más tarde en Zacatecas con el grupo que lo acompañaba. De esta forma narra su deseo de conocer el territorio duranguense:

Mis ansias de visitar Durango eran, sin embargo, demasiado grandes para que me satisficiera este arreglo. Mi curiosidad con respecto a las provincias septentrionales se había excitado mucho debido a los elogios que de ellas había hecho el general Victoria, que es

⁶⁴ *Ibid.*, p. 44.

⁶⁵ Juan José Zambrano Amaya y Calderón, fue un minero, hacendado y comerciante, originario de la Rioja, España que perteneció a un grupo oligárquico en Durango representado en su mayoría por vascos y fue uno de los personajes más representativos de la sociedad neovizcaína de finales del siglo XVIII y principios del XIX. Véase Murguía Hernández, Ana Iris, “Juan José Zambrano: Presencia e Integración a la sociedad neovizcaína de 1784 A 1816” (tesis para obtener el grado de maestría en Ciencias y Humanidades con área terminal en Historia), Universidad Juárez del Estado de Durango, 2015, pp. 141.

⁶⁶ Vallebuena, Miguel, Javier Guerrero y Héctor Martínez, *op. cit.*, p. 45.

⁶⁷ *Ibid.*, p. 51.

⁶⁸ Ward, Henry George, *México en 1827*, Ricardo, Haas (trad.) FCE, México, 1981, Libro sexto, sección IV, pp. 624-669. (Primera ed. en inglés, 1828 Henry Colburn, Londres).

nativo de Tamazula (llamada, en conmemoración de su nacimiento, Villa Feliz de Tamazula), en la frontera de los estados de Durango y Sonora, y yo estaba decidido a llegar cuando menos al umbral de estas tierras prohibidas a donde han penetrado hasta ahora tan pocos extranjeros y de las cuales han regresado con informes tan favorables todos cuantos las han conocido.⁶⁹

Henry Ward, realizó una relación del estado de Durango, en especial de su minería con la información que le fue proporcionada los días que duró su estancia en la capital, misma que describió con mucho agrado por el cálido recibimiento que le hicieron por recomendación de Guadalupe Victoria, originario de la entidad.⁷⁰ Al igual que en el caso de Inglaterra, también Alemania, España y Estados Unidos estaban interesados en los mercados de México, ya sea tratando de conquistarlo nuevamente o intentando entablar relaciones comerciales con el país.⁷¹

Los ingleses comenzaron a invertir en la abandonada minería duranguense, lo que reactivó la economía. Durante la Colonia se había prohibido la explotación del hierro del Cerro de Mercado para favorecer la importación de hierro vasco y a su llegada, los ingleses intentaron la fundición del hierro extraído en la ferrería de Piedras Azules donde instalaron un horno pero fracasaron por falta de carbón mineral y el carbón vegetal resultó ineficiente.⁷² En 1847, Juan Nepomuceno Flores Alcalde⁷³ en sociedad con el inglés Marcos Isson adquirieron la ferrería e invirtieron en tecnología para hacerla funcionar con carbón de pino mixto con encino pero no lograron perseverar con éxito en su tarea debido a la mala condición de los caminos.⁷⁴

Durante el siglo XIX, las principales actividades económicas del estado estaban relacionadas con la plata, el carbón y el algodón. Según Ward, el comercio principal se daba con Mazatlán debido al camino que se había habilitado para la explotación de las minas de

⁶⁹ *Ibid.*, p. 624.

⁷⁰ “No existe otra parte de la República donde las ventajas de la limpieza puedan apreciarse mejor, y mejor comprenderse las comodidades de la vida. Mi alcoba, en la casa del Gobernador, era deliciosa, y aún recuerdo, vivamente, la excelencia del café au lait que la bondadosa y amable esposa me servía, cada mañana, con sus propias manos.” Ward, Henry George, *op. cit.*, p. 633.

⁷¹ Vallebuena, Miguel, Javier Guerrero y Héctor Martínez, *op. cit.*, p. 55.

⁷² *Ibid.*, p. 56.

⁷³ Personaje nacido en Durango en 1795, Juan Nepomuceno Flores Alcalde es considerado uno de los grandes representantes del espíritu empresarial duranguense de la época. Fue un latifundista que desarrolló importantes proyectos agrícolas e industriales. Para una consulta detallada de Flores Alcalde y su familia, consultar a Villa Guerrero, Guadalupe, “Dios de bondad protégenos. El Durango de los Flores” en Sotavento. Revista de Historia, Sociedad y Cultura, Xalapa, Ver., Instituto de Investigaciones Histórico – Sociales, Universidad Veracruzana, Junio del 2000.

⁷⁴ Vallebuena, Miguel, Javier Guerrero y Héctor Martínez, *op. cit.*, p. 57.

Guarizamey y San Dimas, así como con la Ciudad de México⁷⁵. Mazatlán era un puerto de cabotaje y en mayor medida era utilizado para el contrabando, en especial de la plata en pasta.⁷⁶

Hasta la primera mitad del siglo XIX, en la ciudad de Durango se mantenían prohibiciones como el cierre de tendajones y vinaterías, los domingos y días festivos entre tres y ocho de la noche.⁷⁷ Durante el siglo XIX, en Durango, como en el resto del país,⁷⁸ comenzaron a llegar extranjeros provenientes de Inglaterra, Alemania y España⁷⁹ que se dedicaron principalmente al comercio, trayendo consigo nuevas modalidades para hacer negocios que se dedicaron al establecimiento de bancos,⁸⁰ ferreterías, tiendas de telas y ropa y abarrotes.⁸¹ La principal actividad económica en Durango durante el Porfiriato fue la minería, sector que se encontraba principalmente a manos de norteamericanos, además del desarrollo de la industria del algodón. Las intenciones de los extranjeros fueron, en general, llegar a América, trabajar para acumular fortuna y retirarse a su patria para disfrutar de las ganancias obtenidas, la mayoría así lo hizo con algunas excepciones de jóvenes que se quedaron a formar su familia en México.⁸² Para 1900, la ciudad de Durango llegó a tener

⁷⁵ “El comercio iba en aumento, y a este respecto se estaba comenzando a apreciar debidamente las ventajas de las actuales instituciones, ya que una gran proporción de los abastecimientos requeridos para el consumo del estado se llevaban de Cosalá y de Mazatlán, en tanto que el resto se remitía desde San Luis Potosí o desde México, según el precio que tuvieran las manufacturas europeas en esos dos grandes depósitos.” Ward, Henry George, *op. cit.*, p. 632.

⁷⁶ Vallebuena, Miguel, Javier Guerrero y Héctor Martínez, *op. cit.*, p. 61.

⁷⁷ *Ibid.*, p. 62.

⁷⁸ Consultar Tenenbaum, Bárbara. “México en la época de los agiotistas.” (1981), Hale, A. *El liberalismo mexicano en la época de Mora: 1821-1853*. Siglo XXI, 1999; Contreras Valdez, José Mario. “Textiles y actividad empresarial en el Territorio de Tepic (siglo XIX)” en *Antropología. Revista Interdisciplinaria Del INAH*, (72), 86-92.

⁷⁹ Para consultar algunos casos de extranjeros en Durango en el siglo XIX, véase Rodríguez López, María Guadalupe, “Empresarios alemanes en Durango” en Graziella Altamirano (coord.), *Prestigio, riqueza y poder. Las élites en México, 1821-1940*. México, Instituto Mora; *id.*, “Los barcelonnettes en Durango. La Francia Marítima”, en *Transición*(33), 36-62, Junio 2006; Rodríguez López, María Guadalupe (coord.), *La nostalgia y la modernidad, empresarios y empresas regionales de México, siglos XIX y XX*, , México, Instituto de Investigaciones Históricas-Universidad Juárez del Estado de Durango, 2005.

⁸⁰ Véase a Rodríguez López, María Guadalupe, “La banca porfiriana en Durango”, en María Guadalupe Rodríguez *et al.* Durango (1840-1915), *Banca, transportes, tierra e industria, Monterrey*, UANL-UJED, 1995.

⁸¹ Para profundizar en la composición de la sociedad porfiriana en Durango, véase Miguel Vallebuena, *Civitas y urbs: La conformación del espacio urbano de Durango*, Universidad de Juárez del Estado de Durango, Instituto de Investigaciones Históricas, 2005, donde se detalla la procedencia, el perfil ocupacional, la distribución espacial, etc., de la población de Durango.

⁸² Vallebuena, Miguel, Javier Guerrero y Héctor Martínez, *op. cit.*, p. 63; véase Villa, Guadalupe, “Los extranjeros que llegaron para quedarse” en Villa, Guadalupe y Francisco Morán (coords.), Durango Tierra de Retos Vol. II, 2009, pp. 67-87, para otros casos véase Lázaro, Javier Moreno, María Eugenia Romero Ibarra. *El éxito del Gachupín: empresas y empresarios españoles en México: de la revolución a la globalización*. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Economía, 2012.

31,092 habitantes y 49,916 en el municipio,⁸³ esto se explica por la migración debido al proceso de urbanización, como resultado de las políticas comerciales implementadas para impulsar la industrialización.⁸⁴

La llegada de los extranjeros trajo nuevas modalidades para la actividad comercial como los almacenes, que eran grandes tiendas departamentales en las que se podían encontrar variadas mercancías, siendo las primeras de este tipo en Durango, la del inglés Diego Randell y las de los norteamericanos Washington Kerr y Juan Belden,⁸⁵ este último famoso por su afición a exhibir joyas, por lo que fue llamado el “Príncipe de los Diamantes”. Por esta razón el portal que había construido Zambrano en el siglo anterior y que llegaba hasta la plaza de Armas, donde estuvo la tienda de Belden, tomó el nombre de Portal de los diamantes durante el siglo XIX. Por su parte, Randell se especializaba en la venta de armas inglesas, comenzando por los sables para los dragones del ejército, pero sobre todo rifles, carabinas, pistolas de fulminante y pólvora inglesa superior.

Con la migración alemana de 1833-1837, llegaron a Durango Germán y Carlos Stalknecht, Enrique Fügemann, Agustín y Julio Delius así como Guillermo Storel, quienes dominaron la vida económica local por treinta años. Germán Stalknecht era originario de Minden, Prusia y llegó a Durango como dependiente de Julio Lehmann; fundó las fábricas del Tunal y de Santiago Papasquiaro. En 1842 formó una sociedad con su hermano Carlos para ampliar su comercio, para ser en 1845 director de la casa de moneda. Para 1845 se había asociado con Julio Lehman para trabajar un almacén de todo género de mercancías, rubro novedoso en el comercio mexicano, que introdujeron los alemanes. Al terminar su vida laboral dejó encargados del almacén a sus hijos, Germán y Carlos. Después de esto emigró a Bonn, donde falleció en 1883.⁸⁶

Contemporánea a esta negociación fue la que fundaron Diego Randell y el prusiano Julio Delius, bajo la denominación de Almacén Randell y Delius, que ya funcionaba para 1843. Tiempo después, la firma cambió a Delius Hermanos, al ser incorporados Agustín Germán y Alberto Delius, quienes arrendaron a Guadalupe Yandiola el edificio que había sido propiedad de su abuelo, el conde de Súchil, para establecer el sitio de su negociación. El

⁸³ Vallebuena, *op. cit.*, 2005, p. 102.

⁸⁴ Villa, Guadalupe, “La minería en la era de la paz y el trabajo” en Cano, Gloria y Mario Cerutti (coords.) *Porfirato y revolución en Durango, México*, Universidad Juárez del Estado de Durango, Instituto de Investigaciones Históricas, 1999, p. 136.

⁸⁵ Vallebuena Miguel, Javier Guerrero y Héctor Martínez, *op. cit.*, p. 63.

⁸⁶ *Ibid*, p. 65

regreso paulatino de los hermanos Delius a Europa permitió que los dependientes que trabajaban con ellos pudieran ir ascendiendo y finalmente quedándose con el negocio. El último representante de la casa Delius en Durango fue Germán Meyer, a partir de 1873, bajo la firma Meyer, Doorman y Cía., que funcionó hasta 1878, en que se declaró en quiebra.⁸⁷

Otro prusiano que comenzó actividades comerciales en esta época fue Enrique Melchers, quien tal vez fue el fundador de la casa Melchers de Mazatlán, la que adquirió gran importancia comercial y estuvo ligada a los comerciantes alemanes de Durango. Otro comerciante importante fue Enrique Fügeman, igualmente de origen prusiano, quien fue dueño del terreno aledaño a la fábrica de La Providencia, donde actualmente se encuentran las instalaciones universitarias por calle Fanny Anitúa.⁸⁸

Por otra parte, Julio Hildebrand, natural de Bremen, formó con Julio Delius la sociedad Delius e Hildebrand⁸⁹, en 1854, ocupando el edificio de El Palomar. Esta sociedad representante de la casa Melchers de Mazatlán subsistió hasta 1869, cuando Hildebrand se independizó, quedando con su hermano Adolfo al frente de la tienda. Al retirarse de la negociación, se formó la sociedad mercantil Hildebrand, Becker y Brunet.⁹⁰

Un prusiano más que se estableció en Durango fue Maximiliano Damm Laap, originario de Magdeburgo Prusia, quien se incorporó al almacén Delius en 1864, permaneciendo allí hasta que quedó al frente de la tienda en la casa del conde del valle de Súchil. Finalmente adquirió esta propiedad en 1898 y la remodeló. Damm trabajó también la hacienda de Laxas, así como las minas de Promontorio y Gavilanes. Finalmente se retiró a Alemania y falleció en 1898.⁹¹

Así como los prusianos establecieron importantes tiendas en Durango, algunos vascos tenían negociaciones de telas y ropa. El primero de ellos era Antonio Izurieta, a quien le

⁸⁷ *Ibid, loc. cit.*

⁸⁸ *Ibid, p. 66.*

⁸⁹ Al respecto, Mario Contreras señala que los Delius y los Hildebrand formaron parte también de las familias más ricas e influyentes de Tepic, Nayarit, posterior a su llegada a Durango desde Alemania entre 1830 y 1840. Algunos miembros de la familia Delius habían sido representantes diplomáticos de Prusia en Durango, a lo que Contreras atribuye una mayor facilidad de inmigración de sus familiares desde Hamburgo. Las familias Delius, Hildebrand y Meyer, son ejemplo de los extranjeros, en este caso alemanes, que crearon redes comerciales en distintos estados del país, logrando exitosamente la acumulación de fortuna que llegaron buscando en América. Contreras Valdez, Mario, *La oligarquía del territorio de Tepic, 1880-1912 sus negocios y política*. Tesis para obtener el título de maestro en Historia, UNAM, mayo de 2006.

⁹⁰ Vallebuena, Guerrero y Martínez, *op. cit.*, p. 66.

⁹¹ *Ibid, loc. cit.*

tocó el paso a la época independiente. Posteriores fueron los hermanos Antonio y Pedro Ángel Arana y luego su sobrino Juan, quienes eran accionistas de la goleta Gabriel que transportaba mercancías de Bilbao y Burdeos a Mazatlán.

Entre los comerciantes vascos también estaban los hermanos Ángel Juambelz e Ibargüen, que fundaron la tienda de Las Tres Rosas en 1845. De acuerdo a un anuncio de esta casa, de 1852, se conseguía en este lugar perfumería y rebocería de México y Guadalajara.⁹²

Otro almacén importante era el de Juan Antonio Pescador que pasó en 1835 a Francisco Gurza, ubicado frente a la casa del conde de Súchil. Competidor de estos establecimientos era el Coloso de Rodas, propiedad del italiano José Dolores Grimaldo. Entre las mercancías que se ofrecían en este establecimiento estaban muselinas inglesas y francesas, satín francés, casimires ingleses, capotes de Berlín, chales de Viena, mascaradas de algodón, tápalos de merino y del Tíbet, quimonos, tejidos de alpaca, entre otros. Con la muerte de Grimaldo en 1867, quedó al frente de sus negocios su viuda, Juana Campa, una de las primeras empresarias mujeres de la entidad. Ella fundó además, el Tocador de las Damas, una tienda de lencería femenina donde se vendían las últimas novedades de París.⁹³

Francisco Mouchet llegó a Durango en 1848 y confeccionaba trajes para caballeros. En el Brazo de Bronce, de Zally hermanos y en la sombrerería de Pedro Nava se podían adquirir sombreros para dama y caballero. En el ramo de las zapaterías se encontraban la zapatería Elegante de Nemesio Galindo, la de las Damas de Luis Guardado y El Buen Gusto de José María Mijares. También había entonces tiendas de ropa popular como la de las Flores, situada en el portal de ese nombre, del coronel Francisco Pacheco y su yerno Salvador Santa María, que finalmente terminó incendiada en 1847. En 1871 se instaló la Rebocería de los Arrieros de Santiago Loweree y Lucas Arregui estableció El Puerto de Mazatlán frente a la plaza.⁹⁴

José Fernando Ramírez, al estudiar las condiciones de la ciudad al mediar el siglo XIX señala que habían 471 personas dedicadas al comercio, pero, al mismo tiempo, la falta casi total de establecimientos industriales, pues solo puede decirse que existía la fábrica de tejidos de algodón en las márgenes del río del Tunal.⁹⁵

⁹² *Ibid*, p. 68.

⁹³ *Ibid*, p. 69.

⁹⁴ *Ibid*, *loc. cit.*

⁹⁵ Saravia, Atanasio G., "Del siglo XVI al siglo XX", agosto de 1940, en CANACO, *Durango 25 años de esfuerzo*, pp. 105-108.

En 1848, el comercio local importaba los artículos que no tenía en la localidad, por el puerto de Mazatlán y del interior del país. La introducción de los productos se hacía con lo que se llamaban trenes de carros y por activo servicio de recuas de mulas la introducción de los artículos que se traían de Mazatlán. Calculaba José Fernando Ramírez que para entonces se importaban mercancías por valor aproximado de 1,800,000 pesos repartidos en cinco almacenes, 15 tiendas de ropa, tres mercerías, tres tiendas mixtas, 12 tiendas de abarrotes y comistrajo, con giro excedente de 2 mil pesos y 92 tiendas de la misma clase que en pequeño existían en Durango.⁹⁶

Las principales tiendas de abarrotes de Durango eran: El Baluarte por la calle de Constitución y Mayor (ahora 20 de Noviembre), en contra esquina de la Catedral, que perteneció a Basilio y Domingo Mendarózqueta. Pedro del Río, Al Gran Número 11, fábrica de cigarros y expendio.⁹⁷

I.2.1.1 Las comunicaciones

Durango sufrió continuos ataques de apaches y comanches que causaban muertes, daños en la agricultura, ganadería y en el comercio.⁹⁸ También los bandidos por su parte, amenazaban a la población que quería trasladarse a otra ciudad por los inseguros caminos, en especial durante la guerra de Reforma. Los apaches comenzaron a atacar en 1831 y los comanches en 1842, hasta 1880 que los ataques terminaron en definitiva⁹⁹ pero las vías de comunicación representaban un problema para el comercio, por lo que con la llegada del ferrocarril en 1892, las condiciones mejoraron, Durango obtuvo una integración de su mercado regional y se vio unido al resto del país por el ferrocarril para dar inicio a una nueva era para los negocios. El Ferrocarril Central unía a la Ciudad de México con Ciudad Juárez, pasando por la región lagunera del estado de Durango. En el norte, se planeaba además construir una red del Ferrocarril Internacional Mexicano para conectar Ciudad Porfirio Díaz actualmente Piedras Negras, con el puerto de Mazatlán, pasando por la ciudad de Durango.¹⁰⁰

El tendido de la línea del tren desde Torreón a la ciudad de Durango se debió al interés de la empresa encargada de la explotación del mineral del Cerro del Mercado, *The Mountain*

⁹⁶ Saravia, Atanasio G., *op. cit.*, pp. 104-108.

⁹⁷ Vallebuena, Guerrero y Martínez, *op. cit.*, p. 50

⁹⁸ Véase Arreola Valenzuela, Antonio, "Apaches y comanches en Durango" en, *Transición 23*, IIH/UJED, Durango, diciembre 1996, pp. 33-46.

⁹⁹ Vallebuena Miguel, Javier Guerrero y Héctor Martínez, *op. cit.*, pp. 52-53.

¹⁰⁰ Vallebuena Miguel, *Civitas y urbs: La conformación del espacio urbano de Durango*, p. 103.

Iron Company, cuyo principal accionista era Collis Potter Huntington, que también lo era del Ferrocarril internacional pero el ferrocarril Durango-Mazatlán nunca se concretó.¹⁰¹

La primera locomotora llegó a Durango el 16 de octubre de 1892 y se siguió con la construcción del ramal que llegaría hasta el mineral de Guanaceví, Topia, San Andrés y que llegó solamente a Tepehuanes en 1902. Este ramal permitió la integración del mercado regional de Durango, al derivar la producción de la sierra y los valles centrales del estado sobre la capital.¹⁰²

La ubicación de la estación ferroviaria al norte de la ciudad en 1892, impulsó la expansión de la ciudad hacia ese punto y la aparición de nuevos barrios. Se construyeron en el área hoteles, mesones, casas de citas, bodegas, y numerosas casas en los solares del denominado Llano de Guadalupe por su cercanía con el santuario. El nuevo esquema de modernidad porfiriana de Durango estuvo completo con el establecimiento de la red de correos y telegráfica en 1870, la de electricidad en 1890 y la telefónica en 1903, así como el beneficio que trajo la adopción del sistema métrico decimal en 1890.¹⁰³

I.2.2 El comercio en el siglo XX.

A inicios del siglo XX, los almacenistas que surtían los comercios del estado eran pocos, se tiene conocimiento de algunos establecimientos como los de “Los Delius Hermanos”, de los que fue sucesora la casa de Maximiliano Damm; la casa Loweree Hnos., cuyos intereses quedaron en manos del Miguel Verduzco; la casa Almacenista de Ropa, “La Francia Marítima”, de Borelly y Crez, dirigida en 1940 por los señores Lombard; eran las que principalmente surtían de ropa, implementos para la minería y para la agricultura a las demás plazas del estado.¹⁰⁴

En el ramo de los abarrotes hubo innovaciones importantes puesto que la diversidad de productos aumento con las importaciones. De los establecimientos que se tiene conocimiento están “Las Mariposas”, de Julián Medina; “Las Campanitas”, de Manuel Durán y el “Gran Número 11”, de Pedro del Río que trabajaron después Eduardo Turco y Anacleto García; estos se encontraban en primera línea, mientras que en el ramo de Mercería y Ferretería, “La Suiza”, de los señores Willmans, luego Peters, la “Mercería Alemana” de Böse y Scmidt y Rafael Barrera, llevaban la primacía. La tienda “La Simpatía” de Juan

¹⁰¹ *Ibid, loc. cit.*

¹⁰² Vallebuena Miguel, Javier Guerrero y Héctor Martínez, *op. cit.*, p. 73.

¹⁰³ *Ibid, loc. cit.*

¹⁰⁴ CANACO, "Durango, 25 años de Continuo Esfuerzo", 1941, p.12.

Paura, los hermanos Elizondo en “El Nuevo Castillo”; y “La Abundancia” y “Las Carolinas”.¹⁰⁵

Atanasio Saravia escribe que a fines del siglo XIX y principios del XX, recuerda que existían los almacenes de “Las Tres Rosas”, de Antonio de Juambelz, el almacén de Damm, conocido antes por Almacén de los Delius, establecido en la casa que fuera de los condes del Campo y del Valle de Súchil; en el Palomar, el establecimiento de Julio Hildebrand Sucs. que para 1940 ya habían liquidado sus operaciones y a una cuadra de distancia la casa de Loweree Hnos. Sucs., la famosa “Rebocería” de Miguel Verduzco y Antonio López y “La Francia Marítima” y “Las Fábricas de Francia”, con los apellidos de los Fabre, los Crez, Bourillon, Jacquez y posteriormente los Lombard, en sus razones sociales. “El Surtidor” de Melchor Sánchez Aguirre y “La Suiza” con el nombre de Wilmans y “Mercería Alemana” de Luis Bosé, lo que antes fuera, la Mercería de Manini, establecida frente al Palomar. En abarrotes, “Al Gran Número 11” de Eduardo Turco y Anacleto García, “Las Mariposas” de Julián Medina y “La Simpatía” de Juan F. Paura, La Enseñanza, de José María Salas.¹⁰⁶

La revolución de 1910, hizo cambiar radicalmente el panorama de Durango en cuanto a sus actividades comerciales. En 1913, muchos negocios, comerciales e industriales tuvieron que desaparecer luego de los saqueos e incendios que se suscitaron el 18 de junio de ese año. Las tropas revolucionarias incendiaron veinticuatro edificios comerciales entre los que se encontraban La Francia Marítima, el Café de la Unión, las mercerías Suiza y Alemana, el portal de Las Palomas y la Casa Daesslé. Muchos duranguenses abandonaron la ciudad en busca de estabilidad para realizar negocios, situación que afectó fuertemente la economía duranguense. Como respuesta a estos hechos, la Cámara Nacional de Comercio e Industria de la Ciudad de Durango, fue fundada el 26 de agosto de 1915, cuando algunos hombres de negocios se reunieron para constituir una asociación en la que pudieran defender sus intereses al mismo tiempo que contribuir al progreso de su ciudad. La convocatoria inicial reunió a 66 comerciantes, integrada por propietarios de 27 tiendas de abarrotes, 16 tiendas de ropa, seis boticas, tres panaderías, tres agricultores, tres zapaterías, dos mercerías, dos comisionistas, una cantina, una fábrica de muebles, un comerciante de pieles y un exportador de calzado.¹⁰⁷

¹⁰⁵ *Ibid.*, p. 37.

¹⁰⁶ Saravia, Atanasio G., *op. cit.*, pp. 104-108.

¹⁰⁷ CANACO, *op. cit.*, pp. 13-14; Dueñez Eliodoro, “El comercio y la industria de la ciudad de Durango” en CANACO, *op.cit.*, pp. 37-38.

Figura 3. “La Francia Marítima”, luego de la toma de la ciudad de Durango en junio de 1913.



