

La reorganización productiva de la industria alimentaria en México

FELIPE TORRES TORRES

JOSÉ GASCA ZAMORA*

INTRODUCCIÓN

Las nuevas formas de organización social y los cambios en la estructura de la población en cuanto a ubicación geográfica, distribución por edades y reparto del ingreso, contribuyen a que el consumo alimentario muestre un comportamiento diferente. Como respuesta a nuevas situaciones de demanda, la industria alimentaria registra diversas transformaciones: busca diversificar su oferta de productos por estrato social; proyecta expandirse hacia mercados periféricos cuyo consumo de productos industrializados esté menos deprimido, con tendencia a la baja, e intenta ampliar su oferta de productos de demanda masiva. En esa dinámica, países como México enfrentan reacomodos en su industria alimentaria, lo cual incide en la superposición de varios patrones alimentarios por regiones y estratos sociales, pero con claras tendencias hacia la homogeneización de la dieta, en la cual está presentándose un mayor componente industrializado, independientemente de la crisis económica interna y de las asimetrías de la distribución del ingreso.

La industria alimentaria mundial se enfrenta a nuevos paradigmas, representados tanto por formas diferentes de organización del consumo, cuanto por la apertura de los mercados mundiales que interactúan e influyen en forma más rápida y amplia en los patrones de consumo local. En el proceso de modernización económica y social, aún en marcha, las empresas del ramo han definido estrategias para atender una demanda que resulta de la reorganización del trabajo, la concentración de la pobla-

ción en las ciudades y las presiones que ésta generó en la formulación de un modelo de alimentación más pragmático.

En la etapa moderna las empresas alimentarias basan su crecimiento en la masificación del consumo. En la posmoderna buscan la individualización de la ingesta, aunque corresponda a un patrón homogéneo mundial en el que sólo participan algunos países y, en ellos, ciertos grupos selectos de la población. Estos estratos son atractivos para las empresas y la competencia se basa en la satisfacción de ese mercado que demanda productos más “sofisticados”, pero también más alejados de la imagen “industrial” que caracteriza a los alimentos enlatados o preparados con determinados aditivos químicos.

Ello no significa que se esté configurando una “nueva industria”, sino que más bien las empresas ya establecidas diversifican sus marcas e incorporan a la presentación de sus productos una idea más cercana a lo “natural” o “casero”, con lo que cada consumidor piensa que esa es la mejor forma de alimentarse. Son más caros, pero el consumidor sacrifica parte de su ingreso al considerar que gana en calidad nutricional y se diferencia de la gran masa de consumidores anónimos.

Al comienzo del decenio de los ochenta las grandes empresas alimentarias aceleraron la estrategia de innovación y readaptación de sus productos. Las transnacionales como General Foods llegan a ocupar hasta 1 600 tecnólogos en alimentos a fin de obtener nuevos productos adaptados al horno de microondas y rejuvenecer la imagen de los alimentos tradicionales.¹

Los cambios en la organización social se convierten en el factor que dinamiza las transformaciones económicas y tecno-

* Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM. Este trabajo forma parte del proyecto de investigación *Dinámica Económica de la Industria Alimentaria y Patrón de Consumo en México*, financiado por la Dirección General de Apoyo al Personal Académico, UNAM.

1. Barnet Richard J. y John Cavanagh, *Global Dreams. Imperial Corporations and the New World Order*, Simon and Schuster, Nueva York, 1994.

lógicas de la industria alimentaria en su conjunto. En el pasado reciente la incorporación de las mujeres al trabajo exigió productos más elaborados, con un menor tiempo de preparación, para dedicarse a otras actividades.