Fuente: Vallebuena, Miguel, Héctor Martínez y Javier Guerrero, *op. cit.*, p.104

Las tiendas de abarrotes que conformaron el padrón inicial de la Cámara de Comercio eran la de Araiza Hnos., la de Antonio Calderón, la de Anacleto García, la de José María Gutiérrez, la de Jesús Gutiérrez y Cía., la de Laureano Martínez V., la de Manuel Manteca, la de Julián P. Medina, la de Navarro Hermanos, la de Lázaro Nájera Salazar, la de Lino Rodríguez e hijos, la de Natividad Rodríguez, la de J. Gregorio Reinoso, la de Mauricio L. Sánchez, la de José Villarreal, la de Benedicto Frago, la de Abundio Ruvalcaba, la de Bernal y Guzmán, la de Luis G. Núñez, la de Martín Valverde, la de García Hermanos, la de José María Muñoz, la de Crescencio Lara, la de Eugenio Soto, la de Joaquín Gómez y la de José María Herrera.¹⁰⁸

Estas décadas posrevolucionarias fueron de inestabilidad permanente, debido principalmente a los problemas políticos. La población se redujo y apenas en 30 años se pudo alcanzar el número de habitantes que se tenía en 1910. No obstante, el comercio buscaba vías para mantenerse funcionando en las mejores condiciones posibles. Al Gran Número 11 de Anacleto García, es la primera tienda que para 1924 logró tener sucursales en la ciudad: La Central y La Costa Cantábrica. Ese año también abrió la primera agencia de automóviles, la Agencia Ford de Salvador Mendivil y compañía.¹⁰⁹

¹⁰⁸ Vallebuena *et al.*, *op. cit.*, p.95.

¹⁰⁹ Vallebuena, Miguel, Héctor Martínez y Javier Guerrero, *op. cit.*, p. 129.

Otros comercios como La Abundancia de los sucesores de Pedro Olivas, El Puerto de Veracruz de Diego Jacobo, El Castillo de la sociedad de García hermanos y La Suiza de Adolfo Peters y Compañía, habían logrado reconstruirse y comenzaban un franco crecimiento. Además nacieron nuevos comercios como Las Fábricas Universales de Elías Zetune.

Figura 4. Tienda “Al Gran Número 11”, se encontraba ubicada en la esquina de calles 5 de febrero y Francisco I. Madero.



Fuente: Vallebuena, Miguel, Héctor Martínez y Javier Guerrero, *op. cit.*, p. 63.

La situación en el comercio era crítica por lo que a inicios de 1927, se buscaron mecanismos para alentar el movimiento económico de los negocios de los comerciantes que había decaído considerablemente por la falta de flujo entre la población, pero sobre todo por los inicios del conflicto cristero. Se promovieron diversas baratas en casi todos los comercios de la ciudad, la mayor parte de ellos asociados a la Cámara de Comercio, cubriendo con llamativos anuncios las fachadas de sus establecimientos, pagando incluso a los consumidores los costos de traslado, además de proporcionar premios en efectivo, boletos de entrada gratis a los teatros, boletos de loterías y rifas.¹¹⁰

Para ese año, en que se empezaban a recuperar apenas las cosechas de las haciendas agrícolas de las cercanías de la ciudad, hubo que enfrentar otros problemas, como las dificultades en el transporte de carga del ferrocarril, que entorpecían al desarrollo del comercio y ponían en riesgo las cosechas y con ello la posibilidad de mejorar la economía

¹¹⁰ *Ibid*, p.131.

local. Esta situación se agravó al estallar nuevamente el conflicto armado, provocando con ello la caída del precio del maíz, del frijol y del trigo y con ello grandes pérdidas para el comercio que vio limitada la movilidad de sus mercancías durante prácticamente toda la década de los treinta.¹¹¹

I.2.2.1 El comercio en 1940.

Para 1940, la población de la ciudad de Durango era de 33,412 habitantes, aún menor que en 1921, pero en el estado la población había aumentado a 483,829. Después de la Revolución solamente quedaron unos cuantos comerciantes de origen europeo establecidos en Durango. En el ramo de almacenes de ropa, estaban los barcelonetas: José Lombard, Calixto Bourillon, Esteban Vinay, Juan Leutaud, Salvador Toulet. En el ramo ferretero estaba La Suiza del alemán Adolfo Peters. Un nicho económico importante era el comercio en pequeño que había sido ocupado por un número importante de migrantes procedentes del Cercano Oriente, tanto israelitas como árabes y sirio-libaneses. Entre ellos estaban: Diego Jacobo, Simón Mtuk, Jorge Goraieb, José P. Kuri, Waizel e Isaac Buca, Elías Zetune, Jorge Tumia, José Majul, Alex Serhan, Jorge Daher; Pedro Milán, Pedro Matar, Jacinto y Manuel Fallad, Edmundo Karam, Askenasi Hermanos, Farid Bujaidar; Manuel Saad y José A. Nahoul.¹¹²

Con motivo de los 25 años de la fundación de la Cámara de comercio en Durango, en 1940 se publicó una obra con el título de "Durango, 25 años de Continuo Esfuerzo", financiada por las casas comerciales de la época pagando anuncios publicitarios en el libro.

De los edificios que fueron afectados durante la toma de la ciudad en 1913 por las fuerzas revolucionarias, los comercios que lograron reconstruirse, ya sea cambiando de dueños o reedificados, se encuentran: "La Suiza", ferretería, mercería y tlapalería, fundada en 1879, de los señores Peters; "La Francia Marítima", ropa y novedades, de Lombard Hnos. y Cía.; "Mercería Nueva", de Ignacio de la Garza, fundada el 12 de julio de 1912; "Las tres rosas", almacén de ropa, calzado y sombreros de Agustín, S. Ramírez; Zapatería "El Paje", de Askenazi Hermanos; "El Buen trato", almacén de ropa y novedades, de Isaac Buca y Hermano; "La Nueva Victoria", calzado y ropa para obreros, de Emilio Ismael y Cía.,

¹¹¹ *Ibid*, p.137.

¹¹² Vallebuena, Miguel y Rubén Durazo, *Durango 450, Conservación de un patrimonio histórico*, p. 234.

anteriormente "El Hércules, casa abarrotera de Juan F. Paura y finalmente ; "La Mascota", de los Sres. Milán, almacén de ropa y calzado, antes "La Corbeta" de Jorge Daher.¹¹³

Algunos otros comercios principales establecidos en 1940 que aparecen en la publicación de la CANACO eran: "El Gran No.11", de Anacleto García y Cía.¹¹⁴; "La Enseñanza", de José María Salas, Sucesores, librería y mercería; "Casa Blum", de Frida Rueff de Blum, ropa y novedades; "Las Fábricas de Francia", de Toulet y Cía., almacenes de ropa, perfumería y novedades; "Excélsior", de Aurelio de la Parra, fábrica de sodas, café y nevería; "Botica Carlos León de la Peña y Cía., fundada en el año de 1888; "La Conquistadora"¹¹⁵, de Jesús H. Martínez, ferretería, peletería, mercería y cristalería; "Sanatorio Maternidad" del Dr. Enrique Rodarte"; "Ezpeleta", relojería; Farmacia "Pasteur", de Eduardo León de la Peña; "La Fama", de Elías Rodríguez, fábrica de hielo cristal; "El Naranja", de Jesús Gutiérrez y Cía., negociación abarrotera; "Flores", de Francisco M. Flores, fabricante de calzado; "La Papelería", de José L. Saracho; "SyR", mueblería; Baños "El Fuerte", de Agustín Delgado; "El Centro de París", de Fallad Hermanos, almacén de novedades; Botica "Del Salvador", de Germán Rivera; "La Estrella", de Federico Schroeder, mercería y ferretería; Peluquería Gillette", de Román Romero; Mueblería "Alpha", de Ramón González; Salvador Salum, abarros en general; "Funeraria Guadiana", de Vda. de Rodríguez y Langoné; "Sanatorio Moderno", del Dr. Carlos León de la Peña; "El Pollito", de Mariano Loaiza, fábrica de muebles y camas de fierro; "Tardán", Sombrerería; y "La Elegancia", sastrería de Jesús Herrera. La mayoría de estos establecimientos se encontraban en la calle 5 de febrero (antes Calle del Comercio) y la calle 20 de noviembre (antes Calle Mayor).¹¹⁶

En la revisión del Archivo de Notarías también aparecen los negocios de "La Barata" de Juan Fernando Andrade Lara y "Mueblería Central, S. de R.L" de Alberto González Saravia Clark, que empezaban a formar parte de los comercios de tradición en la ciudad. Se repiten

¹¹³ CANACO, op. cit.

¹¹⁴ Archivo de Notarías en Archivo Histórico del Estado, el 23 de junio de 1944, Juana Reta viuda de Reinoso vendió a "Anacleto García y Compañía" el local en 5 de febrero #401 poniente, esquina con Madero, por \$50,000, con el objeto de continuar la explotación del giro mercantil "Al gran N°. 11". A su vez ella lo había adquirido a Ma. Leonor Cazón de Bourillón; El 30 de junio de 1951, Anacleto García vende el edificio, 7 bodegas en el Callejón de las Mariposas, 8 bodegas en Leyva 114 Pte. (planta de refrigeración), local comercial en Constitución 405 Sur y una casa en el Barrio de Analco a Manuel y Antonio García de la Parra, Jesús García Gómez y Ángel Reinoso Reta, por \$200,000.

¹¹⁵ Archivo de Notarías en Archivo Histórico del Estado, Jesús H. Martínez renueva capital social de la empresa mercantil "La Conquistadora, S.A. de C.V. en sociedad con Ángel ESQUIVEL, Francisco y Roberto Martínez Tapia y Consuelo Curiel.

¹¹⁶ *Ibid.*

con frecuencia apellidos como Lombard, Rosas, Mendivil, Gutiérrez, Elizondo, Saravia, Fournier, De la Garza, entre otros, dentro de las transacciones realizadas en préstamos, compra-venta de bienes, actas constitutivas o con participación en las compañías mineras y madereras, que son las que abundan en esos archivos de la década de los cuarenta. En un contexto de bonanza en el país, estos personajes poco a poco van conformando la “élite” de comerciantes de la ciudad, que consolidan su poder buscando estrategias para incrementar su capital y ser impulsores de la economía local, aunque en el estado las condiciones económicas en otros sectores no fueran favorables.

Un ejemplo de estos comerciantes locales, fue la familia Andrade. Juan Andrade Chávez comenzó su actividad comercial, en la zona serrana de Muleros, cercano al municipio de Vicente Guerrero. En el año de 1910, compró a unos españoles de apellido Manteca, una tienda de abarrotes para luego fundar “La Barata” que se encontraba a la entrada del Mercado Gómez Palacio, en la avenida 20 de Noviembre. También compró a la familia Cusido, una tienda del mismo giro llamada “La Central”, ubicada en 5 de febrero, por el Mercado Gómez Palacio, para ampliar su negocio. Ambas familias que vendieron sus establecimientos a Andrade, obedecen al comportamiento de los extranjeros que vinieron a México a crear riqueza para posteriormente regresar a su patria, especialmente en la época revolucionaria.¹¹⁷

El negocio posteriormente lo heredó su hijo, Juan Fernando Andrade Lara durante el periodo de 1944 y 1967. En esta tienda se vendían abarrotes, vinos y licores, granos al mayoreo, se enviaban mercancías a distintos pueblos por ferrocarril, servicio a domicilio de despensas, a misceláneas, entre otras cosas. En la década de los sesenta una se convirtió en supermercado.¹¹⁸

En los años cuarenta, Durango tuvo una corriente migratoria hacia los centros urbanos y a Estados Unidos debido al bajo desarrollo industrial de Durango, la escasa capacidad de financiamiento para reactivar la agricultura, así como la falta de infraestructura para la creación de presas y canales en el estado. Esta situación representó un problema para la economía local y la producción agrícola.¹¹⁹

Desde la década de 1930 la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas por conducto de la Comisión Nacional de Caminos, inició los trabajos de la carretera Matamoros-

¹¹⁷ Quiñones, Mitzi, Entrevista con Jorge Andrade Cansino, ciudad de Durango, 5 de julio de 2018.

¹¹⁸ *Ibid.*

¹¹⁹ CANACO, op. cit., p. 30.

Mazatlán en diferentes tramos de los estados. En Durango se desarrollaron actividades de la iniciativa privada por parte de hombres de negocios como Salvador Mendívil, Miguel Gurza, José Bulnes, Julio González Bárcena y Luis Muguero Leyva. Así también se crearon y se mejoraron otros caminos como Durango-Canatlán, Lerdo-Durango, Durango- El Pueblito, Durango- Villa Madero y Durango- Villa Ocampo. Para 1940, Durango contaba con 86 kilómetros de caminos pavimentados, 410 kilómetros de caminos revestidos y 50 kilómetros sin revestir con un porcentaje del 75% de puentes y alcantarillas con el carácter de permanentes¹²⁰.

I.2.2.1.1 Los Gutiérrez y “El Naranja”.

Jesús Gutiérrez Barrera, inició su vida en los negocios como empleado para luego fundar la casa comercial Jesús Gutiérrez y Cía. Con el tiempo incrementó sus operaciones creando sucursales en los municipios de Canatlán y Vicente Guerrero. Más tarde estableció el negocio ganadero “La Pila”, con finos ejemplares, pastos y abrevaderos. Formó parte de distintas organizaciones y comités de beneficencia. Posteriormente su hijo Fidel Gutiérrez Lugo quedó al frente de los negocios, adentrándose en la modernidad de los establecimientos de autoservicio y continuando con la apertura de sucursales de sus casas comerciales en Santiago Papasquiari, Nuevo Ideal y Tepehuanes.¹²¹

En 2003, se publicó un libro donde Emilio Gutiérrez Valles describe las semblanzas biográficas de su abuelo Jesús Gutiérrez Barrera y su padre Fidel Gutiérrez Lugo, ambos personajes muy representativos dentro del comercio duranguense y que se tomarán como ejemplo de los empresarios duranguenses.

Jesús Gutiérrez Barrera, nació en el pueblo de Pozuelos, Coahuila el 6 de enero de 1872. En 1889 llegó a la ciudad de Durango como intérprete de la compañía constructora del Ferrocarril Internacional Mexicano. Luego consiguió un empleo en el Cerro de Mercado con Juan Mc Caughan para luego ir a trabajar durante diez años en la Cía. Minera de Potrillos.¹²²

El 1 de enero de 1901, luego de independizarse y producto de sus ahorros, pudo iniciar sus operaciones en el local “El Naranja”¹²³ y un par de años después se asoció con Rodolfo Aguilar, que murió un año después, terminando la sociedad. Entre las dificultades también

¹²⁰ *Ibid*, p.37

¹²¹ Comité de festejos del IV Centenario de la fundación de la ciudad de Durango, *Cuatro siglos de una ciudad, Durango, 1563-1963*, p. 262-264.

¹²² Gutiérrez Valles, Emilio. *Muy cerca de mi ocaso*, Espacio Vacío Editorial: UJED, 2003, p. 19.

¹²³ Llamado así porque se encontraba en la antigua calle “El Naranja”, actualmente, Aquiles Serdán.

se cuenta que en la ciudad había grandes establecimientos de antigüedad que limitaban las ganancias de los negocios pequeños, por lo que se asoció con Emilio Cisneros bajo el nombre “Gutiérrez y Cisneros” y ocuparon el local llamado “La Simpatía”, que se ubicaba en calle 20 de Noviembre 401 poniente.¹²⁴

Posteriormente, al disolverse la sociedad con Cisneros, el 22 de mayo de 1915 creó una nueva con José Revueltas¹²⁵ que se denominó “Jesús Gutiérrez y Cía.”, esto en medio de un inestable escenario postrevolucionario. En 1920, Revueltas abandonó la sociedad para trasladarse a la ciudad de México y su lugar fue ocupado por Fidel Gutiérrez Lugo, quedando así en familia, el mismo año que adquirieron un local propio. El negocio fue prosperando, compitiendo con “El Gran Núm. 11” de Anacleto García y “Las Mariposas” de Julián Medina, que eran consideradas las más importantes de la ciudad y en 1930 se unió como socio Jesús Blanco Ayala. Jesús Gutiérrez también fundó la empresa ganadera “La Pila” y falleció en 1938.¹²⁶

Su hijo Fidel Gutiérrez Lugo, que había sido enviado a estudiar al Colegio San Eduardo en Austin, Texas, desarrolló primero dotes musicales y continuó sus estudios en la ciudad de México al igual que su amigo Silvestre Revueltas, pero finalmente decidió quedarse en Durango para ayudar en el negocio familiar cuando conoció a María Valles González, con la que se casó y tuvo seis hijos. Fidel Gutiérrez Lugo murió en 1958.¹²⁷

En una publicación de El Sol de Durango en diciembre de 1957, José Ignacio Gallegos, cronista de la ciudad describe a “El Naranjo” como uno de los negocios más fuertes operando en la capital, que al fallecimiento de Jesús Blanco Ayala se había concretado como un negocio familiar a través de la sociedad “Jesús Gutiérrez y Cía. Sucs.”, integrada por Fidel Gutiérrez Lugo y sus hijos Jesús, Fidel y Emilio. En este texto, Gallegos dice al respecto:

Tomando en cuenta los nuevos sistemas que existen en la venta de comestibles, don Fidel Gutiérrez Lugo ideó y creó, de acuerdo con sus hijos, la transformación de la tienda de abarrotes “El Naranjo”, en un supermercado, que fue inaugurado solemnemente el cinco de diciembre de mil novecientos cincuenta y dos.

¹²⁴ *Ibid*, p. 20.

¹²⁵ Padre de los hermanos Silvestre, Fermín, Rosaura y José Revueltas, artistas que con su obra marcaron de manera determinante el arte y la cultura en México.

¹²⁶ *Ibid*, p. 21-22.

¹²⁷ *Ibid*, p. 22

Actualmente, la razón social “Jesús Gutiérrez y Cía. Sucs.” sostiene en esta ciudad tres supermercados y en el Estado, dos magníficas fincas ganaderas, y creo que andando los años, estas negociaciones comerciales aumentarán.¹²⁸

Fidel Gutiérrez Valles, también escribe un libro titulado *Mis memorias* en el que relata su experiencia en las áreas comercial, bancaria, ganadera y agropecuaria, así como la historia del negocio familiar. Realiza una cronología de la consolidación de “El Naranjo” como empresa abarrotera y narra su participación en las actividades del comercio a partir de 1940 que inició como ayudante de bodeguero para conocer la mercancía nacional e importada, luego se convirtió en ayudante de cajero, facturista, subjefe de mostrador y agente de ventas al mayoreo hasta que pasó a ser socio de la firma.¹²⁹

“El Naranjo”, contaba con sucursales en algunos municipios del estado como en Vicente Guerrero (1920-1978), Canatlán (1920-1946), puntos de compra en Nuevo Ideal (1920-1946), Villa Unión del municipio de Poanas (1940-1960), Tepehuanes (1948-1978) y Santiago Papasquiari (1946-1978).¹³⁰

La familia Gutiérrez también tuvo la iniciativa de dedicarse a la distribución de automóviles y camiones Chevrolet en Durango durante la década de los 40, pero finalmente debido a conflictos con sus socios Blanco, esta sociedad termina y la concesión de autos es otorgada a José Saracho Gavilán y a Jesús H. Elizondo, también reconocidos empresarios duranguenses.¹³¹

Entre las décadas de los 40 y los 50, se abrieron tres supermercados “El Naranjo”, el primero de ellos el 5 de diciembre de 1952 en la esquina de las calles Hidalgo y 20 de Noviembre,¹³² en un edificio construido para el negocio. Dentro del discurso de inauguración que transcribe Fidel Gutiérrez Valles, su padre Fidel Gutiérrez Lugo menciona la implementación de un moderno sistema dentro de los abarrotos creado en Estados Unidos y que será de gran utilidad para la sociedad duranguense:

Es muy satisfactorio para los que hemos tenido la suerte de poder continuar las actividades que hace más de cincuenta años iniciara nuestro inolvidable jefe el Sr. Don Jesús Gutiérrez

¹²⁸ El Sol de Durango, diciembre de 1957.

¹²⁹ Gutiérrez Valles, Fidel. *Mis Memorias*, Instituto de Cultura del Estado de Durango, 2007.

¹³⁰ De esta forma nace la Compañía Abarrotera de Santiago Papasquiari, S.R.L., administrada por Federico Romo y después por Eduardo Vela Pacheco que había sido gerente de la sucursal en Vicente Guerrero.

¹³¹ Archivo de Notarías, 21 de Julio, 1943.

¹³² Calle principal de la ciudad de Durango.

Barrera, ofrecer hoy a la ciudad de Durango, un establecimiento de artículos de primera necesidad en el ramo de comestibles, funcionando bajo un sistema moderno.

En los Estados Unidos del Norte, este sistema se implantó desde hace algunos años con las cadenas de tiendas conocidas con el nombre de sus fundadores "Piggly Wiggly",¹³³ siendo éste uno de los muchos que ayudan a solucionar los problemas con que este siglo ha venido a complicar la vida en todas las partes del mundo.

En nuestro país lo tenemos ya en la capital y en algunos estados, funcionando con regularidad, y con beneplácito de todas las clases sociales.

Hoy, nosotros lo ponemos en práctica considerándolo como de prueba, y nos proponemos perfeccionarlo con objeto de ofrecer mejor servicio cada día, y de que el riesgo que corremos de fracasar, modificando las costumbres tradicionales de esta población, desaparezca al convencerse el público de las muchas ventajas que recibirá al dar su preferencia a este supermercado. (...) ¹³⁴

En estas palabras de Fidel Gutiérrez Lugo, se puede ver que desde la década de los 50 se puso en funcionamiento el modelo de autoservicio en la ciudad de Durango y como lo indica el empresario, esto significaba enfrentarse al paradigma tradicional de la sociedad duranguense que se deja entrever como arraigada a las costumbres de forma conservadora. El segundo supermercado fue inaugurado tiempo después y el tercero en 1958, lo que indica que el modelo fue bien recibido por los consumidores.

¹³³ Clarence Saunders, estadounidense nacido en Virginia, abrió el primer Piggly Wiggly, el 11 de septiembre de 1916 en Memphis, Tennessee, convirtiéndose en el pionero del modelo de autoservicio. Tenía la tienda llena con 1,000 productos, los clientes entraban a través de un torniquete y seguían un camino a través de los pasillos. Los productos fueron arreglados con precios claramente marcados, algo que nunca se había visto hasta ese entonces. Hubo incluso básculas para que los compradores pesaran el azúcar y otros productos básicos. Al principio, Saunders tuvo que desplazar el personal que había habitualmente tras los mostradores al interior de la tienda para enseñar a los clientes las nuevas formas de comprar.

Saunders fue un desertor escolar que tomó nota de las ineficiencias de las tiendas de abarrotes en el tiempo. Estaba convencido de que la razón del fracaso de muchas de las tiendas estaba en las pérdidas de cuentas de crédito de los clientes y los costos laborales de los empleados y los repartidores. Tras abrir primera tienda Piggly Wiggly, presentó una solicitud de patente, ya con el modelo perfeccionado.

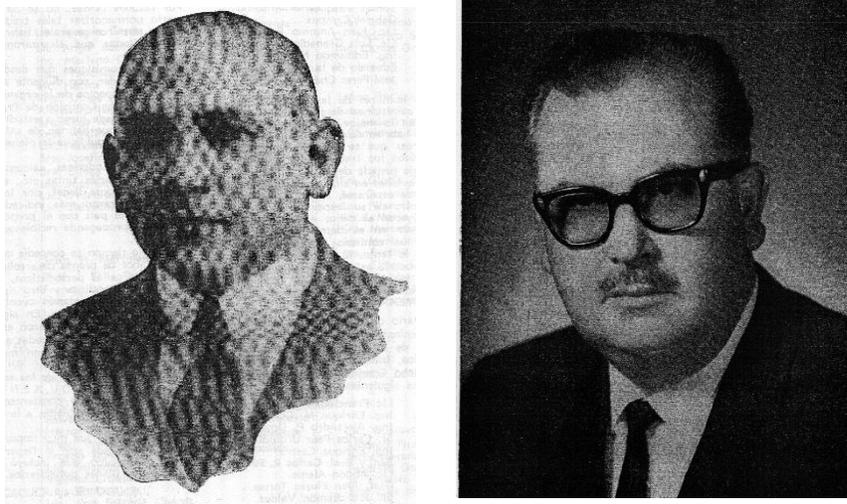
Saunders rediseñó la industria de comestibles y organizó metódicamente las cosas en orden para atraer a los clientes, por ejemplo, él puso dulces y otros artículos de impulso al lado de la caja registradora. Además de lanzar el modelo de autoservicio, Piggly Wiggly introdujo las canastas de compra, los artículos marcados con precio, empleados en uniforme y el modelo de franquicia de supermercados. "Cómo Piggly Wiggly cambió el mundo de los supermercados", en Abasto. 9 de septiembre de 2016. Disponible en <https://abasto.com/noticias/piggly-wiggly-cambio-supermercados/>; Turienzo, Laureano, "El hombre que cambió la historia del retail" en Retail News Trends, 15 de octubre de 2017. Disponible en: <https://retailnewstrends.me/el-hombre-que-cambio-la-historia-del-retail-2/>

¹³⁴ Gutiérrez Valles, Fidel, op. cit., p. 45-46.

I.2.3 El comercio en la década de los sesenta.

En 1963, Durango contaba con siete instituciones bancarias, una de ellas, el Banco de Comercio de Durango, S.A., cuyo consejo de Administración estaba integrado por miembros de las principales familias de comerciantes de la ciudad como José Lombard Jr., Jesús Gutiérrez Valles, Jesús Ma. Elizondo, Federico Ocaña F., Roberto Blum, Salvador Mendivil, Roberto Peters, entre otros. Estas familias también formaban parte de los principales clubes sociales, instituciones de beneficencia e incluso del Comité de festejos del IV centenario de la fundación de la ciudad, indicando con ello que se habían convertido en una clase social dominante que ejercía poder dentro de las decisiones políticas, sociales y económicas, que conducían el rumbo que estaba tomando Durango en la década de los sesenta. Se estaba consolidando el comercio como un factor político local.

Figura 5. Jesús Gutiérrez B., propietario de “El Naranjo” y Salvador Mendivil, propietario de Mendivil Motors., S.A.



Fuente: publicación del Comité de festejos del IV Centenario de la fundación de la ciudad de Durango, *Cuatro siglos de una ciudad, Durango, 1563-1963*.

En la publicación del Comité de festejos del IV Centenario de la fundación de la ciudad de Durango, *Cuatro siglos de una ciudad, Durango, 1563-1963*, señalan a Jesús Gutiérrez Barrera y a su hijo Fidel Gutiérrez Lugo como “propulsores de la vida económica de Durango”, indicando la importancia de sus actividades comerciales como hombres emprendedores duranguenses que tuvieron éxito mediante la transformación de sus comercios en modernos establecimientos de autoservicio, modelo de instituciones organizadas que además sirvieron para ampliar los trabajos de campo con el negocio ganadero, con casas comerciales en distintos municipios de la entidad.

En 1960 estaban instaladas las empresas: Industria Embotelladora Duranguense, que producía las marcas “Pepsi Cola” y “Jarritos”; la Embotelladora Guadiana, concesionaria de las marcas “Coca-Cola” y “Squeeze”; la Embotelladora Barrilitos y la Embotelladora Duranguense que producía los refrescos “Pep”, “Del Valle” y “Doble Cola”. Se habían instalado nuevos edificios comerciales como El motel Mexico Courts, la agencia de automóviles Packard, la nueva agencia Ford Mendivil Motors y Cía., el Cine Durango y el edificio Sears en sustitución de “El Palomar” que había sufrido un incendio en 1956.¹³⁵

Luego de la Revolución Mexicana y de la Guerra Cristera que habían hecho mella en la actividad económica del estado de Durango, en 1949 fue decretada una veda que limitaba la explotación de dos millones de hectáreas forestales al norte de la entidad¹³⁶:

Que las explotaciones intensivas forestales que se han venido efectuando de tiempo atrás en los montes de clima templado o frío, han ocasionado una fuerte disminución de nuestras reservas silvícolas, y acarreado, en la mayoría de los casos, no solo la destrucción de montes en amplias superficies, sino, cosa más grave aún, la pérdida de los suelos, por la erosión sufrida debido a la falta de la cubierta vegetal.¹³⁷

Esta veda, representó un obstáculo para el avance económico de la entidad, debido a su vocación maderera, esto repercutió en los movimientos migratorios, donde la población rural se trasladó a los centros urbanos, algunos fuera del estado, pero el 9 de noviembre de 1967 fue decretado el levantamiento de la veda forestal que se tenía desde hacía 18 años, y que el maderero Gilberto Rosas buscó explotar mediante su proyecto denominado *Bosques Mexicanos*.

En 1966 se efectuó el V Censo Comercial que proporcionó datos de interés para la presente investigación, del municipio de Durango. De acuerdo con este Censo, se registraron 557 establecimientos en los cuales laboraban un promedio de 4.5 personas, lo que deja ver la magnitud de cada comercio. Los subgrupos más grandes numéricamente, fueron, en orden de importancia: los de prendas de vestir que participaron con un 23.2%; artículos diversos para el hogar y de uso personal llegó al 21.7%; el 9.9% correspondió a combustibles y lubricantes; y equipo de transporte, sus refacciones y accesorios con el 6.6%. El personal

¹³⁵ Vallebuena, Guerrero y Martínez, op. cit., p. 139.

¹³⁶ Zona comprendida en los estados de Sinaloa y Durango, paralelos 24°30' y 26° latitud Norte y meridianos 105° 20' y 107° longitud Oeste del mismo meridiano.

¹³⁷ Diario Oficial de la Federación, Secretaría de Agricultura y Ganadería, 19 de noviembre de 1949. “Decreto que declara una veda total indefinida en los montes ubicados en las zonas comprendidas dentro de los Estados de Sonora, Chihuahua, Sinaloa y Durango, que en el mismo se delimitan.”

ocupado en esta actividad fue de 2500, los que en mayor proporción estaban distribuidos: prendas de vestir 23.4%; equipo de transporte, sus refacciones y accesorios 17.6%; artículos diversos para el hogar y de uso personal 16.2%; materiales para la industria de la construcción 9.9%; combustibles y lubricantes 9.1%.¹³⁸

El capital invertido en comercio ascendió a 170 millones 85 mil pesos, el cual fue absorbido básicamente por el subgrupo de equipo de transporte, sus refacciones y accesorios con el 31.3%; prendas de vestir captó el 18.6%; el 11.6% fue para materiales para la industria de la construcción; 10.2% para artículos diversos para el hogar y de uso personal y combustibles y lubricantes abarcó el 4.2%. Las ventas e ingresos diversos sumaron 257 millones 984 mil pesos distribuidos en: equipo de transporte, sus refacciones y accesorios 25.9%; artículos diversos para el hogar y de uso personal 15.6%; combustibles y lubricantes 15.2%; materiales para la industria de la construcción 11.3%.¹³⁹

Cabe agregar que este Censo no contabilizó a ciertas clases de comercios como son: los de frutas y legumbres frescas; carnicerías y pollerías y alimentos, bebidas y productos del ramo de abarrotes. Estos establecimientos aunque insignificantes por su monto de inversión, vistos en su conjunto adquieren importancia en virtud del gran número a que ascienden. De conformidad con la proporción obtenida por la Dirección General de Estadística de la SIC., estos comercios representan el 60% del total de establecimientos, el 25% del personal ocupado y el 15% de los valores que se consideran, cifras que indican la dispersión y magnitud que caracterizaban al llamado pequeño comercio.¹⁴⁰

En 1967 el Banco de Comercio realizó un estudio económico regional titulado La Economía del estado de Durango, como resultado del primer movimiento social iniciado a favor de la industrialización de Durango. Los resultados son que, al contrario de lo que se pensaba, por ser una entidad mayormente rural, la agricultura era poco significativa en el estado de Durango. Únicamente se sembraba en el 5% del territorio estatal y la mayor parte eran tierras de temporal. No existía diversificación de cultivos, ya que el maíz y el frijol absorbían el 95% de la superficie total cultivada. A pesar de los esfuerzos que se realizaban, el riego era capaz de resolver el problema de la agricultura de temporal. Con ello, el sector agrícola

¹³⁸ Secretaría de Industria y Comercio (SIC), Dirección de Estadística, *V Censo Comercial 1966, Datos de 1965, Resumen general*, 1968, pp. 399.

¹³⁹ *Ibid.*

¹⁴⁰ Anaya Gutiérrez, Alberto, Estudio socio-económico de la población sujeta al régimen del salario mínimo en la ciudad de Durango, Tesis para obtener el título de Licenciado en Economía, Facultad de Economía, UNAM, 1972, p. 16.

tenía un crecimiento demasiado lento pues existía escasez de agua, tanto de riego como de lluvia pero el clima templado resultaba benéfico.¹⁴¹

La población de Durango creció a un ritmo menor que el promedio nacional. De 483 mil habitantes que arrojó el Censo General de Población de 1940, se pasó a 919 mil en 1967. En 27 años la población no alcanzó a duplicarse, mientras que en el país aumentó 2.32 veces. El crecimiento anual de la población de la entidad siguió en el periodo un ritmo bajo y constante. De 1960 a 1967, por ejemplo, el aumento por año de la población estatal fue de 2%, a pesar de que tiene un coeficiente de natalidad más alto que el país en general y una tasa de mortalidad comparable. Se registraba uno de los saldos migratorios negativos más elevados en el país; de 1950 a 1960 salieron del estado más de 50 mil habitantes. En el año de 1967 más de 30 mil campesinos se registraron para trabajar en Estados Unidos. De ellos, solamente 2 mil lo consiguieron.¹⁴²

La emigración a las ciudades de la propia entidad, sin embargo, no era muy dinámica. Para 1967, Durango tenía más del 58% de su población en el campo. Al igual que en la actualidad, Durango no contaba con ningún centro de población relevante, fuera de la capital, de Gómez Palacio y Lerdo. El resto de las poblaciones eran consideradas mercados poco atractivos.¹⁴³

Mientras la economía duranguense no avanzó, el comercio lo hizo en forma poco significativa, pues salvo excepciones contadas, también arrojó un cuadro poco dinámico. Cuando la situación empezó a moverse, el comercio de inmediato recibió favorablemente el impacto. Comenzó a volverse más agresivo, los sistemas registraron cambios y surgieron nuevas empresas.¹⁴⁴

Durango era deficitario pero vendía una gran proporción de su producción maderera y artículos forestales industrializados a los estados del noreste del país. La mayor parte de sus productos agrícolas (maíz y frijol) era absorbida por la CONASUPO. La manzana llegaba a muchos rincones del país. Los productos mineros tenían como destino plantas

¹⁴¹ Ayala Espinoza, Carlos; Carlos Santos Méndez y Manuel Sánchez Lugo, *La Economía del estado de Durango*, Colección de Estudios Regionales, Bancos de Comercio, México, 1967, pp.66.

¹⁴² Censo General de Población 1940, Archivo del Centro de Información INEGI Balderas, Biblioteca Gilberto Loyo INEGI.

¹⁴³ *Ibid.*

¹⁴⁴ Ayala et al, op. cit., p. 70.

fuera del estado. Los productos industriales que ofrecía, ajenos a la silvicultura, eran poco significativos. Por último, el ganado en su mayoría se exportaba.¹⁴⁵

La vida comercial de la entidad enfrentaba problemas serios. La agricultura temporal nunca ofrecía un panorama seguro. La actividad forestal estaba frenada con la veda hasta antes de noviembre de 1967, la ganadería enfrentaba obstáculos y el campo, en suma, donde se encontraba el grueso del mercado potencial, tenía un desarrollo raquítico. La ocupación industrial en la capital no era muy significativa, independientemente de que la rama más importante en absorción de mano de obra – la forestal -, en ocasiones se veía detenida por la temporada de lluvia por falta de materia prima.

Según este informe, muchos almacenes y tiendas que subsistían en la ciudad de Durango contaban con sistemas de comercialización poco avanzados. Junto a esas empresas, contrastaban empresas establecidas de forma reciente para satisfacer las necesidades de la población, pero sobre todo, proyectadas al futuro Durango, planeadas para atender a consumidores de todos los niveles de ingreso, con la convicción de que en el estado, a corto plazo, la actividad económica se incrementaría sustancialmente.¹⁴⁶

El contrabando constituía un problema serio. El daño era difícil de cuantificar, pero era significativo. La opinión de comerciantes y de las cámaras que los agrupan es elocuente: el contrabando afecta sensiblemente a la industria nacional, al comercio establecido y al gobierno. A pesar de ello, también se justificaba la entrada ilegal de mercancías por las refacciones y maquinaria que no se fabricaban en el país y estaban sujetas a permisos de importación cuyo trámite era sumamente tardado y engorroso, que con frecuencia se otorgaban cuando ya eran extemporáneos.

I.3 Movimientos sociales 1966-1970.

Rivas Ontiveros en “El Comité de Defensa Popular en Durango: entre el movimiento estudiantil del 66 y el Partido del Trabajo”, describe los movimientos estudiantiles que se dieron en Durango en 1966 y 1970 como una reacción de los duranguenses por ser

¹⁴⁵ *Ibid.*, p. 72.

¹⁴⁶ Arzaluz Reséndiz, Ma. Martha, *Proyecto económico e industrial para el estado de Durango*, tesis de Licenciatura en Economía, UNAM, 1969.

partícipes de la industrialización que se venía planeando en el país desde la década de los cuarenta, en la que Durango se había mantenido rezagado.¹⁴⁷

El movimiento vivió dos episodios centrales: el primero en 1966, del 2 de junio al 18 de julio, en el cual la población se organizó en el Frente Cívico Duranguense. A pesar de la insistente movilización desplegada, en la cual prevalecieron los intereses de la Fundidora de Fierro y Acero Monterrey, por lo que el movimiento no logró triunfar. El segundo episodio fue en 1970, del 9 de enero a finales de mayo, esta vez la población se organizó en torno al Frente Popular de Lucha y se dieron de nuevo intensas movilizaciones civiles pero se obtuvo un desenlace similar.

El 2 de junio de 1966, estudiantes de la Universidad Juárez del Estado de Durango y del Instituto Tecnológico de Durango iniciaron la toma del Cerro de Mercado con el objetivo de lograr la cancelación de la concesión que tenía la Compañía de Fierro y Acero de Monterrey desde la época del Porfiriato, para explotar los recursos de la mina de hierro que se encuentra en dicho cerro. Se unieron a la causa los estudiantes de la Escuela Normal del Estado, de las escuelas secundarias, academias comerciales y primarias de la entidad.¹⁴⁸

El movimiento del Cerro del Mercado canalizó una inquietud de protesta civil: gente que se manifestaba en las calles y se enfrentaba a las autoridades, activistas que buscaban caminos de acción política. Era una tentativa para modernizar y democratizar la región y la ciudad de Durango. En el centro de la lucha se encontraba la reivindicación del mineral (fierro), extraído del Cerro del Mercado, y así no se llevara a Nuevo León, sino que se procesara en Durango, para lo cual se solicitó construir una planta siderúrgica, que daría empleo a la población de la ciudad. El movimiento fue de naturaleza civil y en él intervinieron distintas clases sociales, tanto del campo como de la ciudad.¹⁴⁹

El movimiento pro industrialización o movimiento de liberación del Cerro de Mercado, como le llamaban, fue recibido con entusiasmo por parte de la población duranguense que dieron su apoyo moral y económico a los estudiantes en los mítines que se convocaban en la plaza pública. Se crearon comités para suministrar víveres por parte de todos los sectores de la ciudadanía. En El Sol de Durango, 1966, se encuentra constancia de la solidaridad que

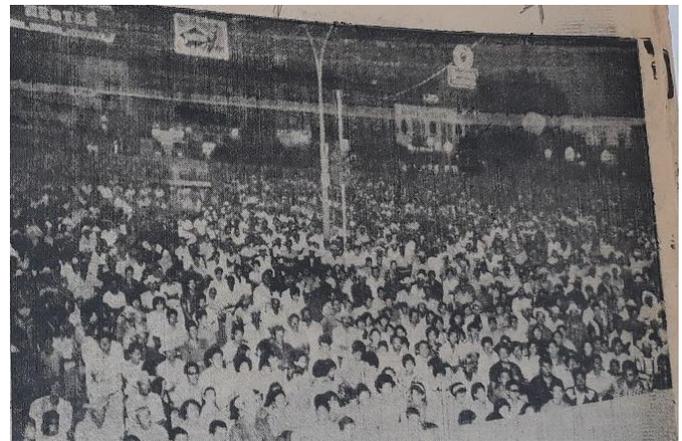
¹⁴⁷ Rivas Ontiveros, José René, “El Comité de Defensa Popular en Durango: entre el movimiento estudiantil del 66 y el Partido del Trabajo” en Yen, Mauricio (coord.), *Historia de Durango. Siglo XX*, Durango, IIH UJED, 2013, pp. 298-299.

¹⁴⁸ El Sol de Durango, junio de 1966.

¹⁴⁹ Meza, Armando. *Movimiento Urbano Popular en Durango*. 1994, CIESAS, p. 32.

obtuvieron los estudiantes, a través de distintas demostraciones de apoyo, elogiando la iniciativa estudiantil y exhortándolos a continuar con su causa.¹⁵⁰

Figura 6. Fotografías de los sucesos del movimiento estudiantil de 1966.



Fuente: *El Sol de Durango*, junio 1966.

¹⁵⁰ *Ibid.*, p.35

La movilización estudiantil también recibió apoyo desde distintas partes del país así como duranguenses radicando en otras ciudades o incluso en Estados Unidos. Dentro de los interesados en contribuir al movimiento, destacaron especialmente los empresarios como Gilberto Rosas, importante maderero, o los integrantes del “Comité de la Iniciativa Privada para el Abastecimiento del Movimiento Estudiantil Pro-Industrialización de Durango”, que eran los hombres de negocios que conformaban las principales cámaras de la Industria y del Comercio. Rivas Ontiveros dice que el dinero que proporcionaron estos empresarios fue destinado a la “compra de conciencias” de algunos de los líderes del movimiento, por lo que los intereses hasta entonces considerados tan “nobles”, se tornaron políticos y a favor de los particulares.¹⁵¹

Figura 7. Enrique Dupré Ceniceros, gobernador de Durango (1962-1966).



GOBERNADOR DEL ESTADO, ING. ENRIQUE DUPRE CENICEROS

Fuente: publicación del Comité de festejos del IV Centenario de la fundación de la ciudad de Durango, *Cuatro siglos de una ciudad, Durango, 1563-1963*

Luego de casi 2 meses de la toma y de diálogo con los empresarios de Monterrey, el 28 de julio se dio por terminado el movimiento sin que se cancelara la concesión para la explotación del cerro. El acuerdo al que se llegó es que la Compañía de Fierro y Acero se comprometía a pagar al gobierno del estado una cuota de 4.50 pesos por cada tonelada de mineral extraída. También se tuvo como resultado la destitución del gobernador del estado, el ingeniero Enrique Dupré Ceniceros, debido a que el presidente de la República, Gustavo

¹⁵¹ Rivas Ontiveros, José René, “El Comité de Defensa Popular en Durango: entre el movimiento estudiantil del 66 y el Partido del Trabajo” en Yen, Mauricio (coord.), *Historia de Durango. Siglo XX*, Durango, IIH UJED, 2013, pp. 298-333.

Díaz Ordaz consideró que “los poderes del estado de Durango han dejado de cumplir con las funciones esenciales para las que fueron instituidos y es de afirmarse que han dejado de tener existencia real y jurídica como órganos de autoridad”.¹⁵²

El trasfondo de este movimiento estudiantil de 1966 ha sido descrito por muchos como alentado por intereses políticos. Gilberto Rosas era un importante empresario maderero que tenía un proyecto llamado Bosques Mexicanos, S.A., creado para ser una unidad de ordenación forestal que explotara el área de la veda de 1949, por lo que buscaba apoyo para que se le concediera el levantamiento de la prohibición a su favor. Así, las peticiones a los gobiernos estatal y federal se trataban de instalar una planta siderúrgica y el levantamiento de la veda forestal para la generación de empleos.¹⁵³

El 9 de enero de 1970 dio inicio otro movimiento juvenil que surgió como respuesta al rechazo que se tenía con el gobernador en turno, Alejandro Páez Urquidi pues se consideraba que era ajeno a los problemas de la entidad por haber sido impuesto por el gobierno federal como candidato.

Las movilizaciones del Cerro del Mercado de 1970 crecen hasta enfrentarse con el gobernador Páez Urquidi, visto por la población como un gobernador déspota y que en nada apoyó a la ciudadanía de Durango, así que se pide su destitución; pero, debido a una compleja red de relaciones e intereses económicos y políticos de los sectores empresariales y los grupos ligados a la estructura del poder gubernamental, se impidió que esta exigencia alcanzara su objetivo.¹⁵⁴

Uno de los principales motivos del descontento fue la elevación de impuestos y la recatastración que estaba iniciando en la ciudad durante su mandato. En este movimiento, al contrario del que se dio en el 66, no se tenían objetivos unificados por parte de los estudiantes técnicos y universitarios. Mientras los primeros quisieron dar continuidad al movimiento anterior, solicitando el establecimiento de una siderúrgica, los universitarios tenían motivos principalmente de carácter político. Esta huelga estudiantil fue más prolongada y se dio por terminada hasta el 30 de mayo sin ningún resultado concreto. El

¹⁵² “El Sol de Durango”, 5 de agosto de 1966.

¹⁵³ Al respecto, en el Archivo General de la Nación (AGN) se encuentra la correspondencia del presidente Gustavo Díaz Ordaz, donde recibía diariamente cartas de ciudadanos duranguenses que le pedían apoyo para el movimiento estudiantil, madres y profesores preocupados, hombres de negocios que defendían la causa, así como también opositores del movimiento que argumentaban que los intereses políticos detrás de los jóvenes estudiantes corrompían la causa y pedían al presidente no sucumbir ante las peticiones.

¹⁵⁴ Meza, Armando, *op. cit.*, p. 33.

candidato a la presidencia de la República, Luis Echeverría recibió de manos de los líderes estudiantiles la bandera de huelga.¹⁵⁵

El movimiento estudiantil y popular de 1970 se inspiró en el ideario y al calor del 68, luego de una amplia acumulación de la inconformidad social de diversos sectores y de movimientos obreros, campesinos y de inquilinos que habían estallado con anterioridad y se mantenían latentes, igual que otros sectores de la población duranguense como los comerciantes y ciudadanos en general que protestaban por la carestía generalizada, por el aumento del impuesto predial y otros nuevos que el gobierno había anunciado como parte del paquete de políticas “modernizadoras” del gobernador enviado por el poder presidencial, quien mostró muy poco conocimiento de la realidad del estado y por ende las necesidades de la población. En este episodio fue la UJED nuevamente el catalizador del conflicto. Luego de que estudiantes de la Universidad tomaron el Palacio de Gobierno y pidieron la desaparición de poderes, estalló la huelga y se paralizaron la mayor parte de las escuelas primarias y secundarias de todo el estado. El gobierno, por su parte suspendió el subsidio a la Máxima Casa de Estudios, lo que se consideró un atentado a la UJED y una flagrante violación a su autonomía. El conflicto escaló proporciones nunca vistas en Durango, como fue la concentración en el capital de cinco mil efectivos militares paracaidistas que prácticamente tomaron la ciudad.¹⁵⁶

Los estudiantes desocuparon el Palacio de Gobierno para instalarse en el Edificio Central de la UJED. Se colocaban bocinas que permanentemente repetían: “¡Que se vaya Páez!”, mostrando la inconformidad de los ciudadanos duranguenses con las políticas impulsadas por el gobernador Alejandro Páez Urquidi, como las fiscales que perjudicaban a los comerciantes locales y demandaban el cumplimiento de las peticiones de 1966 como la creación de la siderúrgica.¹⁵⁷ Algunos escribían cartas al presidente de la República, Gustavo Díaz Ordaz, al igual que durante el movimiento de 1966, para mostrar su apoyo o inconformidad, tomando partido por el gobernador o en su contra, para que interviniera el presidente.¹⁵⁸

¹⁵⁵ Rivas Ontiveros, José René, “El Comité de Defensa Popular en Durango: entre el movimiento estudiantil del 66 y el Partido del Trabajo” en Yen, Mauricio (coord.), *Historia de Durango. Siglo XX*, Durango, IIH UJED, 2013, pp. 298-333; Yen, Mauricio, “El Movimiento de 1970” en Rivas Ontiveros, José René, Ana Sánchez y Gloria Tirado (coords.) *Historia y memoria de los movimientos estudiantiles: a 45 años del 68*. Vol. 2, UNAM, 2017, pp. 287-289.

¹⁵⁶ Meza, op. cit., p. 40.

¹⁵⁷ Quiñones, Mitzi, Entrevista con Jorge Andrade Cansino, ciudad de Durango, 5 de julio de 2018.

¹⁵⁸ Archivo General de la Nación (AGN), correspondencia del presidente Gustavo Díaz Ordaz.

Mientras los comerciantes, propietarios de fincas urbanas, agiotistas y estudiantes organizaban actos de repudio contra la administración estatal, dirigentes de la comunidad indígena tepehuana de Santa María de Ocotán respaldaron a Páez Urquidi por el apoyo que les había brindado. Los estudiantes mientras tanto impedían que se transportara el material extraído del Cerro del Mercado ¹⁵⁹

El movimiento de 1970 culminó luego de cinco meses, con la entrega de la bandera de huelga el 28 de mayo de 1970 al entonces candidato presidencial por el PRI, Luis Echeverría que fue recibido en el Edificio Central de la UJED por una multitud de estudiantes que hasta ese momento mantenían paralizada la Universidad. Esta entrega fue acordada días antes por una avanzada de la campaña del candidato y los líderes estudiantiles para poner fin al movimiento e iniciar en la ciudad de México negociaciones para que autoridades y dirigentes estudiantiles expusieran las necesidades más urgentes ante el ya próximo Presidente de la República. Nunca se reflexionó acerca de la violación de la Autonomía Universitaria que este acto de campaña electoral implicaba.¹⁶⁰

El tercer momento que se aborda en éste, que es un apretado resumen de una investigación más amplia sobre la historia de los movimientos estudiantiles y populares, en los que se entreverán siempre las demandas populares más sentidas de un sector importante de la población muy vinculado familiarmente con estudiantes, maestros y empleados administrativos y de intendencia de la UJED.¹⁶¹

En este mismo segmento de la historia de Durango y su Universidad se aborda la emergencia de nuevos actores, de nuevos sujetos colectivos organizados gremialmente en los sindicatos universitarios, tanto el de trabajadores académicos agremiados en el STAUJED como el de trabajadores y empleados en el STEUJED. Esta etapa, conocida como el surgimiento del sindicalismo universitario, constituye un parteaguas en la historia de las universidades públicas estatales.¹⁶²

¹⁵⁹ ¹⁵⁹ Rodríguez Gallegos, Guillermo, A. *Páez Urquidi. Sembrador del Durango moderno*, 2012, p. 52.

¹⁶⁰ Quiñones, Mitzi, Entrevista Mauricio Yen, ciudad de Durango, Enero 2019.

¹⁶¹ Meza, op. cit., p. 41.

¹⁶² *Ibid.*, loc. cit.

Capítulo II. LA SORIANA.

II.1 Soriana en la actualidad.

La industria del autoservicio en México está caracterizada por una competencia dinámica, esto toma relevancia cuando se toman en cuenta factores como el precio y, en menor medida, la ubicación, la selección de mercancía (particularmente los productos frescos), el servicio, las condiciones de la tienda y las promociones. En diciembre de 2018, existían 33 cadenas de supermercado afiliadas a la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C. ("la "ANTAD"), que representan en su conjunto a 5,521 establecimientos. Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), al 31 de diciembre de 2018 existían más de 53,802 unidades económicas en México dentro del sector comercio al por menor en tiendas de autoservicio, de las cuales 6,067 se clasifican como supermercados. Sin embargo, en los últimos años, el sector de autoservicio en México se ha consolidado mientras las cadenas grandes de autoservicio le ganan participación en el mercado a las tiendas pequeñas y operadas de forma independiente aunque dentro de la competencia, se pueden incluir distintas tiendas de autoservicios locales y regionales, así como también pequeños distribuidores locales, tiendas de abarrotes y mercados ambulantes.¹⁶³

La ANTAD realiza la siguiente clasificación: Autoservicios: Sistema directo de venta al consumidor que exhibe productos y artículos en forma abierta, clasificándolos por categorías y tipos, principalmente abarrotes, perecederos, ropa y mercancías generales. "Ofrecen la mayor atención con la menor intervención del personal", señala la ANTAD en su directorio de asociadas; Megamercado: Ofrece servicios adicionales al consumidor y maneja toda la línea de mercancías con una superficie superior a los 10 mil metros cuadrados; Hipermercado: Ofrece servicios adicionales al consumidor y todas las líneas de mercancías con una superficie que oscila entre los 4 mil 500 y 10 mil metros cuadrados; Supermercado: cuenta únicamente con algunos servicios que tiene el megamercado, como por ejemplo las farmacias; Bodegas: Con poca decoración en las tiendas, no ofrece a sus clientes ningún tipo de servicios que signifiquen la atención directa y maneja la mayor parte de las líneas de productos, con un sistema de descuento en medio mayoreo con una superficie mayor a 2 mil 500 metros cuadrados aproximadamente; Tiendas de

¹⁶³ Publicación ANTAD, Informe Anual 2018, Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales.

conveniencia: Unidades comerciales al detalle, dedicadas a la venta de satisfactores las 24 horas, maneja alimentos y bebidas, con un surtido y diversidad de mercancías limitada, con una superficie menor a los 500 metros cuadrados; Farmacias: Cuenta con mostrador de servicio personalizado para productos farmacéuticos que requieren prescripción médica, además de un área de exhibición de productos y artículos en forma abierta, regularmente funciona en horarios amplios, cuenta en promedio con dos puntos de venta para el pago su propia caja y las cajas generales; Clubes de membresía: Están enfocados al mayoreo y medio mayoreo, dirigidos a ciertos sectores a través de membresías, maneja grandes volúmenes de compra y bajos márgenes de comercialización. Presentan los productos en envases grandes y/o múltiples. La tienda no cuenta, por lo general, con decoración. Con una superficie mayor a los 4 mil 500 metros cuadrados. Productos que maneja: abarrotes, perecederos, ropa y mercancías generales.¹⁶⁴

Soriana es una de las empresas mejor posicionadas en el mercado, con una sólida estructura financiera y es la segunda cadena más grande del país en términos de ventas y número de unidades considerando también su posición competitiva, escala, trayectoria financiera conservadora y los resultados trimestrales y anuales reportados a BMV por las 4 principales cadenas de autoservicio en el país (Walmex, Soriana, Chedraui y La Comer). Es una empresa mexicana líder en la industria dedicada principalmente a la comercialización de una amplia gama de productos de las divisiones de ropa, mercancías generales, abarrotes, frescos y alimentos preparados, a través de siete formatos de tienda, bajo esquemas de venta al mayoreo, medio mayoreo y menudeo. Su propuesta de valor está enfocada a precios bajos y a ser altamente competitivos entre los competidores locales. Sus propiedades y operaciones principales se concentran en la región norte y central de México y tiene como clientes objetivo las familias pertenecientes a las clases socioeconómicas alta, media, baja y popular de zonas urbanas, las cuales representan aproximadamente el 90% de la población urbana del país.¹⁶⁵

A diciembre de 2018, Organización Soriana, operaba 815 tiendas de autoservicio integradas en los siguientes formatos de tienda: 295 Soriana Híper, 127 Soriana Súper, 165 Soriana Mercado, 104 Soriana Express, 35 City Club y 89 Mega Soriana, distribuidas alrededor de las 32 entidades federativas de la República Mexicana, localizadas en 280

¹⁶⁴ *Ibid.*

¹⁶⁵ Grupo BMV, *Reporte anual 2018*, Información referente a los certificados bursátiles emitidos por Organización Soriana, S. A. B. DE C. V. al 31 de Diciembre de 2018, pp. 216.

municipios del país. El piso de ventas total es de 4, 244,236 metros cuadrados y finalizó el año 2018 con un total de 97,154 empleados. Adicionalmente, al cierre del ejercicio 2018 la empresa operaba 14 CEDIS (Centros de Distribución de Mercancías de la Compañía donde se reciben las mercancías de los proveedores para posteriormente ser distribuidas a las tiendas) y 107 tiendas de conveniencia denominadas Súper City, todas operadas bajo un esquema de tiendas propias. Cuenta con dos corporativos, uno ubicado en la Ciudad de Monterrey, Nuevo León y otro en el municipio de Naucalpan de Juárez, Estado de México.¹⁶⁶

“Soriana Express” son las tiendas enfocadas en atender a poblaciones de hasta 50,000 habitantes, con un nivel socioeconómico medio y medio bajo. Estas tiendas cuentan con 5,000 SKU“s¹⁶⁷ en un surtido optimizado de productos pertenecientes a las categorías de abarrotes, frescos, ropa y mercancías generales. Su piso de venta promedio oscila alrededor de los 1,500 metros cuadrados; “Soriana Híper”: son las tiendas enfocadas a consumidores ubicados en ciudades de más de 150,000 habitantes. Operan bajo el esquema de ventas al menudeo. Manejan un amplio surtido de productos con más de 45,000 SKU“s de las divisiones de ropa, mercancías generales, abarrotes, frescos y alimentos preparados. Cuentan con una galería comercial formada por 40 o 50 pequeños locales que la empresa renta a terceros, quienes comercializan productos y servicios al consumidor. Tienen un piso de venta promedio 7,000 metros cuadrados y cuentan con un amplio estacionamiento; “Soriana Híper Plus”: son los hipermercados ubicados en mercados maduros con clientes de alto poder adquisitivo; estas tiendas han sido totalmente rediseñadas para ofrecer, adicionalmente a lo que ofrece el hipermercado, productos de mayor valor, con un alto nivel de servicio y atención personal. El surtido de productos se extiende a 60,000 SKU“s; “Soriana Mercado”: son las tiendas enfocadas a ciudades con menos de 100,000 habitantes y áreas populares en las ciudades donde no es posible ubicar un hipermercado. Manejan 20,000 SKU“s de productos de mayor rotación de las divisiones de abarrotes, frescos, y una selección de productos de ropa y mercancías generales. Son tiendas con decoración modesta, con un buen nivel de confort y una superficie de piso de venta de entre 4,500 y 5,000 metros cuadrados; “Soriana Súper”: son las tiendas enfocadas en atender a los consumidores de ingresos medio y alto con una variedad de productos más selecta y con mayor atención en el servicio al cliente. Cada tienda maneja de 15,000 a 20,000 SKU“s. Cuentan con un promedio de 2,500 metros cuadrados de piso de venta;

¹⁶⁶ *Ibid.*, p. 14.

¹⁶⁷ SKU: Stock Keeping Unit, El SKU representa para una empresa la unidad mínima de un producto que puede ser vendida, comprada, o gestionada al inventario.

“Soriban”: son Servicios Financieros Soriana, S.A.P.I. de C.V. S.O.F.O.M., la cual es sociedad anónima promotora de inversión de capital variable que opera bajo la modalidad de sociedad financiera de objeto múltiple dedicada a otorgar y manejar créditos personales por medio de tarjetas de crédito de uso abierto con un programa de lealtad exclusivo en la cadena de tiendas de autoservicio de Soriana; “Sorimex”: es Grupo Sorimex, S.A. de C.V., compañía fusionada en 1994 con Organización Soriana, S.A.B. de C.V.; y finalmente “Súper City”: son las tiendas de conveniencia de 80 a 100 metros cuadrados en promedio de piso de ventas, que manejan 1,800 SKU’s y que tienen un horario amplio de servicio.¹⁶⁸

Otro de los giros que opera es el inmobiliario, que comprende la renta de locales que forman parte de las galerías comerciales anexas a cada tienda. Al 31 de diciembre de 2018, aproximadamente el 90% de los locales comerciales se encontraban ocupados.¹⁶⁹

La estrategia de Soriana está basada en servir a un número cada vez mayor de comunidades como líder en la industria, basados en mejorar la experiencia de compra para el cliente y el lugar para trabajar para sus colaboradores, derivado de una constante innovación. En el 2007, Soriana adquirió 197 tiendas de Grupo Gigante¹⁷⁰, y en 2016, 143 tiendas de Controladora Comercial Mexicana, S.A.B. de C.V. (CCM). Con la integración de las tiendas de CCM a partir de enero de 2016, Soriana aumentó significativamente su presencia en la región central de México. Esta operación representó una de las adquisiciones más importantes en la historia de la compañía y contribuye a su estrategia de crecimiento para consolidar la plataforma y continuar fortaleciendo su posición como una de las compañías de autoservicio, con una estrategia multi-formato y multi-canal de mayor importancia en México. Derivado del vencimiento del uso y derechos de la marca “Comercial Mexicana” y uso del logo del “Pelicano” en junio de 2018, en 2017 fue creada y registrada la marca Mega Soriana, marca a la cual migraron cerca del 60% de las tiendas adquiridas bajo los formatos Mega Comercial Mexicana, Comercial Mexicana, y Bodega Comercial Mexicana, mientras que la otra porción de tiendas migraron a otro formato de tienda

¹⁶⁸ Grupo BMV, *op.cit.*, p. 14.

¹⁶⁹ *Ibid.*, p. 20

¹⁷⁰ El Convenio Soriana-Gigante incorporó un acuerdo de “no competencia” por el cual Grupo Gigante se obligó a no participar en el negocio o actividad de tiendas de autoservicio en México durante un período de cinco años. Con la suscripción del Convenio Soriana-Gigante, la empresa Soriana obtuvo acceso inmediato y de manera relevante, entre otros, a los importantes mercados del área metropolitana de la Ciudad de México, Guadalajara y Baja California, y le permitió incrementar su presencia en la ciudad de Monterrey. La adquisición de las tiendas Gigante permitió a Soriana incrementar dentro de su portafolio de sucursales de autoservicio un nuevo formato de tienda: el formato Soriana Súper.

convencional de Soriana. Al cierre 2018, la participación de mercado fue del 19.1%, cifra estimada de la empresa basada en diversos estudios de mercado.¹⁷¹

Otro evento significativo en 2007, fue la asociación estratégica con Banamex para brindar servicios financieros integrales al consumidor que acude a las distintas tiendas operadas por Soriana, capitalizando las experiencias comerciales y financieras de ambas empresas, donde se crea una sociedad denominada “Servicios Financieros Soriana, S.A.P.I. de C.V.”, con participación accionaria en partes iguales. En marzo de 2010 se materializó la capitalización de dicha sociedad.¹⁷²

En 2016 se logró concretar un acuerdo de entendimiento de asociación con la empresa chilena S.A.C.I. Falabella (Falabella), para el desarrollo conjunto de un negocio de tiendas especializadas enfocadas al mejoramiento y construcción del hogar en México a través de su empresa filial Sodimac y de forma paralela el desarrollo del negocio financiero con una oferta integrada de servicios y productos de crédito. Después de las debidas autorizaciones de la autoridad, en 2017 Soriana y Falabella, a través de su subsidiaria Inverfal México S.A. de C.V., materializaron su alianza en el negocio financiero operado en el país. Este negocio ha logrado abrir un mundo nuevo de posibilidades tanto para sus clientes como al mercado mexicano al poner a disposición una oferta integrada de servicios financieros y productos de crédito a través de una tarjeta de crédito Mastercard, donde se ha podido disfrutar muchos beneficios dentro y fuera de las tiendas. Después de tres años fue posible materializar los dos negocios emprendidos en conjunto con su socio Falabella con el lanzamiento oficial del negocio financiero en 2017, y la introducción de las tiendas de mejoramiento del hogar de formato Sodimac al país en el 2018.¹⁷³

Por el lado financiero, Soriana, al cierre del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2018 presentó ingresos por \$153,475 millones que equivale a crecimiento anual del 0.1% en las ventas de las mismas tiendas, la apertura de dos nuevas tiendas durante el año y la inauguración y apertura de 3 tiendas Sodimac México. En el transcurso del 2018 se llevó a cabo el cierre definitivo de 11 tiendas, en donde 1 de ellas dio paso a una tienda Sodimac en el estado de Morelos y otra adicional en el estado de San Luis Potosí perteneciente al paquete de desinversión de tiendas COFECE.¹⁷⁴

¹⁷¹ Grupo BMV, *op.cit.*, p. 17.

¹⁷² *Ibid.*, *loc.cit.*

¹⁷³ Grupo BMV, *op.cit.*, p. 15.

¹⁷⁴ *Ibid.*, p. 16

Según la revista Expansión, Organización Soriana ocupa el puesto número 26 en el ranking 2019 de “Las 500 empresas más importantes de México” y el tercer lugar en el sector de comercio autoservicio, por detrás de Walmart de México y FEMSA Comercio (Oxxo). El factor que se tomó en cuenta para elaborar este conteo fueron las ventas de millones de pesos que han realizado en el año. Sin embargo, este año la incertidumbre política y comercial limitó el crecimiento de las ventas de las 500 empresas a sólo 4.8%, tras haberlo hecho 7.8% en 2017.¹⁷⁵

Tabla 1. Ranking de empresas dedicadas al sector del comercio autoservicio en México, 2019

Posición	EMPRESA	VENTAS 2018 (mill. de pesos)	Variación porcentual frente al año anterior (%)
1	Walmart de México	612,186.00	6.8
2	FEMSA Comercio (Oxxo)	167,458.00	8.6
3	Organización Soriana	153,475.00	-0.1
4	Sam's Club	124,824.50	8
5	Grupo Comercial Chedraui	116,030.90	22.7
6	Costco de México	48,000.00	6.7
7	Casa Ley	38,600.00	7.2
8	H-E-B México	32,000.00	14.3
9	La Comer	19,119.10	14.9
10	Diconsa	12,704.40	-18.4

Fuente: Elaboración propia con datos de Expansión, 2019.

Soriana ha desarrollado por más de 25 años un catálogo de productos de marca propia y privadas que suman más de 1,850 productos distribuidos a través de marcas exclusivas como: Soriana, Valley Foods, Pro Selection, Quality Day, Auto vid, Borque, Trainer's Choice, Precissimo, Maria 1926 y Vios. Otras marcas registradas significativas incluyen

¹⁷⁵ “Llegan las 500 empresas más importantes de México 2019” en *Revista Expansión*. <https://expansion.mx/empresas/2019/06/28/estas-son-las-500-empresas-mas-importantes-de-mexico-2019>, 3 de junio de 2019.

aquellas bajo las cuales comercializan y venden productos particulares etiquetados, tales como “Member’s Choice”®, “Menu Solutions”®, “Nodrim”®, “Christmas Selection”®, “Pet’s Selection”®, “Café Valens”®, “Home Expressions”®, “Home Style Design”® y “Rancho Don Francisco”®. ¹⁷⁶

El 30 de septiembre de 1987 las acciones representativas del capital social de Soriana empezaron a cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). En Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas de fecha 27 de abril de 2018 fue ratificado el Consejo de Administración de la Compañía, el cual durante el 2018 estuvo integrado de la siguiente manera:

Tabla 2. Consejo de administración de Organización Soriana.

Fuente: Elaboración propia con datos de Grupo BMV, Empresas listadas: Perfil Organización

NOMBRE	Edad	Cargo	Calidad	Año de Elección	Suplente	Año de elección
Francisco Javier Martín Bringas	67	Presidente	Patrimonial	1986	Ricardo Martín Bringas	1988
Carlos Eduardo Martín Bringas (+)	61	Vocal	Patrimonial	1990	María Teresa Martín Bringas	1994
Gerardo Martín Soberón	64	Vocal	Patrimonial	1994	Pedro Luis Martín Bringas	1998
Alberto Martín Soberón	59	Vocal	Patrimonial	1994	Armando Martín Soberón	1994
Juan José Martín Viñas	35	Vocal	Patrimonial	2016	María Rosa Martín Soberón	2016
Ana María Martín Bringas	69	Vocal	Patrimonial	1994		
Alejandro Córdoba Ruiz*	73	Vocal	Independiente	2016	Gerardo José Maldonado Rodríguez*	2016
Guillermo Torre López*	84	Vocal	Independiente	2004	Ernesto Icazbalceta Lerma*	2016

*Consejero independiente.

(+) Acaecido en enero de 2019.

Soriana, 2018 en https://www.bmv.com.mx/es/Grupo_BMV/PerfilEmpresa/SORIANA-5693

¹⁷⁶ Grupo BMV, *op.cit.*, p. 51.

Tabla 3. Principales funcionarios de Organización Soriana.

NOMBRE	PUESTO	ANTIGÜEDAD EN EL PUESTO	EDAD
Ricardo Martín Bringas	Director General	27	59
Rodrigo Jesús Benet Córdova	Director de Administración y Finanzas	3	36
Ismael Humberto Fayad Wolff	Director General Comercial	15	53
Francisco Ramírez Díaz	Director Mercado y Express	9	54
Ricardo Perera Torres Septién	Director City Club y Súper City	5	49
Sergio Fernando Martínez San Germán	Director de Procesos y Tecnología de Información	29	63
Luis Girard de la Lastra	Director de Logística y Distribución	21	62
Gustavo Armando Robles Luque	Director Jurídico	14	55
Antonio José Madrid García	Director de Recursos Humanos	1	43
Jorge Alberto Reyes Mora	Director de Contraloría	7	46
José Luis González Flores	Director de Auditoría	9	48

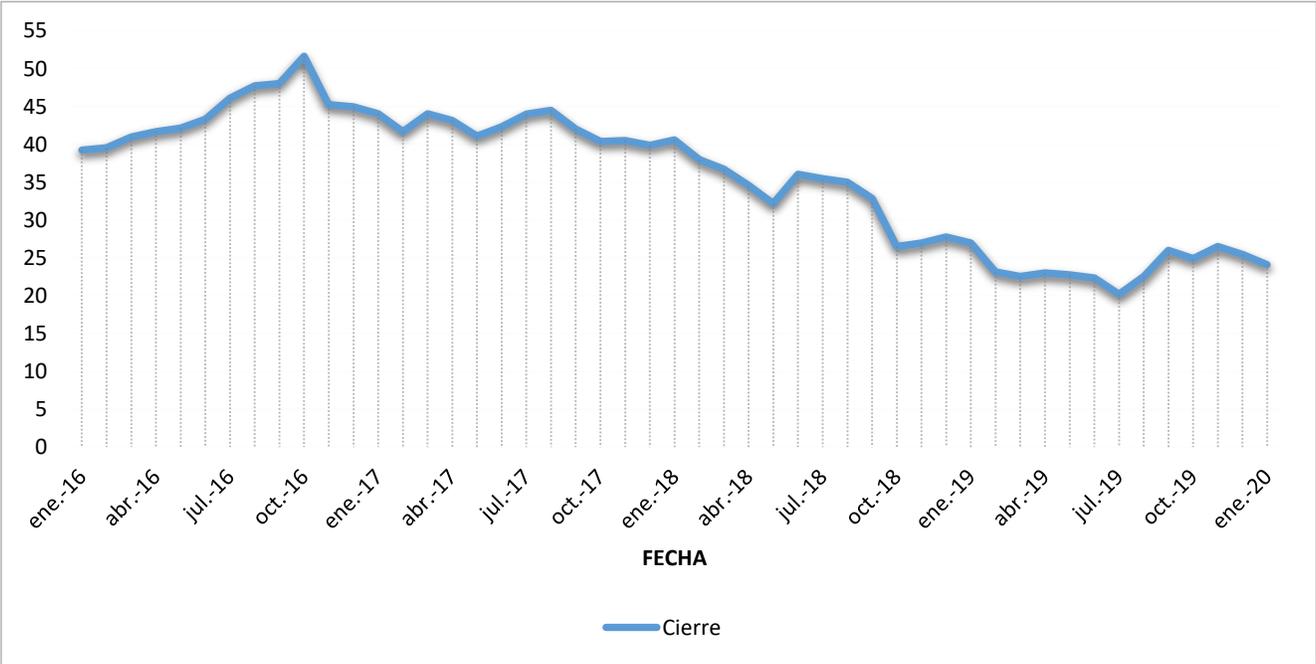
Fuente: Elaboración propia con datos de Grupo BMV, Empresas listadas: Perfil Organización Soriana, 2018 en https://www.bmv.com.mx/es/Grupo_BMV/PerfilEmpresa/SORIANA-5693

La edad promedio de los miembros del Consejo Administrativo es de 64 años y el de los principales funcionarios es de 52 años. En el Consejo Administrativo solamente hay una vocal y dos suplentes del sexo femenino de un total de 15 personas; dentro de los principales funcionarios, no hay ninguna mujer. La composición del grupo de personas que toma decisiones en la empresa Soriana, en su mayoría hombres que rondan los 60 años, refleja la tradición patriarcal que se viene arrastrando desde los orígenes españoles de la familia Martín y posteriormente las adoptadas a través de la sociedad mexicana, que en pleno siglo XXI, reserva para la mujer un lugar alejado de la dirección de una de las principales empresas del país.

La situación financiera de Soriana durante los últimos dos años no ha sido favorable pues, desabastos y una pérdida de mercado, influyeron en sus operaciones, lo que se reflejó en sus acciones, que llegaron a caer hasta 30.42% en el 2018. Hasta diciembre del 2019 tenían un retroceso de 10.67% en el centro bursátil. Los ingresos totales de la empresa alcanzaron durante el tercer trimestre del 2019 la cifra de \$39,463 millones de pesos, que representan

un incremento del 2.1% y a tiendas iguales el incremento fue del 2.2%. El incremento en ventas a total compañía estuvo influenciado por los resultados de la estrategia que se ha venido implementando desde el 2017 en la consolidación de micro-mercados, el cual se contrarrestó con el efecto del cierre de 7 unidades durante los últimos doce meses que representó el 0.5% de las ventas del trimestre, y con la afectación derivada de la integración de las tiendas de Comercial Mexicana los cuales afectaron negativamente a la venta del trimestre en más de 1 punto porcentual.¹⁷⁷

Gráfica 1. Precio de las acciones de Organización Soriana 2016-2019



Fuente: Elaboración propia con datos de BMV.

II.2 Historia de Soriana.

El concepto de tienda de autoservicio tiene sus orígenes en los Estados Unidos de América hacia la década de los años veinte. En México, la primera tienda de autoservicio que abrió fue Aurrerá en 1958, tienda que comparte sus orígenes de inmigrantes españoles con

¹⁷⁷ Grupo BMV, “Soriana anuncia el resultado del tercer trimestre 2019”, 25 de octubre de 2019; Tejeda, Claudia, “Soriana gana 34% en Bolsa mexicana desde agosto” en eleconomista.com, 5 de diciembre de 2019.

Soriana, mismos que aportaron a la modernización comercial de México durante el siglo XX.¹⁷⁸

El impulso de este canal de comercio al detalle se da en México a partir de finales de la década de los años ochenta y principios de los noventa, época en que se presenta el desarrollo de tiendas de autoservicio hacia ciudades medianas y crecimiento de la penetración en ciudades grandes, entrada de capital de grupos extranjeros al sector; énfasis en diferenciación de diferentes formatos de tiendas de autoservicio, así como la consolidación de cadenas regionales.¹⁷⁹

Organización Soriana, S. A. B. de C. V. se constituyó como una sociedad anónima de capital variable el 18 de diciembre de 1981, mediante Escritura Pública No. 6606 otorgada ante la fe del Notario Público No. 14 de la ciudad de Gómez Palacio, Durango, Lic. Antonio Alanís Ramírez, con duración de 99 años y fue inscrita en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio de la ciudad de Torreón, Coahuila el 22 de marzo de 1982 bajo la Partida 951, Folio 64, Tomo 4-A, Libro 3, Sección Comercio y asumió el carácter de bursátil a partir de 28 de junio de 2006 con motivo de la reforma de estatutos sociales exigida por la LMV publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2005. El domicilio social de Soriana y sus oficinas principales se encuentran ubicadas en Monterrey, Nuevo León.¹⁸⁰

El origen de sus operaciones se remonta a 1968, al abrirse el primer hipermercado de la cadena en la ciudad de Torreón, Coahuila. A partir de esa fecha, la empresa se dedicó a participar activamente en el sector de autoservicios y comenzó a diversificar geográficamente sus mercados, principalmente en los estados del norte de la República Mexicana, hasta contar con 16 tiendas en 1986.¹⁸¹

Ese año, por diferencias en el enfoque de negocio y en las estrategias de crecimiento por parte de los socios fundadores, se tomó la decisión de dividir la sociedad en dos compañías que operarían de forma independiente ocho tiendas cada una. Dentro de la nueva estructura de propiedad, Organización Soriana, S.A. de C.V. fue asignada a un grupo de

¹⁷⁸ Moreno Lázaro Javier y María Eugenia Romero Ibarra (2011). *El éxito del Gachupín: Empresas y empresarios españoles en México de la Revolución a la Globalización*. Facultad de Economía, UNAM.

¹⁷⁹ ANTAD, El bicentenario del comercio en México, México, Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, 2010 disponible en: <http://www.antad.net/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=471>.

¹⁸⁰ Grupo BMV, *Reporte anual 2018...*, p. 30.

¹⁸¹ *Ibid.*

accionistas, quienes a su vez la convirtieron en la empresa controladora de su grupo. Un segundo grupo de accionistas formó el Grupo Sorimex.¹⁸²

Con el fin de institucionalizar su administración y captar capital para financiar sus planes de crecimiento, en 1987 la empresa inscribió sus acciones en el Registro Nacional de Valores y solicitó su listado en la Bolsa Mexicana de Valores, utilizando la clave de pizarra “SORIANA B” y realizando una oferta pública primaria.¹⁸³

Ante la evolución del sector comercial en México a finales de la década de los 80’s y principios de los 90’s, caracterizada por un sustancial incremento en la competencia y la creciente participación de compañías extranjeras a través de asociaciones con cadenas comerciales mexicanas, Soriana y Sorimex decidieron fusionarse en 1994, creando una cadena de 45 tiendas al momento de la fusión, cuya operación fue asumida por Soriana en su calidad de empresa fusionante.¹⁸⁴

A partir de 1994, Soriana inició dos procesos: el de expansión territorial hacia diversas regiones del país logrando con el tiempo pasar de ser una compañía geográficamente concentrada, a una con presencia significativa a nivel nacional, y el de modernización de la operación para preparar a la empresa para enfrentarse adecuadamente a un dinámico entorno. En el período 1996-2001, la compañía implementó varios programas para ser cada vez más eficiente.¹⁸⁵

Posterior al fallecimiento de su fundador, Francisco Martín Borque, se realizó una nueva acta constitutiva como lo indica el Reporte Anual 2018 de la Bolsa Mexicana de Valores:

Tiendas Soriana, S.A. de C.V. se constituyó de conformidad con las leyes de México, el día 22 de octubre de 1999 ante la fe del Lic. Héctor Siller y Siller, notario público número 27 en ejercicio para el Distrito de Viesca, en el estado de Coahuila. Dentro del objeto social de Tiendas Soriana, S.A. de C.V. se encuentran, entre otras, las siguientes actividades principales: (i) establecer y explotar, dar y tomar en arrendamiento así como adquirir o enajenar, por cualquier título uno o más comercios como almacenes de variedades, tiendas de departamentos, tiendas de descuento y supermercados; (ii) importar, exportar y comerciar en cualquier forma, por cuenta propia o ajena toda clase de artículos y mercancías nacionales y extranjeras; (iii) comprar, vender al contado o a crédito, fabricar, explotar,

¹⁸² Corona Páez Sergio, Martínez, Roberto y Martínez, Fernando. (2001). *Francisco Martín Borque, forjador incansable*. Universidad Iberoamericana Laguna. Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa.

¹⁸³ Grupo BMV, *Reporte anual 2018...*, p. 30..

¹⁸⁴ *Ibid.*

¹⁸⁵ *Ibid.*

maquilar, importar, exportar o comerciar en cualquier forma, por cuenta propia o ajena con toda clase de artículos y mercancías nacionales y extranjeras y, en general, toda clase de artículos para la casa, el vestido y la alimentación de los que constituyen el comercio de almacenes, tiendas de departamentos, tiendas de descuento y supermercados; (iv) dar y tomar dinero en préstamo, otorgando o recibiendo garantías reales o personales que estime convenientes; (v) adquirir acciones o participaciones sociales en otras sociedades de objeto igual o similar; (vi) adquirir, enajenar y en general negociar con todo tipo de acciones, partes sociales y títulos, bonos y valores; (vii) emitir, suscribir, aceptar, endosar y avalar títulos de crédito, valores mobiliarios y otros documentos que la ley permita; y (viii) obtener todo tipo de préstamos y otorgando garantías específicas, emitir obligaciones y pagarés, aceptar, girar, endosar o avalar toda clase de títulos de crédito y otros documentos que amparen derechos de crédito y otorgar fianzas o garantías de cualquier clase respecto de las obligaciones contraídas o de los títulos emitidos o aceptados por sociedades de las cuales la Compañía sea la titular de la mayoría de las acciones o partes sociales.¹⁸⁶

En el año 2001 se introdujo el Programa de Lealtad como un mecanismo de diferenciación ante la competencia, permitió a Soriana contar con una poderosa estrategia comercial que premiara la lealtad de millones de consumidores y que al día de hoy es una de sus principales ventajas competitivas e ícono de la compañía. Este programa consiste en la utilización de una tarjeta que otorga beneficios para los asiduos consumidores de la tienda.

Su modelo de negocios, la administración por categorías es uno de los más utilizados a nivel mundial en el sector detallista, es diseñado entre el proveedor y el detallista con el fin de lograr la mayor eficiencia y rentabilidad para ambos, dentro de una categoría de productos, con base en la satisfacción de las necesidades del consumidor de manera efectiva. Una categoría es un grupo manejable de productos que los consumidores perciben como interrelacionados para satisfacer sus necesidades. Con base en el volumen o importancia de una categoría dentro de la venta total de Soriana, se generarán objetivos de venta o rentabilidad particulares, ligadas a políticas de fijación de precios, comercialización, promociones, combinación de productos, espacios de exhibición en anaqueles, entre otros.¹⁸⁷

Durante el período 2002-2007, Soriana continuó con la política de crecimiento acelerado, logrando incrementar el piso de ventas en un 84.9% y ampliando la cobertura geográfica a nuevos estados de la República Mexicana. En el año 2002, se da un nuevo avance en la

¹⁸⁶ Grupo BMV, *Reporte anual 2018...*, p. 20.

¹⁸⁷ *Ibid*, p. 24.

variedad de la oferta comercial de la compañía a través de la diversificación de formatos con la apertura del primer Club de Precios, formato enfocado a satisfacer las necesidades de un nicho de mercado que el formato del hipermercado no atendía. En 2003, se logró un nuevo avance e iniciaron las operaciones de las tiendas Soriana Mercado, y en 2005 la primera tienda de conveniencia denominada Súper City.¹⁸⁸

En el año 2005, se abrieron las primeras tiendas de la cadena en el área metropolitana de la Ciudad de México. Como parte de la estrategia de crecimiento de Soriana durante el año 2008, se llevó a cabo la apertura de 11 nuevas unidades en los diferentes formatos de tienda Soriana en diversos estados de la República Mexicana, comenzando así el proceso de remodelación de las tiendas adquiridas a Grupo Gigante con el firme objetivo de estandarizar su imagen y calidad en el servicio, lo que se traduciría en una mejor experiencia de compra para los consumidores. De esta forma, se remodelaron 40 unidades de las 197 adquiridas de Grupo Gigante en 2007 y 2 unidades Soriana. Durante el año 2010, se realizó la primera apertura bajo el nuevo formato de tienda denominado Soriana Express, el cual busca primordialmente cubrir poblaciones del país que cuenten con menos de 50,000 habitantes. En el 2012, Soriana llegó a más de 600 tiendas e ingresos mayores a \$100 mil millones de pesos.¹⁸⁹

II.2.1 La Familia

El origen de Soriana se debe a la iniciativa del empresario español Francisco Martín Borque, nacido el 9 de agosto de 1917 en la ciudad de Soria¹⁹⁰ como el cuarto hijo, el primer varón del matrimonio formado por Pedro Martín, natural de Fuencarral, en la provincia de Madrid, y de Dolores Borque Hernández, originaria también de Soria. Los antepasados castellanos de Francisco Martín Borque proceden de Castilla la Nueva, provincia de Madrid y Castilla la Vieja, en la provincia de Soria.¹⁹¹

El hermano mayor de su madre, Pascual Borque Hernández, cruzó el Atlántico hacia México debido a la falta de oportunidades de movilidad social ascendente en una región tan profundamente conservadora como era la Soria de principios de siglo. Pascual viajó a fines del Porfiriato y se instaló primero en Veracruz, luego se fue a Jiménez, como empleado

¹⁸⁸ *Ibid, loc.cit.*

¹⁸⁹ Corona, Martínez y Martínez, *op. cit.*

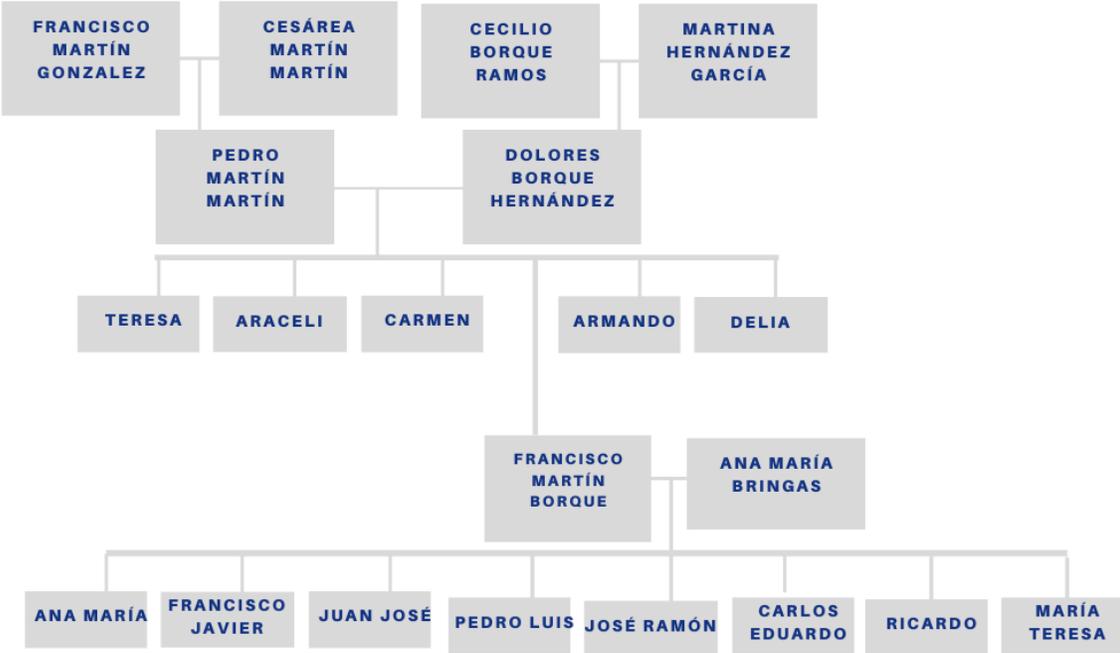
¹⁹⁰ Soria es un municipio y una ciudad española, situada en el este de la comunidad autónoma de Castilla y León y capital de la provincia de Soria. Su población actual es de 39 112 habitantes.

¹⁹¹ Corona, Martínez y Martínez, *op. cit.*

comercial de Marcos Russek, que tenía vínculos familiares y comerciales en la Comarca Lagunera. Posterior a la Revolución mexicana, al iniciarse la transición hacia la paz en los años veinte, Pascual Borque se trasladó a la ciudad de Torreón donde estableció un almacén de telas, ropa y novedades ubicado en la esquina de avenida Hidalgo y calle Juan Antonio de la Fuente, el cual denominó “La Soriana”.¹⁹²

Figura. 8

Árbol Genealógico de Francisco Martín Borque



Fuente: Elaboración propia con datos de Corona Páez Sergio, Martínez, Roberto y Martínez, Fernando. (2001). *Francisco Martín Borque, forjador incansable*. Universidad Iberoamericana Laguna. Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa.

De esta manera, los padres y hermanos de Francisco Martín Borque, llegaron a México en 1926 para involucrarse en la actividad comercial de la familia. Para entonces, de acuerdo a los datos recopilados en el libro *Francisco Martín Borque, forjador incansable*, se deduce que La Soriana era la tienda de ropa más grande de Torreón en ese tiempo.¹⁹³

En julio de 1927, el padre de Francisco Martín Borque atendía una tienda en Río Grande, Zacatecas, llamada La Madrileña, dedicada a la venta de ropa y telas. Río Grande se

¹⁹² *Ibid.*

¹⁹³ *Ibid.*

comunicaba con Torreón por medio del ferrocarril con la ruta México-Ciudad Juárez, lo que facilitaba el transporte de mercancías, pero en 1928, los Martín Borque regresaron a hacerse cargo de La Soriana en Torreón, debido a la guerra cristera que se acentuaba en Zacatecas, haciendo que Pascual Borque se regresara a su patria a morir finalmente. Como parte de los negocios, Francisco Martín Borque y su padre viajaban por los estados de Zacatecas, Durango, Chihuahua y Sonora, lo que lo dio un conocimiento del territorio, la gente y su idiosincrasia, algo que le ayudaría en sus proyectos posteriores.¹⁹⁴

En 1946, Francisco Martín Borque inició como representante de su madre, en el consejo de accionistas de La Soriana, porque ella iba para España y en uno de los viajes que realizó para visitarla, conoció a Ana María Bringas, con la que se casó en 1949 y tuvo 8 hijos.¹⁹⁵

La sociedad que se creó a la muerte de Pascual Borque Hernández en 1938, formada por sus hermanos Gregorio, Dolores y Eusebia, pronto vio crecer su capital social, lo que motivó a adquirir un edificio propio en Gómez Palacio, que se terminó de construir en 1953. En 1949, por iniciativa de Francisco Martín Borque, se planeó la creación de una fábrica de ropa y colchonetas en la ciudad de Gómez Palacio, Durango. La denominación social fue la de Fábrica de Ropa La Cruz y su función principal era la de proveer de colchoneta a La Soriana de Torreón (“la tienda de las telas bonitas” o, de don Pioquinto como la conocían los laguneros) y las dos que se encontraban en Chihuahua. También se elaboraban pantalones, cobertores, sacos para pizca y cojines para otros distribuidores. Las colchonetas eran fabricadas con borra de algodón que se surtía en la región y tela de las fábricas de Río Blanco.¹⁹⁶

El 29 de octubre de 1958 se constituyó la sociedad mercantil con denominación: La Soriana de Chihuahua, S.A., en la que ya participaba como accionista Francisco Martín Borque y en 1962, se disolvieron las sociedades heredadas por Pascual Borque, lo que hizo que la Francisco y Armando Martín Borque invirtieran su dinero para poder quedarse con el control accionario y en 1968 pudieron también adquirir los edificios que ocupaban La Soriana de Torreón y la fábrica de ropa La Cruz en Gómez Palacio.¹⁹⁷

¹⁹⁴ *Ibid*, p. 30.

¹⁹⁵ *Ibid*, p, 32-36.

¹⁹⁶ *Ibid*, p. 35.

¹⁹⁷ *Ibid*, *loc.cit.*.

II.2.2 El autoservicio

Francisco, investigó las estrategias de mercadotecnia de su tiempo, tomó como molde a las empresas más exitosas del país y proyectó abordar con éxito, al barco de la modernización. Hasta entonces, el sistema de operación consistía en que los empleados llevaban la mercancía a la clientela y luego se cobraba en la caja.

La asistencia, en el año de 1962, a un curso promovido por la National Cash Register, reforzaron las ideas de Martín Borque de una rápida atención al cliente, todo en beneficio del aumento de ventas y eficiencia del personal. Este año el comercio mexicano tuvo un gran desarrollo por medio del autoservicio, las empresas que se dedicaban a la fabricación y venta de tela y ropa, incursionaron en la modalidad de supermercados como en el caso de Comercial Mexicana, propiedad de los hermanos González Nova; Gigante, de Ángel Losada Gómez; y Aurrerá de la familia Arango.¹⁹⁸

En Torreón, el autoservicio existía desde la segunda mitad de los años cincuenta en algunos supermercados de abarrotes pero esta estrategia comercial no se extendió. La Soriana había establecido, desde 1958, su primera sucursal en Chihuahua y en 1963 se instaló como La Soriana Autoservicio, S.A., con el objeto social de la compra-venta al mayoreo y menudeo de ropa, telas, prendas de uso personal, blancos y artículos de tocador; compra-venta de abarrotes y otros artículos comestibles y, en general, la compra-venta de artículos, sobre la base de lo que se llamó “tienda de descuento”.¹⁹⁹

En Durango, se tiene conocimiento de que los comerciantes locales ya utilizaban la estrategia del autoservicio desde la década de los cincuenta. Tiendas de abarrotes como “El Naranjo” de Jesús Gutiérrez, “La Barata” de Juan Fernando Andrade Lara, “La Simpatía” y su sucursal “Del Prado” de Federico Ocaña, ya contaban con el sistema de autoservicio.²⁰⁰

II.3. Desembarco de Soriana en la ciudad de Durango, 1971.

En 1968 se inauguró el primer gran supermercado de Soriana en Torreón, posteriormente en 1970, se inauguró el segundo en Chihuahua y para ese año, Francisco Martín Borque ya tenía planeado abrir la tienda de Durango capital.²⁰¹ El punto que tenía destinado era de amplia circulación, muy bien ubicado sobre la avenida 20 de Noviembre, a unas cuadas de

¹⁹⁸ *Ibid.*, p. 50.

¹⁹⁹ *Ibid.*, p. 53.

²⁰⁰ Quiñones, Mitzi, Entrevista con Jorge Andrade Cansino, ciudad de Durango, 5 de julio de 2018.

²⁰¹ Anexo 3, línea del tiempo de Soriana.

la plaza de armas. Ese terreno, donde estaba ubicada la antigua penitenciaría, perteneciente al estado de Durango, cuyo gobernador en 1970 era el ingeniero Alejandro Páez Urquidi, fue ofrecido a los Martín Borque, por el propio gobierno estatal, en las oficinas de Recursos Hidráulicos, en ciudad Lerdo.²⁰²

La antigua penitenciaría que había sido inaugurada en 1899 por Porfirio Díaz, siendo gobernador de Durango el general Leandro Fernández, fue demolida en 1971 por indicaciones del gobernador Alejandro Páez Urquidi, con el propósito de utilizar el terreno para la construcción del primer gran almacén de autoservicio, así como para edificar un hotel que respondiera a las crecientes necesidades del sector turístico, cinematográfico y económico en general, además de servir como fuente de empleos.²⁰³

Mediante el Decreto 466 del 8 de junio de 1971, se autorizó la demolición y enajenación del terreno. La intención de transformar el penal en un punto para reactivar la zona comercial de la capital, causó grandes controversias entre la población tradicionalista que se oponía a la modernidad urbana. Desde la administración del gobernador anterior, Enrique Dupré Ceniceros, se había iniciado la construcción del actual Centro de Rehabilitación Social (CERESO) en las afueras de la ciudad y aunque se encontraba en obra negra, con Páez Urquidi, estaba pactado el compromiso establecido con la empresa de “La Soriana” para edificar en los terrenos de la antigua penitenciaría, el almacén de autoservicio. El material que resultó de la demolición fue trasladado al poniente de la ciudad para edificar las instalaciones de la “Feria Nacional de Durango”.²⁰⁴

El arquitecto Luis Arias Castro, yerno del gobernador, fue el encargado de los trabajos de demolición. En solo tres meses los muros del penal fueron reducidos a materiales reciclables. La tarea fue muy difícil tomando en consideración que el edificio estaba ubicado en una zona comercial y habitacional, pero se evitó que las explosiones afectaran a los alrededores.²⁰⁵

Como el gobierno estatal, no se decidía a realizar la operación de venta del terreno, Francisco Martín Borque, tuvo que ir a la ciudad de México para ponerse de acuerdo con Páez Urquidi y otros altos funcionarios del gobierno federal, entre otros Guillermo Martínez Domínguez, quien ocupaba el cargo de director general de Nacional Financiera y el

²⁰² Corona, Martínez y Martínez, *op. cit.*, p. 205

²⁰³ Rodríguez Gallegos, Guillermo, A. *Páez Urquidi. Sembrador del Durango moderno*, 2012, p. 82.

²⁰⁴ Periódico oficial del gobierno del Estado de Durango, junio de 1970.

²⁰⁵ Rodríguez Gallegos, Guillermo, *op. cit.*, p. 83.

ingeniero Luis Enrique Bracamontes, secretario de Obras Públicas. A ellos entrevistaría, junto con el gobernador, en vista de que las autoridades estaban interesadas en que se abriera un lugar a las afueras de la ciudad, rumbo a la ciudad industrial de Durango, por el aeropuerto, hacia donde querían que se desarrollara la mancha urbana. Seguía en pie, desde luego, la propuesta de Páez Urquidi: demoler el antiguo edificio de la penitenciaría del estado en la avenida 20 de noviembre, el punto preferido por Francisco Martín Borque, y vendérselo para que allí se realizara el proyecto.²⁰⁶

Francisco Martín Borque escribió en sus memorias lo ocurrido en esa entrevista:

“A esa reunión asistió, invitado por mí, el arquitecto Miguel Riego Azcárraga. Nos dijeron que el presidente Luis Echeverría había decidido que se urbanizara el lugar de la salida de Durango a Torreón. Ahí se iba a cambiar la penitenciaría y se construirían de 3,000 a 5,000 casas. En ese lugar me daban muy barato el metro cuadrado, casi regalado, 10,000 o 20,000 metros de terreno, o los que yo necesitara para que construyera en ese sitio la tienda, precisamente cerca del nuevo CERESO. Yo les dije: ¡Eso es lo que dice el gobierno!, y todos se rieron. Les ofrecí que, si ellos querían, yo podía empezar en ese lugar con una tienda muy chica y, después, ver cómo se iba poblando el lugar.”²⁰⁷

Las autoridades gubernamentales querían que se edificara un supermercado gigantesco que fuera el foco de atracción de los pobladores de la capital de Durango, pero en las afueras de la ciudad. Muchos duranguenses se desplazaban a Torreón para realizar sus compras, por lo que finalmente se llegó al acuerdo de construir el centro comercial Soriana de la ciudad de Durango en los antiguos terrenos de la penitenciaría.²⁰⁸

Maximiliano Silerio Esparza fue presidente municipal de Durango (1971-1974), durante el sexenio del gobernador Páez Urquidi y declara en una entrevista a Javier Guerrero Romero, que esos terrenos de la antigua penitenciaría, primero fueron ofrecidos a los comerciantes locales:

“En lo que toca a la Soriana, invitamos a los comerciantes a participar. Páez Urquidi me dijo: *Usted hable con ellos, con los propietarios de El Número 11 y El Naranjo, no que entren de socios, sino que construyan una tienda departamental, aquí están estos terrenos de la antigua penitenciaría, porque los terrenos era lo único que ofrecía el gobierno, no más.*

²⁰⁶ Corona, Martínez y Martínez, *op. cit.*, p. 205

²⁰⁷ *Ibid.*, p. 206.

²⁰⁸ Quiñones, Mitzi, Entrevista Wilfrano Torres San Martín, ciudad de Durango, 8 de enero de 2018.

Y no, no quisieron entrarle. Entonces se les ofreció a don Armando Martín Borque, y de inmediato aceptaron y construyeron Soriana, que fue su primera tienda departamental, que ahora ha crecido hasta ser uno de los más grandes consorcios de tiendas departamentales.”²⁰⁹

La relación entre los comerciantes y el gobernador Páez Urquidi no era buena, especialmente después del movimiento del 70, donde se buscaba nuevamente la desaparición de poderes por las inconformidades hacia las decisiones del gobierno en su plan de desarrollo. En entrevista con Jorge Andrade Cansino, hijo de Juan Fernando Andrade Lara, dueño de “La Barata”, señala que sí se realizaron las reuniones de los integrantes de la Cámara de Comercio y el gobernador, entre 1969 y 1970, en las que él estuvo presente y que sí se diseñó un proyecto para crear el centro comercial, pero repentinamente se enteraron de que el terreno de la antigua penitenciaría, había sido vendido para la construcción de Soriana, lo que atribuye al origen lagunero del gobernador que buscó beneficiar a su región. Andrade comenta que en el proyecto, presentado a Páez Urquidi, iban a participar los principales comerciantes locales y que se pensaba crear una isla de locales rodeada de estacionamiento. La prensa local se encargó de crear la impresión de que los comerciantes habían sido demasiado conservadores y tradicionalistas para aceptar la propuesta del gobernador y que debido a esto, la oportunidad fue aprovechada por los empresarios foráneos e innovadores.²¹⁰

En mayo y junio de 1971, se pueden encontrar en el Periódico Oficial del Estado de Durango los decretos y edictos de la venta de los terrenos de la antigua penitenciaría.

PODER EJECUTIVO DEL ESTADO

EL CIUDADANO INGENIERO ALEJANDRO PAEZ URQUIDI, GOBERNADOR CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE DURANGO, a sus habitantes, sabed:

Que la H. Legislatura del mismo se ha servido dirigirme para los efectos del Artículo 81 Fracciones I y II de la Constitución Política de la Entidad el Decreto No. 466 que en sus partes considerativa y sustantiva es como sigue:

²⁰⁹ Guerrero Romero, Javier. Durango 1963-2015, La construcción de una ciudad moderna, p. 123.

²¹⁰ Quiñones, Mitzi, Entrevista con Jorge Andrade Cansino, ciudad de Durango, 5 de julio de 2018.

Con fecha 27 de mayo del presente año, el Ejecutivo del Estado envió iniciativa de Decreto, la cual fue turnada a la Comisión correspondiente, emitiendo esta su dictamen favorable con base en sus propios Considerandos que a la letra dicen:

CONSIDERANDO: Que con la construcción del nuevo Centro de Rehabilitación Social que ha realizado el Gobierno del Estado, dejará de prestar servicio para el que fue edificada la Penitenciaría del Estado, y por lo mismo procede su demolición y venta del terreno que actualmente ocupa con superficie de 41,420.53 metros cuadrados, para que su producto ingrese al Erario Estatal y sirva para resarcir en parte las grandes erogaciones que el Gobierno del Estado ha tenido que hacer con motivo de la construcción del Centro de Rehabilitación Social que ya está funcionando.

CONSIDERANDO: Que por la ubicación del terreno de que se trata este puede venderse con base mínima de \$200.00 metro cuadrado respecto de la primera mitad que tiene acceso a la Avenida de 20 de Noviembre, y a razón de \$150.00 metro cuadrado la segunda mitad que tiene frente hacia la calle Negrete, condicionando dicha venta a que sea destinado preferentemente a la edificación de un centro comercial y de un Hotel.”²¹¹

El 29 de julio de 1971 se publicó el siguiente edicto:

“Por decreto No. 466 de fecha 8 de Junio del presente año, publicado en el Periódico Oficial del Estado No. 46 del día 10 del mismo mes, la LI Legislatura del Estado autorizó al Ejecutivo del mismo para vender en pública subasta el terreno que ocupara el antiguo edificio de la Penitenciaría del Estado, con superficie total de 41,447.62 metros cuadrados, comprendido entre las siguientes calles: Negrete al Norte, Ave. 20 de Noviembre al Sur, Apartado al Oriente y Carlos León de la Peña al Poniente, condicionando dicha venta a que el terreno sea destinado a la edificación de un centro comercial y de un hotel.

Por Oficio No. 012158 de fecha 7 de los corrientes el Ejecutivo del Estado facultó a la Tesorería General del mismo para que en los términos de dicha autorización y con sujeción a lo prescrito en la Fracción XX del Artículo 64 de la Constitución Política del Estado y en los Artículos 30, 31, 32 y 33 y demás relativos de la Ley de Hacienda vigente en el Estado y Artículos 47 al 61 de la Ley Económico Coactiva del Estado, aplicada supletoriamente se lleve a cabo la almoneda respectiva, en lo que respecta a la superficie de 26,965.12 metros cuadrados que se ha delimitado como adecuada para la edificación de un centro comercial y que tiene los siguientes linderos: Al norte en 200.95 metros lineales con calle de Negrete, al sur en 164.63 metros lineales con la Ave. 20 de Noviembre y en 39.17 con propiedad del Nacional Monte de Piedad, al oriente en 143.25 metros lineales con la parte del terreno

²¹¹ Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Durango, Jueves 10 de Junio de 1971.

propiedad del Estado que ocupó la antigua penitenciaría; y al poniente, en 39.50 metros lineales con propiedad del Nacional Monte de Piedad y en 99.02 metros lineales con calle Carlos León de la Peña.

En cumplimiento de lo anterior, se convoca a postores por medio de este Edicto que se publicará en el Periódico Oficial del Estado, y en un periódico local de los de mayor circulación, para que asistan a la subasta pública del mencionado terreno, que se llevará a cabo el jueves 12 de Agosto del presente año, a las 10 horas en el Despacho del C. Tesorero General del Estado, siendo postura legal, la que cubra las dos terceras partes de la cantidad \$5,366,552.00 (CINCO MILLONES TRESCIENTO SESENTA Y SEIS MIL QUINIENTOS CINCUENTA Y DOS PESOS 00/100 M.N.) pagaderos de contado, valor del terreno fijado conforme al Decreto No. 466 expedido por la H. Legislatura de la Entidad.

Las posturas deberán presentarse por escrito conteniendo los datos que señala el Artículo 54 de la Ley Económico-Coactiva del Estado, acompañándose certificado de depósito expedido por la Tesorería General del Estado o por alguna Institución Bancaria por la cantidad equivalente al 10% del valor del terreno fijado en la presente convocatoria, en el entendido de que no se dará entrada a la postura si no se exhibe dicho certificado.

Victoria de Durango, Dgo., a los 27 días del mes de Julio de 1971.

Firma el Tesorero General del Estado, Santiago Lavín Sáenz.²¹²

Finalmente el jueves 4 de noviembre de 1971, el mismo mes en que se inauguró la Soriana, se publicó en el Periódico Oficial del Estado la siguiente disposición:

EL CIUDADANO INGENIERO ALEJANDRO PAEZ URQUIDI, GOBERNADOR CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE DURANGO, a sus habitantes, sabed:

Que la H. Legislatura del mismo se ha servido dirigirme para los efectos del Artículo 81 Fracciones I y II de la Constitución Política de la Entidad el Decreto Número 7 que en sus partes considerativa y sustantiva es como sigue:

Con fecha 2 de Octubre del presente año, el Ejecutivo del Estado, envió iniciativa de Decreto, la cual fue turnada a las Comisiones correspondientes, emitiendo estas su dictamen favorable con base en los considerandos en que se apoya y que son como sigue:

CONSIDERANDO: Que el Ejecutivo del Estado en acatamiento a lo preceptuado por el Decreto No. 466 de la Quincuagésima Primera Legislatura y en cumplimiento a lo establecido

²¹² Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Durango, Jueves 29 de Julio de 1971.

por la Constitución Política del Estado, mediante publicaciones que se hicieron en los principales Periódicos de esta Ciudad, solicitó postores para la venta de dichos terrenos, habiendo concurrido únicamente como postores los señores Armando Martín Oberón y Francisco Martín Bringas, en representación del Centro Comercial que se está construyendo, adquirieron 25,503.47 metros, sin que hasta la fecha se hayan presentado más postores para el excedente del terreno que ocupaba la antigua penitenciaría del Estado, que la Sociedad de formación denominada IMPULSORA TURÍSTICA DE DURANGO, S.A.

CONSIDERANDO: Que la Constitución Política de nuestro Estado establece que los bienes del Estado desafectados de un servicio público y que pasan al dominio privado del Estado podrán ser enajenados con permiso de la Legislatura mediante los requisitos que señala la Constitución y que, el Ejecutivo del Estado en cumplimiento de dicha disposición constitucional solicitó de esta H. LII Legislatura mediante su oficio Número 754 de fecha 2 de Octubre del año en curso, autorización para aportar en propiedad exclusiva y legítima a la Sociedad "IMPULSORA TURÍSTICA DE DURANGO, S.A.", el terreno de su propiedad de 14,912.34 metros en pago de 3,169 acciones con un valor de \$3,169,000.00.

CONSIDERANDO: Que la operación cuya autorización solicita el Ejecutivo, encaja dentro del término de enajenación que establece la Constitución Política del Estado, toda vez que conforme a lo establecido por el Diccionario Razonado de Legislación y Jurisprudencia "Enajenación es el acto por el cual se transfiere a otro la propiedad de alguna cosa a título lucrativo, como la donación o a título oneroso, como la venta o permuta, e incluso esta palabra tomada en una significación más extensa comprende también la prenda, la hipoteca y aún la constitución de servidumbre", es decir, que la operación cuya autorización solicita el Ejecutivo a esta Legislatura se encuentra apegada a los términos que establece nuestra Constitución Política. (...).²¹³

Lo anterior muestra que en mayo de 1971 comenzó a publicarse la convocatoria para la venta de los terrenos de la penitenciaría, cuya condición principal fue que se destinaran a la construcción de un centro comercial y un hotel. En julio del mismo año se anunció que en agosto se realizaría la subasta y el 4 de noviembre de 1971 se publicó la adquisición del terreno de la antigua penitenciaría, por parte de una sociedad denominada "Impulsora Turística de Durango", en la que fungían como representantes Armando Martín Oberón y Francisco Martín Bringas, el cual debió haber tenido alrededor de 11 años según el libro biográfico de su padre, Francisco Martín Borque. Las circunstancias en las que se dio la

²¹³ ²¹³ Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Durango, Jueves 4 de Noviembre de 1971.

compra venta del terreno son misteriosas pues apenas el 8 de junio se había autorizado la demolición de la penitenciaría, el 4 de noviembre se confirmaba la venta del terreno y el 20 de noviembre se realizó la inauguración de la tienda.

Según las publicaciones de El Sol de Durango de 1971, para construir La Soriana en un área de 17,000 metros cuadrados, fue necesario utilizar concreto en cantidades que habrían bastado para asfaltar con pavimento hidráulico una carretera de seis kilómetros de extensión. Se instaló una planta de energía eléctrica que podría dar servicio a una comunidad de 15,000 personas y con el fierro empleado en la obra, se hubiera podido integrar la estructura metálica de un edificio de 12 pisos, sobre una superficie de mil metros cuadrados. Durante 120 días, un promedio de 250 trabajadores de las más diversas ramas hizo de la construcción un laborioso colmenar que sumó los esfuerzos, durante algunas etapas, de hasta 600 hombres. Durante 30 días desfilaron en las oficinas receptoras de mercancías varias decenas de enormes tráileres con un promedio global de 160 toneladas diarias, para integrar una variedad superior a los 50,000 artículos, cuya recepción, clasificación y acomodo resultaron una difícil labor.²¹⁴

La Soriana de Durango contaba para su inauguración con: 98 departamentos con diferentes mercancías desde salchichonería, carnes frescas, carnicería, pescadería, frutas y legumbres, artículos para el hogar, juguetería, zapatería, géneros, discos y 50 mil objetos de lo más moderno, implementos eléctricos, televisores, lavadoras, refrigeradores, 6,800 metros cuadrados de área de venta, 910 espacios de exhibición con todo a la mano, estacionamiento gratuito para 250 automóviles, 600 carritos de mandado, 250 empleados, 44 cajas registradoras y equipado con aire acondicionado y bocinas.²¹⁵

En una publicación del 20 de Noviembre de 1971 en El Sol de Durango, se informaba que el gerente general de la tienda, el señor Pérez Penilla, dio a conocer que el edificio tuvo una construcción récord de cuatro meses, y la obra fue diseñada y levantada por el joven ingeniero de Ciudad Lerdo, Dgo., Rigoberto Mena y tuvo un costo aproximado de 22 millones, quedando en una extensión de más de 8 mil metros cuadrados, de los cuales 6,800 son para venta de mercancía que tiene almacenada, con un costo de 20 millones de pesos, lo que daba una inversión total de 42 millones de pesos.²¹⁶

²¹⁴ “El Sol de Durango”, 23 de noviembre de 1971.

²¹⁵ Rocha y Sida, Pedro, en “El Sol de Durango”, 20 de noviembre de 1971.

²¹⁶ “El Sol de Durango”, 20 de noviembre de 1970.

De esta manera, el 20 de noviembre de 1971 se estableció la primera tienda Soriana en la ciudad de Durango, tercer eslabón de la cadena comercial que empezaba a formarse. El 22 de noviembre de 1971 se abrieron las puertas al público con un horario de servicio de nueve de la mañana a ocho de la noche de lunes a viernes; los sábados de nueve de la mañana a nueve de la noche y los domingos de ocho de la mañana a dos de la tarde, anunciando precios de descuento en todos los departamentos. Se anunciaban además 42 locales dentro del centro comercial, donde habría cafetería, salón de belleza, peluquería, lavado y engrasado para vehículos motorizados, banca, farmacia, óptica y un departamento para encargar mercancía.²¹⁷

Los comerciantes locales, que constituían una clase poderosa, estaban en desacuerdo con los planes de desarrollo del gobernador Páez Urquidí. Sentían lesionados sus intereses comerciales con la apertura del que sería el tercer centro comercial del grupo Soriana, por eso incitaban a funcionarios municipales para que gravaran con impuestos la venta de casi todos los productos que se expenderían en el nuevo centro comercial.²¹⁸

Francisco Martín Borque y su sobrino Armando Martín Soberón fueron a hablar con José H. Botello Gallegos, dueño del hotel México Courts, y presidente de la Cámara de Comercio de la ciudad de Durango para negociar y resolvió que solo cobraran a Soriana los impuestos normales.²¹⁹

Con la construcción de este centro comercial en Durango, la cadena comercial Soriana empezó a perfilarse para ser en el futuro la más importante del norte del país. Pero Francisco Martín Borque se había dado cuenta de que para desarrollar el negocio de las tiendas de autoservicio, en la medida que él pensaba, era indispensable auxiliarse con la presencia de alguien que fuera un excelente conocedor de la forma de administrar ese tipo de negocios, desde luego ciñéndose a la filosofía empresarial sobre la que había asentado sus logros. Fue cuando encontró a Amancio Córdoba Córdoba, funcionario muy capaz, al servicio entonces de los hermanos Arango dueños de Aurrerá. Para 1978, 10 años después de haber abierto el primer gran centro comercial, Soriana tenía ocho nuevos establecimientos: dos en Torreón, uno en Chihuahua, dos en el estado de Durango, y tres

²¹⁷ *Ibid.*, 21 de noviembre de 1970.

²¹⁸ Quiñones, Mitzi, Entrevista con Jorge Andrade Cansino, ciudad de Durango, 5 de julio de 2018.

²¹⁹ Corona, Martínez y Martínez, *op. cit.*, p. 206.

en Monterrey: Vallarta, Country y Guadalupe. Hasta ese momento la tienda de la ciudad de Durango era la que ocupaba la mayor superficie.²²⁰

Figura 9. Anuncio de la inauguración de Soriana

¡A LA MEDIDA DE SUS DESEOS!

CENTRO COMERCIAL SORIANA
 ¡LO MEJOR DEL SISTEMA DE AUTOSERVICIO EN UN GRAN ALMACEN DE DESCUENTO!

¡A SU ALCANCE MAS DE 50,000 ARTICULOS!

- ABARROTES
- CARNICERIA
- PESCADOS Y MARISCOS,
- FRUTAS Y VERDURAS,
- LACTEOS, DULCERIA,
- FUENTE DE SODAS,
- VINOS Y LICORES
- TELAS, BLANCOS
- ROPA PARA DAMA,
- CABALLERO Y NIÑOS
- ESTEREO Y TELEVISION
- DEPORTES, REGALOS
- DISCOS Y LIBROS
- PERFUMERIA,
- LINEA BLANCA, FERRETERIA
- ARTICULOS ELECTRICOS,
- CRISTALERIA, JUGUETES,
- ACCESORIOS PARA AUTOMOVILES

¡¡TODO A PRECIOS DE AUTENTICO DESCUENTO!!

¡PROXIMO LUNES 22: INAUGURACION!

Fuente: Publicación de El Sol de Durango, 15 de noviembre de 1971.

²²⁰ Ibid.

Capítulo III. REESTRUCTURACIÓN DEL COMERCIO DESPUÉS DE LA LLEGADA DE SORIANA

III.1 Comercios duranguenses en la década de los setenta.

La crisis económica por la que atravesó el país en las décadas de 1970-1980 dio paso, más tarde al modelo económico neoliberal implementado por Miguel de la Madrid, teniendo como consecuencia los cambios institucionales que se consolidaron en la década de los 90 en el contexto de un mundo globalizado.

La llegada de Soriana como primer supermercado en 1971, se tradujo en un principio en un punto de confrontación para el comercio establecido por varias generaciones. La Soriana, edificada en los terrenos de la antigua penitenciaría del Estado, surgió luego de la creencia popular que se tiene de que los comerciantes locales no aceptaron el ofrecimiento de organizarse para crear ellos un primer establecimiento de esta naturaleza.

La introducción de una tienda como Soriana a la ciudad de Durango, supuso la necesidad de modernizar el comercio local para mantener su competencia frente a esas nuevas estrategias de mercadeo. La modernización del abasto se tradujo en la apertura del Mercado de Abastos Francisco Villa, que representaba un mecanismo de reorganización para las ventas de mayoreo y menudeo, que el mercado Gómez Palacio había sido incapaz de ofertar, y por otro lado los nacientes mercados Independencia y Analco, fueron pronto desplazados por el empuje del naciente centro comercial.²²¹

En noviembre de 1971, días antes de la apertura de Soriana, se puede ver en las publicaciones de “El Sol de Durango” una campaña publicitaria para fortalecer el comercio local ante la entrada de capitales foráneos como sucedió con la llegada de la tienda Soriana. El 9 de noviembre de 1971, Camilo Raigosa, presidente de la Cámara de Comercio de Durango pide a sus socios que ofrezcan mejores precios y mayores oportunidades al medio rural para contribuir a incorporar al campesino al rito de desarrollo del país, ofreciéndoles artículos de calidad a bajo costo. Esta exhortación fue en apoyo a la campaña emprendida por Ejecutivos de Ventas y Mercadotecnia de Durango, A.C. con la intención de lograr un enfoque hacia el medio rural, considerado una importante fuente de ingresos para el Estado. El lema de la campaña era “DURANGO LO TIENE TODO, TODO COMPRE EN DURANGO”, por lo que en los días sucesivos se podían ver anuncios de la campaña, casi

²²¹ Guerrero, Javier. *Durango 1963-2015. La Construcción de una Ciudad Moderna*, 2015, p. 57.

a la par que, a partir del 14 de noviembre del mismo año, se empieza a publicitar la apertura de Soriana.²²²

Figura 11. Imágenes de la campaña publicitaria “DURANGO LO TIENE TODO, TODO COMPRE EN DURANGO”.



Fuente: Publicación de El Sol de Durango, 15 de noviembre de 1971.

También aparecen anuncios del grupo de Comerciantes Afiliados de Durango (CAD), con el lema “El comercio de Durango es de confianza! Compre en el CAD”, respondiendo tal vez a la competencia que nacía con la instalación del nuevo supermercado y que representaba una amenaza para los comerciantes locales.

²²² “El Sol de Durango”, 9 de noviembre de 1971.

Figura 12. Anuncio de los Comerciantes Afiliados de Durango.

Fuente: Publicación de El Sol de Durango, 21 de noviembre de 1971.

La inauguración de la tienda Soriana fue el 20 de noviembre de 1971, pero la apertura se retrasó al lunes 22, debido a que ese fin de semana se llevaba a cabo la tradicional kermesse del 20 de noviembre, evento que se realiza hasta la actualidad por parte del DIF Estatal para recaudar fondos para comprar juguetes a los niños de escasos recursos en Navidad. La bendición del local a cargo del arzobispo de Durango, Antonio López Aviña y el “buffet-cocktail” fueron el sábado 20 a las 19 horas, a donde se dieron cita los propietarios de la empresa, Francisco y Armando Martín Borque con sus respectivas esposas, las autoridades estatales y municipales, y una lista de personas “distinguidas” de la sociedad duranguense; la nota del periódico decía que habían acudido 1,500 personas.²²³

²²³ *Ibid.*, 21 de noviembre de 1971.

El día que Soriana abrió sus puertas al público, el lunes 22 de noviembre de 1971, Jorge Andrade recuerda que las ventas en “La Barata” cayeron aproximadamente en un 70% y desde entonces por lo menos estuvieron en un 50% menos a la época anterior a Soriana. Andrade calcula que en su negocio, de 1250 clientes diarios pasaron a tener 1080, lo que paulatinamente representó una pérdida en las ganancias.²²⁴

La apertura de la tienda Soriana fue un éxito, todos los duranguenses querían conocer las novedades del supermercado que además contaba con una fuente de sodas, convirtiéndose poco a poco en el paseo familiar dominical. Esto tuvo una repercusión negativa en las tiendas de abarrotes de los comerciantes locales, que no lograron competir con las ventajas que ofrecía Soriana.

Soriana abría los domingos, tenía horarios atractivos y su publicidad en el periódico consistía en coloridos anuncios que ocupaban hojas completas del periódico, en una época donde las publicaciones no contaban con más de tres colores debido al costo de anunciarse en el periódico más leído en el estado, por lo que inmediatamente llamaban la atención. No fue la primera tienda en Durango que contaba con autoservicio pero sí fue el primer supermercado que contaba con una gran variedad de artículos en el mismo lugar. Los clientes de la ciudad y de los municipios aledaños que hacían sus compras en la capital, buscaban la facilidad del estacionamiento en Soriana (250 cajones) y en los comercios locales esto ocasionó que disminuyeron las ventas.

Es impresionante la rapidez con que Soriana creció y cada año inauguraba un nuevo centro comercial²²⁵. En la entrevista con Jorge Andrade, menciona que, de forma extraoficial se especulaba que la esposa del ex presidente Adolfo López Mateos, Eva Sámano, había impulsado este crecimiento a través de importantes aportes de capital.²²⁶

Otro de los factores que influyeron en que las tiendas de abarrotes de los comerciantes locales vieran sus ventas más afectadas fue la obra de pavimentación de concreto hidráulico y asfáltico que se llevó a cabo durante el gobierno de Páez Urquidi. Durante 9 meses permanecieron cerradas las calles por los trabajos realizados, lo que representó un duro golpe para los comercios tradicionales que no contaban con estacionamiento.²²⁷

²²⁴ Quiñones, Mitzi, Entrevista con Jorge Andrade Cansino, ciudad de Durango, 5 de julio de 2018.

²²⁵ ANEXO 3.

²²⁶ Quiñones, Mitzi, Entrevista con Jorge Andrade Cansino, ciudad de Durango, 5 de julio de 2018.

²²⁷ *Ibid.*; “El Sol de Durango”, noviembre de 1971

Figura 12. Anuncios de Soriana en Durango.



Fuente: Publicación de El Sol de Durango, diciembre de 1971.

Actualmente “El tecolote, vinos y licores”, continúa utilizando la razón social de “La Barata”, pero debido a la baja de ventas, vendieron el edificio principal a finales de la década de los setenta para abandonar el ramo abarrotero.²²⁸

Por su parte en el caso de las antiguas tiendas de abarrotes “La Simpatía” y El Naranja, desapareció el primero y transformó su concepto el segundo. Situación similar sucedió con los grandes almacenes de ropa que no modernizaron sus sistemas de venta como fue el caso de los Almacenes Valdepeña.²²⁹

“La Simpatía” y su sucursal “Del Prado”²³⁰ fueron cerradas en la década de los ochenta y el edificio principal permaneció en desuso varios años hasta que fue ocupado por la Delegación del IMSS.

A mediados de los años setenta, la familia Gutiérrez, transformó su giro abarrotero por las ferreterías, así nació la Compañía Ferretera de Durango, S.A., siendo inaugurada por el gobernador Héctor Mayagoitia Domínguez, lo que permitió que el negocio familiar evolucionara ante la desventaja que presentaba en el ramo de los abarrotes. En 1978, los hermanos Emilio y Fidel decidieron separar el negocio por intereses familiares. La firma de “Jesús Gutiérrez y Cía.” quedó en el ramo de la papelería; Ferreteras “El Naranja”, Ganadera las Margaritas, Inmobiliaria Guva, S.A. de C.V. y la firma Jesús Gutiérrez y Cía. Sucs., S.A. de C.V. fundada en 1901 son actualmente manejadas por Jaime, María Gerarda y Laurencia Gutiérrez.²³¹

“La Conquistadora”, una ferretera con más de 120 años de antigüedad, fue cerrada el año pasado, después de haber trasladado su local, anteriormente de gran tamaño, a uno más pequeño y en una ubicación menos concurrida.

El Supermercado Santa Ana en 1973 se transformó en el primer supermercado público Conasuper.

A iniciativa de la Secretaría de Industria y Comercio del gobierno de la República, en febrero de 1970, Durango se incorporó al Plan Nacional de Abasto Popular, denominado Mercado sobre Ruedas, que permitió acercar alimentos básicos a precios accesibles a sectores

²²⁸ *Ibid.*

²²⁹ *Ibid.*, p. 58.

²³⁰ Javier Guerrero Romero argumenta en *Durango 1963-2015. La Construcción de una Ciudad Moderna* que el súper “Del Prado” fue el primer supermercado de autoservicio en Durango y que abrió sus puertas en 1961.

²³¹ Gutiérrez Valles, Fidel, op.cit., p.47.

vulnerables de la población, siendo también el inicio de los tianguis y mercados ambulantes que paulatinamente se fueron popularizando. A partir de 1978 empezó a abrirse una nueva modalidad en el pequeño comercio que fueron los minisúper, algunos con patente para venta de bebidas alcohólicas, denominados ahora tiendas de conveniencia. El ayuntamiento continuó la implementación de pequeños mercados públicos, poniendo en operación en diciembre de 1987 el mercado San José al oriente de la calle Gómez Palacio. En 1983, los comerciantes del ex campo deportivo se organizaron para crear una nueva central de abastos al sur, que se denominaría mercado de abastos El Refugio, al ubicarse en las cercanías de esa colonia.²³²

III.2 Estadísticas e indicadores económicos de Durango de los sesenta al ochenta.

A raíz de los movimientos sociales del 66 y del 70, se realizaron distintos estudios económicos del estado de Durango y se pueden encontrar tesis realizadas en ese periodo en la UNAM, que analizaban la situación económica de Durango.

Para 1965, el comercio ocupaba el segundo lugar en grado de importancia en el estado de Durango, con 290 millones de pesos, por concepto de ventas e ingresos. Existían 831 establecimientos comerciales que daban ocupación a 3,024 personas de las que únicamente 2,215 son remuneradas. El comercio de la zona dependía en gran medida del desarrollo que presentan las actividades primarias y secundarias. En 1968, la actividad comercial tuvo un incremento de 10 respecto a 1967.²³³

Tabla 4. Indicadores principales para determinar el nivel de vida de los habitantes del estado de Durango en 1960.

Indicadores	Durango	México
Esperanza de vida 1960-1965 (años)	63.3	61.5
Inscritos de la población escolar en %	62.1	55.2
Habitantes por vivienda 1960	5.62	5.45
Vivienda sin servicio de agua % total 1960	81.5	67.7
Material predominante en la construcción en % 1960	6.9	35.7
Porcentaje de la población con servicio eléctrico	54.5	60.7
Habitantes por vehículo a enero de 1965	112.2	59.5
Porcentaje de viviendas con radio receptor 1960	22.4	38.1

²³² Guerrero, Javier. *Durango 1963-2015...*, p. 59.

²³³ Anaya Gutiérrez, Alberto, Estudio socio-económico de la población sujeta al régimen del salario mínimo en la ciudad de Durango, Tesis para obtener el título de Licenciado en Economía, Facultad de Economía, UNAM, 1972, p. 8.

Ahorro monto por habitantes a noviembre 21,1965 (pesos)	363.4	536.8
Porcentaje de la población que usaba calzado 1960	70.7	62.3
Porcentaje de trabajadores con ingresos hasta 749 pesos mensuales, a junio de 1964	90	72

Fuente: Elaboración propia con datos de *Diagnóstico para el desarrollo del Estado de Durango, base de un programa de gobierno*, de Manuel Roberto Flores Montenegro, 1969

Durante la década de los setenta se observó una expansión migratoria más acelerada en la que el aumento irregular de las colonias populares motivó a una regulación sustentada en la Ley General de Asentamientos Humanos promulgada en 1970 y fue hasta 1975 cuando se publicó el Esquema Director del Crecimiento Urbano de la ciudad de Durango, sirviendo como instrumento de planeación territorial.

Para 1972, Durango era una ciudad de más de 150 mil habitantes, la capital económica y administrativa, y un centro comercial de afluencia de muchas regiones del Estado y del país. De conformidad con los datos preliminares proporcionados por el IX Censo General de Población de 1970, la población económicamente activa de la ciudad de Durango llegó a 36,130 personas, que representaban el 24% de la población total que alcanzó 150,541 habitantes. Este porcentaje apenas difería del estatal que fue de 23.9%; el relativo nacional 26.7%. La población económicamente activa, se contabilizó a partir de los 12 años en adelante.²³⁴

ESTUDIO SOCIECONÓMICO DE 1975

El ritmo de crecimiento de la actividad comercial en el estado de Durango parece haber sido dinámico, de 1960 a 1970. La inversión en el sector propiamente se triplicó en una década, pasó de 222 a 629 millones de pesos; las ventas crecieron 3.5 veces; el personal ocupado tuvo un incremento de 94%, de 7,719 a 14,946, y el número de establecimientos comerciales avanzó de 3,848 a 6,922 con un aumento del 80%. En capital invertido, por ejemplo, registró una expansión de 183% de 1960 a 1970 pero disminuyó a nivel nacional.²³⁵

²³⁴ Anaya Gutiérrez, Alberto, Estudio socio-económico de la población sujeta al régimen del salario mínimo en la ciudad de Durango, Tesis para obtener el título de Licenciado en Economía, Facultad de Economía, UNAM, 1972, p. 8.

²³⁵ Espino Barros, Jorge Parker, *La Economía del estado de Durango*, Colección de Estudios Regionales, Bancos de Comercio, México, 1975.

En la actividad comercial intervenían tiendas del ISSSTE, del IMSS y de la CONASUPO.²³⁶ Había también tres tiendas móviles CONASUPO-SOP, una ferrotienda, y un almacén Conasuper, en la capital del estado.²³⁷

Para 1975, el número de almacenes comerciales verdaderamente importantes en el estado era reducido. Únicamente se localizaban, prácticamente como en la actualidad, en la ciudad de Durango, Gómez Palacio, Lerdo, Tepehuanes, Santiago Papasquiario, Nuevo Ideal y Guadalupe Victoria. Los almacenes comerciales del estado eran más bien pequeños y medianos (sobre todo medianos). Esto se podía deducir por el hecho de que la relación de capital invertido por establecimiento, era de 90,915 pesos (1970), contra 210,965 pesos en el país.²³⁸

En personal ocupado había un mayor dinamismo, el aumento fue más fuerte que en el país, pasó de 3,674 a 8,027 personas con un incremento de 119%. En el curso del decenio de 1960 a 1970, se acentuó el saldo migratorio adverso del estado de Durango. En 1970 se hallaban 241,018 habitantes originarios de Durango, residiendo en otras entidades, 31% más que diez años antes.²³⁹

En 1960, la población económicamente activa (PEA) de Durango, estaba formada por 235 mil personas que representaban el 31% de la población total de la entidad. Diez años después, la PEA estaba constituida por 225 mil personas que representaban el 24% de la población total. Es decir que la PEA de Durango, disminuyó de 1960 a 1970 en algo más de 4%. Por otra parte, la población del estado creció 23.4% en diez años, pese a tener una alta tasa de natalidad, esto se explica por el movimiento migratorio negativo.²⁴⁰

El problema que subyace en estos hechos económicos y sociales fue, probablemente, el más grave que tiene el estado: el problema del empleo. De las más de 40 mil personas que expulsó el sector agropecuario de 1960 a 1970, no pudieron ser absorbidas por los demás

²³⁶ La CONASUPO contaba con 50 tiendas fijas concesionadas, distribuidas de esta manera: Durango, 5 tiendas; Gómez Palacio, 5; Cuencamé, 4; Nombre de Dios, 3; Tlahualilo, 3; Mapimí, 3; Lerdo; Guadalupe Victoria, 2; Canatlán, 2; Santiago Papasquiario, 2; Indé, 2, y una tienda en los siguientes municipios: El Mezquital, Pueblo Nuevo, Pánuco de Coronado, , San Dimas, El Oro, Súchil, Tepehuanes, Vicente Guerrero, Poanas, Villa Ocampo, Rodeo, Peñón Blanco, Villa Hidalgo, Nazas, Simón Bolívar y San Juan de Guadalupe.

²³⁷ Espino Barros, Jorge Parker, *La Economía...*, 1975.

²³⁸ *Ibid.*

²³⁹ Jiménez de las Piedras, María Patricia, *Perspectivas industriales para el estado de Durango*, tesis para obtener el grado de licenciatura en Economía, UNAM, 1978.

²⁴⁰ Espino Barros, Jorge Parker, *La Economía...*, 1975

sectores de la economía. La ocupación del sector bajó de 165,222 a 123,694 personas de 1960 a 1970.

El problema, que parece ser el mismo 50 años después, ha sido muy grave porque además de haber quedado sin empleo más de 10 mil personas que se hallaban ocupadas en 1960, la economía careció de capacidad para generar empleos para dar ocupación remunerada a la nueva población que se incorporó a la fuerza de trabajo. El saldo resultante fue una mayor desocupación. La industria fue el sector más dinámico de la economía en este periodo comprendido entre 1960 y 1970, pues aumentó su participación en la PEA, de 11.3 a 15.2%, pero apenas creó 7,500 nuevos empleos en una década.²⁴¹

La veda forestal impuesta en 1949, había hecho estragos en la desocupación del estado, por eso a partir de que es levantada en 1967, se puede ver una mejoría en el perfil del problema.

“Al parecer, la veda –fue un señalamiento que se nos hizo con cierta insistencia- había estado acabando con el espíritu de empresa del hombre de Durango. Lo había hecho, definitivamente, conservador en sus decisiones. Había terminado, casi, con su audacia. Solo el duranguense de la porción lagunera había logrado mantener su agresividad. Durante muchos años, cargó sobre él, en buena medida, el desarrollo.”²⁴²

Esto puede ser una explicación del rezago en el desarrollo de las demás regiones del estado con La Laguna. Mientras Gómez Palacio y Lerdo tenían un impulso debido a las facilidades de las vías de comunicación y el abastecimiento de agua con que contaban que les ofrecían condiciones favorables para el aprovechamiento de sus recursos, la mayor parte del estado, una población rural con problemas de escasez de agua, la veda forestal en el norte, los problemas sociales en la capital debido a la falta de industrialización, el desempleo y los bajos salarios, hicieron que existiera una disparidad en el desarrollo regional.

III.3 Consecuencias de los movimientos sociales.

Luego de la toma del Cerro del Mercado en el 66, la imposición del gobernador Alejandro Páez Urquidi por el gobierno federal, es vista como una sanción hacia los duranguenses, que buscando la industrialización en favor del estado, desafiaron al poder político y empresarial más importante del país. Durango, tal vez a excepción de la región lagunera, pero principalmente su capital, fue tachado como un estado “revoltoso” y desobediente, que

²⁴¹ Jiménez de las Piedras, María Patricia, *Perspectivas...*, 1978.

²⁴² Espino Barros, Jorge Parker, *La Economía...*, 1975

ocasionaron problemas al presidente Díaz Ordaz y se confrontaron con intereses económicos muy grandes como los del Grupo Monterrey.

El movimiento de 1970, ocasionó que hubiera una relación difícil entre la población y el gobernador Alejandro Páez Urquidi, puesto que era visto como un extranjero, ya que aunque había nacido en Gómez Palacio, en realidad no estaba familiarizado, al menos de forma directa, con los problemas de Durango por haber vivido gran parte de su vida fuera del estado. Páez Urquidi tenía un proyecto de desarrollo modernizador, fue visto por muchos como un hombre visionario, pero que no supo sintonizar con las demandas de la población, al ser vistas sus políticas como muy estrictas o que no convenían a los intereses de algunos. Lo cierto es que las obras que realizó perduraron y contribuyeron al desarrollo de Durango.

Sin embargo, como continuación de los movimientos sociales de 1966 y 1970, entre 1974 y 1978, durante el gobierno del Dr. Héctor Mayagoitia, se desató una fiebre sindicalista en las universidades de los estados, que en el caso de la UJED favoreció la unidad y solidaridad de clase con otros movimientos y luchas obreras de sectores diversos.²⁴³

Después de los fallidos intentos por lograr un mayor desarrollo económico en la entidad, las movilizaciones desaparecen. Después del desaliento por los resultados negativos, queda, al menos en la memoria colectiva la importancia de la movilización de la población. Con los antecedentes de los dos movimientos sociales, el del 66 y el del 70, se origina el movimiento urbano popular de Durango. Desde mediados de 1970 hasta mediados de 1972 se busca encontrar el camino para activar el movimiento, se inicia en las zonas agrarias del estado, pretendiendo poner en marcha un movimiento campesino que no llega a progresar.²⁴⁴

En la ciudad, durante la segunda mitad de 1972, se inicia la lucha por la reducción de la cuota del agua y en torno a esta demanda se forma una organización, la Unión Popular independiente. Al final de ese año se consigue reducir la cuota del agua. A lo largo de 1973 se lleva a cabo una lucha por obtener terrenos, las primeras incursiones son obstaculizadas y los colonos son desalojados por soldados, pero al combinar las movilizaciones con negociaciones, se logra inaugurar la primera colonia popular de Durango, División del Norte, a finales de 1973.

²⁴³ Meza, Armando, *op. cit.*, p. 33..

²⁴⁴ *Ibid.*

Desde principios de 1974 hasta mediados de 1976, en el afán de consolidar la primera colonia popular, se tienen disputas internas en torno a la ideología política y se organizan más tarde dos invasiones de tierras, que ahora son las colonias Emiliano Zapata y Lucio Cabañas.²⁴⁵

III.4 Durango en la actualidad.

Situación económica y política.

Según estadísticas del INEGI, para el año 2015, el Producto Interno Bruto (PIB) del estado de Durango, representaba solamente el 1.2% con respecto al PIB nacional. De cada 100 pesos aportados a la economía de Durango, 55.99 son por las actividades terciarias, 35.10 por las secundarias y 8.91 por las primarias. Para 2018, la variación anual porcentual del PIB fue de 0.8 y la actividad industrial en agosto de 2019 tuvo una caída del 8.5% mensual; la productividad laboral de las empresas al por menor tuvo una variación anual del -5.5%, sin embargo aumentó en la industria manufacturera.²⁴⁶

Cerca del 60% de la economía estatal se concentra en cinco actividades principales: Comercio 15%, Servicios inmobiliarios 12%, Agricultura y ganadería 10%, Industria alimentaria 10% y Construcción 9%. Los sectores tradicionales de la economía duranguense como la minería y la industria de la madera, aportan en términos aritméticos niveles mínimos al PIB estatal, 4% y 3%, respectivamente, aunque el volumen y valor de la producción de estos ramos es importante, tal y como se verá más adelante.²⁴⁷

En cuanto al nivel de ocupación y empleo, el 50% de la población ocupada se concentra en tres sectores económicos: 20% en Comercio, 15% en actividades agropecuarias y 15% en la industria manufacturera. De estos, solo el sector manufacturero provee condiciones de formalidad, dado que el comercio se vincula al autoempleo y el sector primario se compone en gran medida de núcleos familiares.

Con relación al PIB Per Cápita, los duranguenses están un 20% por debajo de la productividad promedio en México. Respecto al poder adquisitivo de los trabajadores, el salario promedio diario del IMSS ubica a Durango en el lugar 30 de 32, como uno de los estados con los peores salarios del país. En el Estado, la mayoría de la población tiene un nivel de ingresos de 1 a 3 salarios mínimos diarios, representando un 67.4% del total de la población

²⁴⁵ Meza, Armando, *op. cit.*, p.78.

²⁴⁶ Instituto Nacional de Estadística y Geografía, “Conociendo Durango”, 2017 pp. 6-8.

²⁴⁷ *Ibid.*

ocupada, tal nivel está por encima de la media nacional del 61.9%, lo cual nos dice que un mayor porcentaje de la población recibe una menor remuneración por su trabajo que el promedio nacional.²⁴⁸

Tabla 5. Población de Durango de 1950 a 2015

AÑO	ESTADO	MUNICIPIO
1950	629 874	98 636
1960	760 836	142 858
1970	939 208	204 385
1980	1 182 320	321 148
1990	1 349 378	413 835
1995	1 431 748	464 566
2015	1 759 848	654 876

Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI

En Durango se muestran dos fenómenos característicos de la distribución de su población, el primero derivado de un proceso continuo de concentración en los tres municipios más grandes, Durango con más del 35% de la población, Gómez Palacio con el 20.1% y Lerdo que concentra un 8.6% de personas; en suma representan el 64.4% de la población del estado. En contraparte la población del resto del estado tiende a disminuir, destacando solo algunas cabeceras municipales que han actuado como pequeños polos concentradores de población en sus regiones. El segundo fenómeno es la dispersión de la población; el 99% de las localidades habitadas son rurales, el 90.7% son menores a 250 habitantes y en ellas solo habitan el 10.4% de la población del estado. La población de Durango, al igual que hace 50 años, sigue migrando en busca de mejores oportunidades, con el objetivo de encontrar empleos bien remunerados o mejorar la calidad de vida.²⁴⁹

De acuerdo con el Anuario estadístico y geográfico por entidad federativa 2017, publicado por el INEGI, el estado de Durango contaba en 2016 con una longitud carretera de 15,696 km, 1,153.3 km de vías férreas, un aeropuerto internacional y 149 aeródromos. El 24% de la red de caminos corresponde a vías alimentadoras y el 76% restante son caminos rurales y brechas, cuyo valor es más social que económico pues únicamente proporcionan acceso a comunidades pequeñas que de otra manera estarían aisladas. Las malas condiciones de

²⁴⁸ Plan Estatal de Desarrollo 2016-2022.

²⁴⁹ Ibid.

las carreteras existentes y la falta de circuitos carreteros en el Estado han impedido que prevalezca un adecuado intercambio de personas y productos regionales. Prevalece una mala planeación y calidad de las obras, faltan recursos para mantenimiento y reconstrucción, así como para la construcción de nuevos caminos.²⁵⁰

Según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), durante 2017 Durango ocupó el 21° lugar por el valor de sus exportaciones, que alcanzaron un monto de 1,534,667 miles de dólares*, lo que representó el 0.4% a nivel nacional. Destacó como principal actividad la industria manufacturera con un valor en sus exportaciones de 1,207,774 miles de dólares. El subsector con mayor participación fue la fabricación de equipo de transporte que representó el 30.1%, seguido de la industria de fabricación de prendas de vestir con el 14.2% respecto a las exportaciones totales de la entidad. Según la Secretaría de Economía, los sectores estratégicos en el estado de Durango son: minería, metalmecánica, agroindustrial, apoyo a los negocios, productos de madera, confección y autopartes.²⁵¹

En los últimos años del siglo pasado y principios del actual, se promovió una intensa actividad en el sector manufacturero, la que se tradujo en la instalación de numerosas empresas maquiladoras que pronto ocuparon el espacio destinado para el suelo industrial. Algunas ubicadas fuera de la zona industrial, se localizaron en espacios donde la densidad de población se desarrolló, con el fin de facilitar la contratación de personal y reducir los tiempos de traslado. Esta actividad ha provocado que los empleos generados por las maquiladoras sean principalmente de bajos salarios y largas jornadas de trabajo, con los requerimientos mínimos de instrucción.²⁵²

Actividad comercial del municipio de Durango

De acuerdo al INEGI, en la actualidad existen 5,390 establecimientos de comercio al por menor de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco en el municipio de Durango, de los cuales 5,308 se encuentran en la ciudad de Durango. 28 establecimientos se consideran en la clasificación de comercio al por menor en supermercados, 401 minisupers, 2,670 establecimientos de comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas. El resto de los establecimientos son de: Bebidas no alcohólicas y hielo, Carne de aves, Carnes rojas, cerveza, cigarros puros y tabaco, Dulces y materias primas para

²⁵⁰ INEGI, Anuario estadístico y geográfico de Durango 2017.

²⁵¹ *Ibid.*

²⁵² Guerrero, Javier. *Durango 1963-2015...*, p. 60.

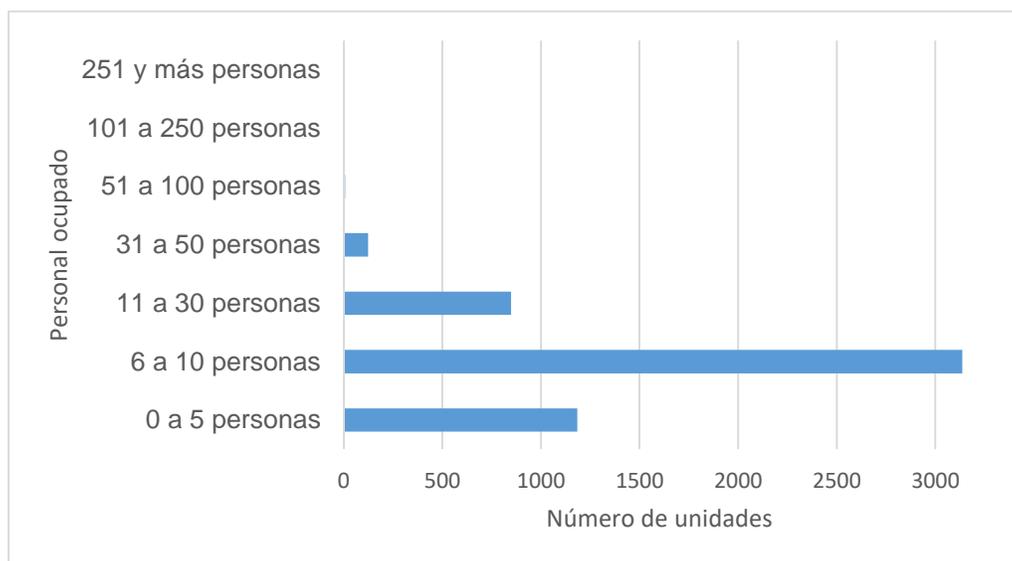
repostería, Frutas y verduras frescas, Leche otros productos lácteos y embutidos, Otros alimentos, Paletas de hielo y helados, Pescados y mariscos, Semillas y granos alimenticios especias y chiles secos, Vinos y licores.²⁵³

Tabla 6. Número de unidades económicas de acuerdo al personal ocupado.

Personal ocupado	Suma de Número de unidades económicas
0 a 5 personas	1185
6 a 10 personas	3137
11 a 30 personas	848
31 a 50 personas	123
51 a 100 personas	7
101 a 250 personas	3
251 y más personas	5
Total de unidades económicas	5308

Fuente: Elaboración propia con datos de DENUE, INEGI, 2019.

Gráfica 3. Número de establecimientos de acuerdo a las personas ocupadas.



Fuente: Elaboración propia con datos de DENUE, INEGI, 2019.

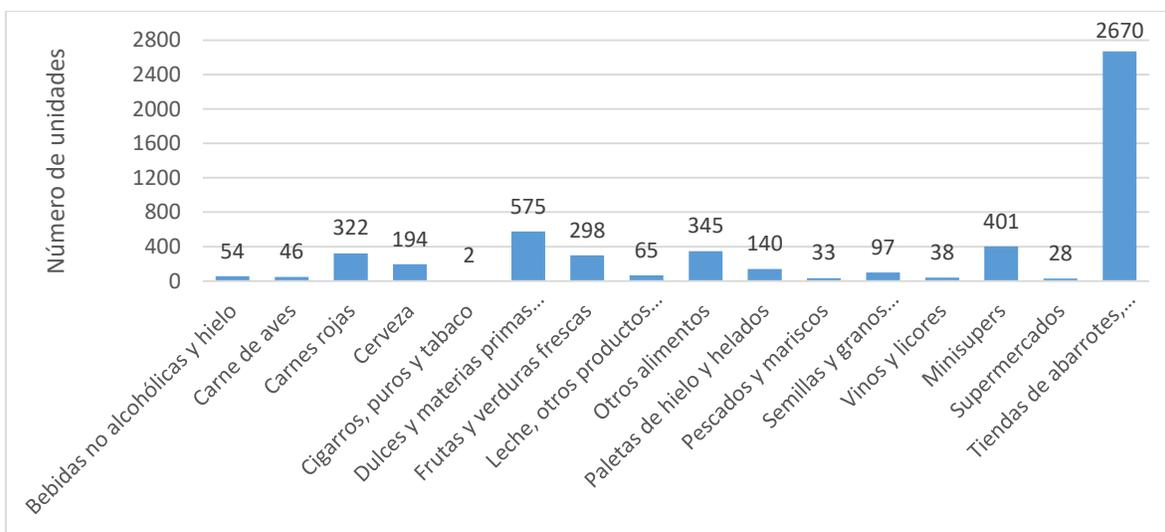
²⁵³ INEGI, Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>

Tabla 7. Número de unidades económicas de acuerdo al personal ocupado.

Clase de la actividad (Comercio al por menor)	Número de unidades económicas
Bebidas no alcohólicas y hielo	54
Carne de aves	46
Carnes rojas	322
Cerveza	194
Cigarros, puros y tabaco	2
Dulces y materias primas para repostería	575
Frutas y verduras frescas	298
Leche, otros productos lácteos y embutidos	65
Otros alimentos	345
Paletas de hielo y helados	140
Pescados y mariscos	33
Semillas y granos alimenticios, especias y chiles secos	97
Vinos y licores	38
Minisupers	401
Supermercados	28
Tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas	2670

Fuente: Elaboración propia con datos de DENUE, INEGI, 2019.

Gráfica 4. Número de establecimientos de comercio al menudeo de acuerdo a su actividad.



Fuente: Elaboración propia con datos de DENUE, INEGI, 2019.

Actualmente en la ciudad de Durango, dentro de los establecimientos dedicados al comercio, considerados como los supermercados más importantes, existen 6 tiendas pertenecientes a Organización Soriana (Centro, Madero, Jardines, Gigante, Lomas y un City Club, club de membresía con venta al mayoreo); 5 tiendas Walmart (Felipe Pescador, Francisco Villa, El Edén y 2 Sam's Club); 3 tiendas de Casa Ley (Juventud, Fidel Velázquez y Primo de Verdad); 3 de Bodega Aurrera (Pino Suárez, José Ma. Patoni y Primo de Verdad); 3 tiendas Chedraui (Domingo Arrieta, Nazas y Portal) y finalmente, 3 tiendas Alsuper (Domingo Arrieta, Los Remedios, Inst. Durango).

Esta modalidad de supermercados cobró auge en Durango desde los últimos 50 años que llegó la primera Soriana, pues el modelo de negocio que utilizan ha funcionado mejor que el de las tiendas de abarrotes. A partir de entonces el comercio se ha transformado para dejar de ser un negocio familiar tradicional que atiende en pequeño y conoce a los clientes para convertirse en un satisfactor inmediato de necesidades con la mayor comodidad. En los últimos 5 años ha aumentado la apertura de supermercados, sin embargo las tiendas de conveniencia como OXXO, Circle K o las Farmacias Guadalajara, han representado una fuerte competencia por disponer de la misma variedad de artículos básicos en un modelo de negocio más sencillo.

De manera más reciente el concepto de las plazas comerciales se ha ampliado para convertirse en puntos de reunión para socializar, cuyo centro atractivo son restaurantes, cafés o bares. Ya no solo son artículos de primera necesidad en un mismo lugar, ahora se encuentran servicios, experiencias y convivencia. En Durango este tipo de plazas comerciales no se ha dado con la magnitud que en las grandes ciudades, tal vez por falta de inversión; la más grande es Paseo Durango que cuenta con tiendas departamentales, boutiques, un cine, entre otros negocios.

Pero la novedad del siglo XXI ha sido el comercio electrónico, que representa competencia para cualquier tipo de establecimiento. Los clientes del nuevo milenio no necesitan salir de casa para adquirir los productos, así se evitan la utilización de medios de transporte y los gastos que ello implica. Los vendedores, tampoco requieren de un local donde ofrecer sus productos, simplemente se hace una transacción impersonal por medio de internet pero que al mismo tiempo ofrece un servicio personalizado. El reto consiste siempre en evolucionar para evitar quedar en el olvido, especialmente con la velocidad del mundo globalizado.²⁵⁴

²⁵⁴ Martínez, Eduardo, *Comercio electrónico*. 2016.

CONSIDERACIONES FINALES

La historia del comercio en Durango es rica y vasta, pues a través de los siglos se ha ido nutriendo de generación en generación. El presente trabajo ha realizado un recuento de los sucesos más importantes dentro del sector comercial en Durango desde su fundación como villa en 1563, hasta la mitad del siglo XX.

Anterior a la llegada de Soriana, se pueden identificar tres momentos clave que marcaron el rumbo de la economía de la ciudad de Durango durante el siglo XX:

- La toma de la ciudad por las fuerzas revolucionarias en 1913. Este acontecimiento modificó la tendencia de crecimiento que tenía Durango pues generó mucha incertidumbre en los hombres que buscaban hacer negocios en la ciudad, principalmente en el periodo postrevolucionario y durante la Guerra Cristera. Los destrozos en los inmuebles ocasionaron que muchos de los extranjeros que tenían comercios en la ciudad los vendieran o traspasaran para regresar a su patria, pero llegaron otros, principalmente de origen árabe, israelita y sirio-libanés.
- La veda forestal en 1949. La prohibición provocó que el potencial del sector forestal disminuyera, en una región maderera, donde dos millones de hectáreas estaban siendo desaprovechadas y los empleos que no estaban siendo generados. El industrial maderero Gilberto Rosas Simbeck diseñó un proyecto llamado Bosques Mexicanos, A.C., para solicitar el levantamiento de la veda a su favor, pero finalmente le fue negado. Los intereses políticos no permitieron que el proyecto se efectuara, lo que lleva al siguiente punto.
- El movimiento estudiantil de 1966. La explotación durante años del cerro del Mercado en beneficio de los regiomontanos, provocó el descontento en la población duranguense, principalmente en los jóvenes estudiantes que tomaron las instalaciones de la mina de hierro con la consigna de que se cancelaran las operaciones que realizaban para la Fundidora de Hierro y Acero de Monterrey y se instalara una siderúrgica en aras de la industrialización de Durango. Este movimiento fue apoyado por los comerciantes de Durango y los intereses políticos de Gilberto Rosas que buscaba al mismo tiempo, la concesión para la explotación en el área de la veda. El movimiento se desvirtuó y fue juzgado como demasiado idealista. Esto llevó a la desaparición de poderes y por lo tanto, la destitución del gobernador del estado en turno; la promesa de efectuar estudios para ver la factibilidad de construir una siderúrgica y alejó a Durango (aún más) de su camino

al desarrollo, puesto que el movimiento, aunque pacífico, había causado que a nivel federal se le etiquetara como un lugar conflictivo.

Estos sucesos habrían de explicar el contexto en el que Durango no pudo incorporarse al ritmo del desarrollo económico nacional.

Antes de la llegada de Soriana, los comerciantes habían comenzado a constituir una clase social influyente, con poder político que ya estaba consolidada para la década de los sesenta. Se habían convertido en importantes hombres de sociedad que manejaban sus negocios tranquilamente, enviaban a sus hijos a estudiar a las mejores universidades del país o del extranjero, para luego heredarles la empresa familiar. Cuando llegó al poder el gobernador Alejandro Páez Urquidi, asignado candidato por el presidente Gustavo Díaz Ordaz, se encontró con una fuerte resistencia de esta clase que tenía gran poder dentro de la sociedad duranguense.

De acuerdo con el trabajo de investigación realizado, se concluye que el comercio duranguense inició una etapa de reestructuración con la llegada de la tienda Soriana en 1971, por lo que se acepta la hipótesis, pues aunque ya existía el modelo de autoservicio en los comercios locales, la estructura del nuevo supermercado trajo mayores ventajas a los clientes que anteriormente realizaban sus compras en las tiendas de abarrotes tradicionales. Además con la variedad de artículos que ofrecía, Soriana se volvió un competidor de distintos ramos en el sector del comercio al por menor.

Esta reestructuración trajo como consecuencia que los principales establecimientos comerciales de la ciudad, fundados desde principios del siglo XX, se transformaran o desaparecieran. Esto significó el fin del comercio tradicional como se conocía en Durango y dio paso a una nueva manera de hacer negocios en la comercialización al por menor.

Las principales ventajas de Soriana que se pudieron identificar sobre sus competidores cuando abrió sus puertas en la ciudad de Durango:

- Estacionamiento. Contaba con un gran estacionamiento, especialmente favorable para las personas que acudían de los municipios o rancherías aledañas a la ciudad para realizar sus compras.
- Facilidades por parte del gobierno. El gobierno otorgó las facilidades para que se construyera la tienda en los terrenos de la antigua Penitenciaría del Estado, lugar propicio para un centro comercial de la magnitud que se creó.
- Pavimentación. Posterior a la inauguración de Soriana, como parte de los planes de modernización que llevó a cabo el ingeniero Páez Urquidi, se iniciaron los trabajos para la pavimentación en las principales calles de la ciudad con concreto hidráulico y asfáltico, lo

que ocasionó que muchos comercios locales se vieran afectados en la obstrucción de sus entradas o el estacionamiento para sus clientes.

La nueva tienda Soriana se convirtió en un punto de reunión en la década de los setenta, ofrecía una experiencia más allá de la compra, pues servía como paseo familiar o para socializar. La modernización del comercio se trataba de algo más que comprar productos necesarios, se transformó en un acontecimiento social. Pronto los comercios locales comenzaron a verse afectados por las pérdidas en las ventas que registraban debido a la fuerte competencia de Soriana que eran incapaces de superar.

Otro elemento que es importante mencionar, es que cuando los comerciantes locales hacían el traspaso a sus herederos del negocio familiar, era un momento clave para que continuara el éxito por el que tanto habían trabajado los padres al crear su patrimonio. Muchos comercios con años de tradición, fracasaron debido a los malos manejos de los hijos (a los que habían enviado a estudiar administración de empresas a las mejores universidades) o porque se tenían que dividir el negocio entre varios hermanos.

Al comparar la trayectoria de Jesús Gutiérrez B. y Francisco Martín Borque, no difieren realmente en muchas cosas durante sus inicios, ambos, sin instrucción teórica en los negocios, comenzaron trabajando ayudando en una tienda de telas o abarrotes, hasta que lograron tener la propia, vendían en la zona serrana sus productos y luego lograron establecer un negocio que pudo extenderse a un par de sucursales gracias a la confianza de sus clientes. La clave está en el momento en que Martín Borque consiguió el financiamiento para construir un supermercado con el modelo de negocio que había visto en Estados Unidos y que en México ya comenzaba a trabajar Aurrerá. A partir de 1968 que inauguró el primer centro comercial de ese tipo en Torreón, continuó abriendo tiendas por lo menos cada dos años en distintos lugares del norte del país, seguramente obteniendo un periodo de recuperación de la inversión muy corto. Intentó abrir una en la capital del país pero no lo logró hasta la década de los años 2000.

Es verdad que Francisco Martín Borque fue un empresario visionario que logró el éxito a partir de una tienda de telas de forma increíble, no obstante, las prácticas que llevaba a cabo para hacer negocios no eran enteramente honestas. Se valía de engaños para obtener los terrenos que deseaba y no lograba lo que deseaba, buscaba alguna estrategia para obtenerlo.

Mientras existieron las condiciones, Durango fue un destino atractivo para que los extranjeros pusieran sus capitales. Se ha comentado que Durango es la menos norteña de las ciudades septentrionales pero entonces, por qué Francisco Martín Borque habría de

instalar su tercera tienda ahí, que fue durante una década la más grande de la cadena comercial Soriana. El modelo de negocio que Martín Borque había pensado para el norte de México y las grandes ciudades, funcionó en Durango.

Los gobiernos pueden potenciar o no los polos de crecimiento económico en los estados a través de las decisiones políticas, un ejemplo de ello es Páez Urquidí, quien planteó importantes proyectos para el desarrollo del estado y que inclinó la balanza hacia los capitales externos al estado para modernizar el comercio.

A través de la historia contemporánea, es preciso buscar una explicación económica de nuestra realidad social, económica, cultural. La geografía del estado de Durango ofrece ventajas en cuanto a su biodiversidad, pero al mismo tiempo representa un obstáculo para el desarrollo debido al difícil acceso a ciertas regiones. Si bien, la geografía no es determinante, sí se puede decir que ha influido y el desarrollo económico que se ha presentado en Durango, ha sido el resultado, tanto de las condiciones geográficas como de las políticas económicas adoptadas a nivel nacional y estatal que han determinado su evolución. Así, el proceso que hasta la actualidad ha conformado el desarrollo económico nacional, ha influido directamente en el desenvolvimiento económico que ha presentado Durango. Sin embargo es importante observar que un factor explicativo fundamental es el poder político dentro de la toma de decisiones económicas en el estado y que el hombre como un agente activo de cambio puede determinar qué camino ha de seguir para lograr el desarrollo en una región.

Al estudiar la estructura económica que presenta el estado de Durango, se puede observar que existen desequilibrios entre las regiones que lo integran, ya sea en el ritmo de crecimiento productivo, o en los niveles de bienestar, ambos derivados fundamentalmente de la desigualdad en el grado de desarrollo económico.

Una de las mayores limitantes que impiden el desarrollo del comercio estatal es la insuficiencia de vías de comunicación que favorezcan un mercado interno. Los costos de transporte en Durango son altos y de baja calidad, por lo que siguen siendo un obstáculo para trasladarse dentro o fuera del estado, teniendo como consecuencia que permanezca aislado. La supercarretera Durango-Mazatlán, denominada parte del “Eje Interoceánico”, fue construida con la promesa de convertir a Durango en un centro económico y volver a ser paso obligado de los viajeros. Se intentó transformar a Durango en un punto turístico, un centro industrial, un proveedor de materias primas, pero no se ha logrado consolidar ningún sector.

Actualmente, la mayoría de las agencias de automóviles en la ciudad de Durango son de empresarios provenientes de La Laguna. Será que las oportunidades surgen para los duranguenses y no son aprovechadas o será que se otorgan mayores facilidades para los foráneos. De cualquier manera, es necesario tener una planeación del desarrollo económico con una visión a largo plazo. La falta de oportunidades, el desempleo y los bajos salarios continúan provocando la expulsión demográfica en el estado y el problema siempre ha de politizarse, por lo que las planeaciones no van más allá de un periodo de gobierno, en el que las propuestas de campaña se quedan en las elecciones.

Durango carece de un empresariado local fuerte y los que existen, no son capaces de crear alianzas entre ellos debido al grupo empresarial al que pertenecen, que siempre están en pugna por el control del poder.

Si Durango no es capaz de crear industria, más allá de adoptar las maquiladoras extranjeras, es necesario encontrar un sector para desarrollar y potenciar, con un análisis profundo que resulte en una planeación a largo plazo y que beneficie a la región. Lo cierto es que es necesario que la ciudadanía se involucre, lo difícil es que la cuestión económica en Durango deje de politizarse.

Lo que es un hecho, es que Soriana trajo modernidad a Durango y a partir de entonces el comercio en la ciudad se transformó y fue evolucionando a lo que hoy existe.

REFERENCIAS

Hemerografía

Diario Oficial de la Federación

El Sol de Durango.

Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Durango

Entrevistas

Quiñones, Mitzi, Entrevista con Jorge Andrade Cansino, ciudad de Durango, 5 de julio de 2018.

Quiñones, Mitzi, Entrevista Wilfrano Torres San Martín, 8 de enero de 2018.

Quiñones, Mitzi, Entrevista Mauricio Yen, Enero 2019.

Libros y revistas.

Aguilar, Luis Aboites. "La decadencia de Durango durante el siglo XX. Una mirada a la historia del norte mexicano" en *Chihuahua Hoy*, 2018, vol. 16.

Altamirano, Graziella. (1995). Los detonantes de la revolución. En M. Cerutti, *Historia Económica del Norte de México (siglos XIX y XX)* (págs. 137-159). Monterrey, NL, México.

Anaya Gutiérrez, Alberto, Estudio socio-económico de la población sujeta al régimen del salario mínimo en la ciudad de Durango, Tesis para obtener el título de Licenciado en Economía, Facultad de Economía, UNAM, 1972.

Anaya Gutiérrez, Alberto, Estudio socio-económico de la población sujeta al régimen del salario mínimo en la ciudad de Durango, Tesis para obtener el título de Licenciado en Economía, Facultad de Economía, UNAM, 1972.

Arreola Valenzuela, Antonio, "Apaches y comanches en Durango" en, *Transición 23*, IIH/UJED, Durango, diciembre 1996, pp. 33-46.

Ayala Espinoza, Carlos; Carlos Santos Méndez y Manuel Sánchez Lugo, *La Economía del estado de Durango*, Colección de Estudios Regionales, Bancos de Comercio, México, 1967.

Bassols Batalla, Ángel. *Geografía socioeconómica de México: Aspectos físicos y económicos por regiones*. 2002, 8ª ed., México, Trillas (reimp. de 2012), 361-364.

CANACO, "Durango, 25 años de Continuo Esfuerzo", 1941.

Cano Gloria et al. (1990). *Empresarios de Durango en el siglo XIX* (Vol. 3). (IIH, Ed.) Durango, Cuadernos del Archivo, México: UJED.

Censo General de Población 1940, Archivo del Centro de Información INEGI Balderas, Biblioteca Gilberto Loyo INEGI.

Comité de festejos del IV Centenario de la fundación de la ciudad de Durango, *Cuatro siglos de una ciudad, Durango, 1563-1963*.

Contreras Valdez, José Mario. "Textiles y actividad empresarial en el Territorio de Tepic (siglo XIX)" en *Antropología. Revista Interdisciplinaria Del INAH*, (72), 86-92.

Contreras Valdez, Mario, *La oligarquía del territorio de Tepic, 1880-1912 sus negocios y política*. Tesis para obtener el título de maestro en Historia, UNAM, mayo de 2006.

Corona Páez Sergio, Martínez, Roberto y Martínez, Fernando. (2001). *Francisco Martín Borque, forjador incansable*. Universidad Iberoamericana Laguna. Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa.

Espino Barros, Jorge Parker, *La Economía del estado de Durango*, Colección de Estudios Regionales, Bancos de Comercio, México, 1975.

Fujigaki Cruz, Esperanza, "Periplo industrial: 1940-1960. Una ojeada al surgimiento de algunas ramas" en María Eugenia Romero Sotelo, *La industria mexicana y su historia. Siglos XVIII, XIX y XX*, México, Facultad de Economía, UNAM, 1997.

Fujigaki Cruz, Esperanza, *Pensamiento sobre la industria en México. Apuntes desde la historia económica*, Facultad de Economía, UNAM, México, 2015.

Gallegos, José Ignacio, *Durango Colonial, 1563-1821*.

Gobierno del Estado de Durango, Plan Estatal de Desarrollo 2010-2016.

Gracida, Elsa, "La industria en México, 1950-1980" en María Eugenia Romero Sotelo, *La industria mexicana y su historia. Siglos XVIII, XIX y XX*, México, Facultad de Economía, UNAM, 1997, pp.419-494.

Grupo BMV, *Reporte anual 2018*, Información referente a los certificados bursátiles emitidos por Organización Soriana, S. A. B. DE C. V. al 31 de Diciembre de 2018.

Guerrero Romero, Javier. Durango 1963-2015, La construcción de una ciudad moderna.

Gutiérrez Valles, Emilio. *Muy cerca de mi ocaso*, Espacio Vacío Editorial: UJED, 2003.

Gutiérrez Valles, Fidel. *Mis Memorias*, Instituto de Cultura del Estado de Durango, 2007.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, "Conociendo Durango", 2017.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, "Cuaderno Estadístico Municipal. Durango, Estado de Durango", 2017.

Lázaro, Javier Moreno, María Eugenia Romero Ibarra. *El éxito del Gachupín: empresas y empresarios españoles en México: de la revolución a la globalización*. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Economía, 2012.

Marichal, Carlos, & Cerutti, Mario. (1997). *Historia de las Grandes Empresas en México, 1850-1930*. Monterrey N.L.: FCE.

Meza, Armando. *Movimiento Urbano Popular en Durango*. 1994, CIESAS.

Moreno Lázaro Javier y María Eugenia Romero Ibarra (2011). *El éxito del Gachupín: Empresas y empresarios españoles en México de la Revolución a la Globalización*. Facultad de Economía, UNAM.

Ortega Ridaura, Isabel en Ludlow Leonor, Dir., *200 Emprendedores Mexicanos. La construcción de una Nación*. LID Editorial Mexicana, 2010.

Pacheco Rojas, José de la Cruz, *Breve historia de Durango*, El Colegio de México, Fideicomiso Historia de las Américas: Fondo de Cultura Económica, 2001

Palacios Moncayo Miguel. (2010). *El neoliberalismo en Durango* (Primera ed.). Durango, Durango, México: Editorial de la UJED.

Periódico oficial del gobierno del Estado de Durango, junio de 1970.

Punzo, José Luis, Miguel Vallebuena y Rubén Durazo. *El Camino Real de Tierra Adentro. Travesía histórica y cultural al septentrión novohispano*.

Rivas Ontiveros, José René, "El Comité de Defensa Popular en Durango: entre el movimiento estudiantil del 66 y el Partido del Trabajo" en Yen, Mauricio (coord.), *Historia de Durango. Siglo XX*, Durango, IIH UJED, 2013, pp. 298-299.

Rodríguez, Guillermo, A. *Páez Urquidi. Sembrador del Durango moderno*, 2012.

Roncaglia, Alessandro, *La riqueza de las ideas. Una historia del pensamiento económico*, Zaragoza, Prensas

Saravia, Atanasio G., "Del siglo XVI al siglo XX", agosto de 1940, en CANACO, *Durango 25 años de esfuerzo*, pp. 105-108.

Tello, Carlos, *Estado y desarrollo económico: México 1920-2006*, Ed. UNAM-FE, México 2007.

Tenenbaum, Bárbara. "México en la época de los agiotistas." (1981), Hale, A. *El liberalismo mexicano en la época de Mora: 1821-1853*. Siglo XXI, 1999; Universitarias de Zaragoza, 2006, 778 p.

Urquidi L. Víctor, *Otro siglo perdido. Las políticas de desarrollo en América Latina (1930-2005)*, México, FCE, CM, 2005.

Vallebuena Garcinava, Miguel, y Rubén Durazo Álvarez, *Arte e historia por los caminos de Durango*. Durango: CMIC Delegación Durango, 2009.

Vallebuena Miguel, *Civitas y urbs: La conformación del espacio urbano de Durango*, p. 103.

Vallebuena, Miguel y Rubén Durazo, *Durango 450, Conservación de un patrimonio histórico*.

Vallebuena, Miguel, Javier Guerrero y Héctor Martínez, *Durango a través del comercio, 100 años de historia*, Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Durango, 2017.

Villa, Guadalupe, “Los extranjeros que llegaron para quedarse” en Villa, Guadalupe y Francisco Morán (coords.), *Durango Tierra de Retos Vol. II*, 2009, pp. 67-87

Ward, Henry George, *México en 1827*, Ricardo, Haas (trad.) FCE, México, 1981, Libro sexto, sección IV, pp. 624-669. (Primera ed. en inglés, 1828 Henry Colburn, Londres).

Yen, Mauricio, “El Movimiento de 1970” en Rivas Ontiveros, José René, Ana Sánchez y Gloria Tirado (coords.) *Historia y memoria de los movimientos estudiantiles: a 45 años del 68*. Vol. 2, UNAM, 2017, pp. 287-289.

Fuentes electrónicas

“Cómo Piggly Wiggly cambió el mundo de los supermercados”, en Abasto. 9 de septiembre de 2016. Disponible en <https://abasto.com/noticias/piggly-wiggly-cambio-supermercados/>

“Llegan las 500 empresas más importantes de México 2019” en *Revista Expansión*. <https://expansion.mx/empresas/2019/06/28/estas-son-las-500-empresas-mas-importantes-de-mexico-2019>, 3 de junio de 2019.

ANTAD, El bicentenario del comercio en México, México, Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, 2010 disponible en: <http://www.antad.net/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=471>.

Grupo BMV, Empresas listadas: Perfil Organización Soriana, 2018 en https://www.bmv.com.mx/es/Grupo_BMV/PerfilEmpresa/SORIANA-5693

INEGI, Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>

Turienzo, Laureano, “El hombre que cambió la historia del retail” en Retail News Trends, 15 de octubre de 2017. Disponible en: <https://retailnewstrends.me/el-hombre-que-cambio-la-historia-del-retail-2/>

Archivos y Bibliotecas consultados en la Ciudad de México

Archivo General de la Nación

Biblioteca Central de la UNAM

Biblioteca Gilberto Loyo, INEGI

Biblioteca Instituto Mora

Biblioteca José Vasconcelos

Biblioteca Miguel Lerdo de Tejada de la Secretaría de Hacienda

Hemeroteca Nacional de México

Archivos y Bibliotecas consultados en la ciudad de Durango.

Archivo de Notarías del Estado de Durango

Archivo Histórico del Estado de Durango

Archivo Municipal de Durango

Biblioteca Central de la UJED

Biblioteca Municipal de Durango

Hemeroteca Municipal de Durango

ANEXOS

ANEXO 1. Gobernadores del estado de Durango 1956-1986

- Francisco González de la Vega (1956 - 1962)
- Rafael Hernández Piedra (1962)
- Enrique Dupré Ceniceros (1962 - 1966)
- Ángel Rodríguez Solórzano (1966 - 1968)
- Alejandro Páez Urquidi (1968 - 1974)
- Héctor Mayagoitia Domínguez (1974 - 1979)
- Salvador Gámiz Fernández (1979 - 1980)
- Armando del Castillo Franco (1980 - 1986)

ANEXO 2. Presidentes municipales de Durango 1959-1983

- César Vela Murillo (1959 – 1962)
- Manuel Aguilera Tavizón (1962 – 1965)
- Jesús Rodríguez Prado (1965 - 1968)
- Gonzalo Salas Rodríguez (1968 – 1971)
- Maximiliano Silerio Esparza (1971 – 1974)
- Máximo Gámiz Parral (1974 – 1977)
- Jesús Flores López (1977 – 1980)
- Eduardo De la Peña Lares (1980 – 1983)

ANEXO 3. LÍNEA DEL TIEMPO DE SORIANA

1920	Empieza a operar en la ciudad de Torreón, Coahuila, la tienda La Soriana, en la avenida Hidalgo y Juan Antonio de la Fuente
1934	Muere don Pascual Borque y se forma la Sociedad Mercantil Pascual Borque Sucesores, S. de R. L. La familia Martín Borque adquiere el control accionario de La Soriana.
1962	Inauguración de La Soriana, tienda de autoservicio con venta de telas, ropa y mercancías generales.
1963	Reinauguración de La Soriana Autoservicio, S.A., en la ciudad de Chihuahua.
1968	Inauguración de Soriana Centro en Torreón, Coahuila, primer establecimiento con el formato de hipermercado
1970	Inauguración de Soriana Niños Héroes en Chihuahua.
1971	Inauguración de Soriana Durango.
1972	Inauguración de Soriana Colón en Torreón, Coahuila
1973	Apertura del primer Centro de Acopio y Distribución para productos secos en Naucalpan, Estado de México.
1974	Inauguración de Soriana Vallarta, en Monterrey, Nuevo León.
1975	Inauguración de Soriana en Gómez Palacio, Durango.
1976	Inauguración de Soriana Country, en Monterrey, Nuevo León.
1977	Inauguración de Soriana Guadalupe, en Guadalupe, Nuevo León.
1979	Inauguración de primer restaurante Martin's en Torreón, Coahuila.
	Inauguración de Soriana Universidad en Chihuahua, Chihuahua.
1980	Inauguración de Soriana Lincoln, en Monterrey.
	Inauguración de la segunda unidad de Martin's en la ciudad de Monterrey.
	Inauguración de Soriana Francisco Coss, en Saltillo, Coahuila.
	Inauguración de la bodega de la operación de maquila en Gómez Palacio, Durango.
1981	Inauguración de Soriana San Nicolás, en San Nicolás de los Garza, Nuevo León.
	Se inauguran dos unidades de Martin's, una en Monterrey y otra en Saltillo.
1983	Inauguración de Soriana Monclova, en Monclova, Coahuila, y Soriana San Pedro, en Garza García, Nuevo León.
1984	Inauguración de Soriana Juárez, en Ciudad Juárez, Chihuahua, Soriana Constitución, en Torreón, Coahuila.
	Diversificación al ramo agropecuario con la adquisición del Rancho Ampuero, en Torreón, Coahuila.
	Inauguración de la primera tienda departamental La Ciudad de París en Torreón, Coahuila, cadena que posteriormente se extendió a las ciudades de Saltillo, Durango y Monterrey.
1986	División de las empresas en Organización Soriana y Grupo Sorimex.
	Inauguración de Soriana Hidalgo, en Reynosa, Tamaulipas; Soriana Matamoros, en Matamoros, Tamaulipas, y Soriana Madero, en Durango.
1987	Las dos empresas entran a la Bolsa Mexicana de Valores como Soriana y Sorimex.
	Inauguración de Soriana Nuevo Laredo, en Nuevo Laredo, Tamaulipas.
	Soriana Santa Catarina, Santa Catarina, Nuevo León.
	Soriana Delicias, en Delicias, Chihuahua.
1988	Inauguración de Soriana Lindavista en Guadalupe, Nuevo León; Soriana Piedras Negras, Coahuila; Soriana Félix U. Gómez, Monterrey, Nuevo León; Soriana Sanders, Ciudad Juárez, Chihuahua; Soriana Tijuana, Baja California; Soriana Aguascalientes, Aguascalientes; Soriana Revolución, Torreón, Coahuila.

1989	Se crea el concepto de Hipermart y se inauguran: Hipermart San Lorenzo, Ciudad Juárez, Chihuahua, Hipermart Cumbres, Monterrey, Nuevo León.
	Inauguración de Soriana Zacatecas, Zacatecas.
	Organización Soriana se concentra en la operación de hipermercados, escindiendo los otros giros.
1990	Inauguración de Hipermart en Torreón, Coahuila.
1991	Inauguración de Soriana Santa María, Guadalupe, Nuevo León.
1992	Inauguración de Soriana Santo Domingo, San Nicolás de los Garza, Nuevo León.
	Inauguración de Soriana San Isidro, en Saltillo, Coahuila.
1993	Inauguración de Soriana Escobedo, Escobedo, Nuevo León; Hipermart Oriente, Torreón, Coahuila; Hipermart Tecnológico, Chihuahua, Chihuahua; Soriana La Fe, San Nicolás, Nuevo León; Hipermart López Mateos, Ciudad Juárez, Chihuahua.
1994	El 15 de julio la Comisión Federal de Competencia autoriza la fusión de Soriana y Sorimex.
	Después de la fusión de Soriana y Sorimex se inauguran: siete Sorianas en las ciudades de Zapopan, Guadalajara, Ciudad Juárez, León, Reynosa, Torreón e Irapuato.
1995	Inauguración de seis Sorianas en Monclova, Gómez Palacio, Apodaca, Garza García, Ciudad Victoria y Monterrey.
1996	Inauguración de cinco Sorianas en Zapopan, Durango, Chihuahua, Tampico y Matamoros.
1997	Inauguración de siete sorianas en Santa Catarina, Fresnillo, en Zapopan, Querétaro, Monterrey, Nuevo Laredo y Saltillo.
1998	Inauguración de once Sorianas en Monterrey, Ciudad Acuña, Ciudad Mante, San Luis Potosí, Ciudad Juárez, Río Bravo en Boca del Río y Coatzacoalcos, Tlaxcala, Ciudad Victoria y Tampico.
	Fallece Francisco Martín Borque
1999	Inauguración de 13 Sorianas, en Uruapan, Colima, Poza Rica, Culiacán, Villahermosa, Guadalajara, Pachuca, Puebla, Hermosillo, dos en Ciudad Juárez y dos en Chihuahua.
2000	Inauguración de once Sorianas en los estados de Chihuahua, Durango, Guanajuato, Morelos, Nayarit, Nuevo León (dos), Puebla, Sinaloa, Sonora y Tamaulipas.
2001	Introducción del Programa de Lealtad
2002	Inauguración de City Club
2003	Mercado Soriana
2005	Súper City
2007	Gigante
2010	Soriana Express
2011	Soriana comienza su Proyecto de Transformación
2012	600 Tiendas e Ingresos por más de \$100 mil millones de pesos
2013	Primer parque de energía eólica
2015	Comercial Mexicana
2016	Falabella, Sodimac, CMR Falabella
2017	Mega Soriana
2018	Sodimac

Elaboración propia con datos de Corona Páez Sergio, Martínez, Roberto y Martínez, Fernando. (2001). *Francisco Martín Borque, forjador incansable*. Universidad Iberoamericana Laguna. Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa.

ANEXO 4. SUPERMERCADOS EN LA CIUDAD DE DURANGO

Nombre de la Unidad Económica	Razón social	Descripción estrato personal ocupado
WALDOS DURANGO CENTRO	WALDO S DOLAR MART DE MEXICO S DE RL DE CV	6 a 10 personas
WALDOS DURANGO MADERO 2	WALDO S DOLAR MART DE MEXICO S DE RL DE CV	11 a 30 personas
WALDOS FRANCISCO VILLA	WALDO S DOLAR MART DE MEXICO S DE RL DE CV	6 a 10 personas
WALDOS DURANGO 20 DE NOVIEMBRE	WALDO S DOLAR MART DE MEXICO S DE RL DE CV	11 a 30 personas
BODEGA AURRERA DURANGO	NUEVA WAL MART DE MEXICO S DE RL DE CV	101 a 250 personas
CHEDRAUI DURANGO EL REFUGIO	TIENDAS CHEDRAUI SA DE CV	101 a 250 personas
CHEDRAUI NAZAS DURANGO	OPERADORA DE NEGOCIOS CRUCERO SA DE CV	101 a 250 personas
CITY CLUB DURANGO 1015	TIENDAS SORIANA SA DE CV	101 a 250 personas
COMERCIO AL POR MENOR EN SUPERMERCADOS	OPERADORA FUTURAMA SA DE CV	251 y más personas
LEY EXPRESS FIDEL VELÁZQUEZ 1185	CASA LEY S A P I DE CV	31 a 50 personas
LEY JUVENTUD 1110	CASA LEY SAPI DE CV	101 a 250 personas
MI MERCADO VENEGAS EXCUARTEL		51 a 100 personas
OJO DE AGUA	OPERADORA FUTURAMA SA DE CV	251 y más personas
SAM S DURANGO 6236	NUEVA WAL MART DE MEXICO S DE RL DE CV	101 a 250 personas
SAM S EL EDEN 6300	NUEVA WAL MART DE MEXICO S DE RL DE CV	101 a 250 personas
SORIANA	SORIANA	31 a 50 personas
SORIANA 3520 DE NOVIEMBRE	TIENDAS SORIANA SA DE CV	101 a 250 personas
SORIANA 45 MADERO	TIENDAS SORIANA SA DE CV	101 a 250 personas
SORIANA JARDINES 48	TIENDAS SORIANA SA DE CV	101 a 250 personas
SORIANA SUC DURANGO 353	TIENDAS SORIANA SA DE CV	101 a 250 personas
SUPER EL NARANJERO		6 a 10 personas
SÚPER LEY EXPRESS PRIMO DE VERDAD 1196	CASA LEY S A P I DE CV	0 a 5 personas
SUPER MERCADO LOS ARBOLITOS		11 a 30 personas
SUPERCENTER DURANGO 2432	NUEVA WAL MART DE MEXICO S DE RL DE CV	101 a 250 personas
SUPERCENTER DURANGO EL EDEN 3014	NUEVA WAL MART DE MEXICO S DE RL DE CV	101 a 250 personas
SUPERCENTER FRANCISCO VILLA 3071	NUEVA WAL MART DE MEXICO S DE RL DE CV	101 a 250 personas
TIENDA SUPERISSSTE 38	SUPERISSSTE	11 a 30 personas
TODO A 6		0 a 5 personas

Fuente: Elaboración propia con datos del DENU E