El envejecimiento natural de esa generación de consumidores ganó en fidelidad a ciertas marcas de calidad y se mantuvieron algunos productos considerados ya clásicos en el mercado de los alimentos industrializados. En la actualidad, el cuidado de la salud personal demanda el consumo de productos más ligeros y naturales que se inscriben en una forma de vida sana. El consumidor de la globalización está mejor formado y más informado, por lo cual incrementa sus exigencias al momento de decidirse por un determinado producto o marca; las nuevas legislaciones alimentarias también contribuyen a exigir mayor calidad y proporcionan más información al consumidor.²

Ante la diversificación de la demanda, los gustos menos estacionarios de los consumidores y la propia movilidad de los estratos sociales en la escala del ingreso, las empresas alimentarias reducen los costos de gestión y producción; al intentar y conseguir una buena posición en el mercado, la calidad del producto y la comercialización se convierten en cuestiones clave. En el futuro la industria alimentaria deberá aumentar su capacidad de adaptación a los nuevos intereses y a la demanda de los consumidores.³

Con el paso del tiempo los cambios en la demanda de alimentos se asocian a varios factores sociales, económicos y demográficos; las tendencias en la estructura de la demanda actual reflejan cambios en la organización social y en los estilos de vida en un entorno de reorganización económica y polarización del ingreso, matizados ahora por la independencia temprana de los individuos de sus hogares, la reducción del número de miembros de las familias y el incremento de la población soltera de los dos sexos. El estilo de vida y las costumbres laborales de los solteros y de las familias jóvenes (muchas de ellas sin hijos), así como el mayor número de personas de edad avanzada son ahora elementos básicos en la reorganización de las industrias en algunos países de la Unión Europea y tenderán a reforzarse con la integración del mercado único.⁴

En consecuencia, el consumo de alimentos en los países industrializados presenta las siguientes tendencias: a] sustitución de los productos frescos por los preparados (sopas deshidratadas, puré instantáneo, guisos preparados y precocidos, jugos y néctares de frutas, etc.); b] aumento del consumo de frutas tropicales y hortalizas frescas en cualquier estación del año; c] reducción del consumo de azúcar y de carne de vacuno y aumento de carnes blancas, especialmente de pollo, y recuperación de la demanda de pescado, y e] disminución de la demanda de

leche líquida (excepto la de bajo contenido graso), aumento de la de derivados lácteos (yogures, quesos, postres, etc.) y sustitución de la manteca por la margarina.

Los cambios en los estilos de vida han originado un aumento paralelo de la demanda de alimentos de calidad, sanos, nutritivos, frescos, de buen sabor y variados, lo que conduce a mercados segmentados; por ello los estudios sobre estos últimos adquieren mayor importancia. La evolución del entorno laboral, la mayor distancia del hogar al trabajo, junto con el aumento de las mujeres que laboran fuera de casa, harán que la comida familiar se haga en la noche en lugar del medio día o la tarde. Los hábitos de consumo reforzarán la diferencia entre la comida habitual diaria y la de los fines de semana. Los servicios de comida rápida, los alimentos de preparación rápida, así como los servicios de suministro a comedores, adquirirán mayor importancia en los días laborales. En los fines de semana se espera que la familia siga con el modo de vida tradicional o considere a la cocina como una actividad de ocio. En ambos mercados se busca que la preparación sea mínima y se incremente la demanda de productos de este tipo.⁵

Lejos de perder dinamismo, la industria alimentaria cuenta ahora con un mercado más definido, aunque esto no significa el abandono, sino más bien el reforzamiento de la fabricación de productos de consumo popular masivo, donde no existe discriminación a su acceso.

El consumidor moderno mantiene una doble actitud ante el precio, pues por un lado busca las ofertas y por otro compra especialidades por las que paga más, aunque es muy exigente en la presentación, la calidad y la facilidad de preparación. Este tipo de consumidor rechaza el consumo en masa y se inclina por la diversidad, lo que da lugar a una homogeneidad considerable en esos núcleos.

En consecuencia, los ciclos de vida de los productos disminuirán, aunque se piensa que seguirán existiendo con mayores inversiones de las empresas en las diferencias de sabores locales o regionales. En la esfera de la distribución ya se crean "tiendas dentro de las tiendas", es decir, espacios comerciales reservados para satisfacer nichos de mercado.⁶

En los países desarrollados dominan valores alimentarios tales como practicidad, rapidez de cocción, adaptabilidad a diversas necesidades, accesibilidad, información y diferenciación. El sector alimentario se caracteriza por dos tendencias convergentes, que se retroalimentan, a concentrar e internacionalizar la oferta productiva; además se han consolidado formas de distribución más concentradas en las que se aplican nuevas técnicas de gestión de ventas, la adaptación permanente al mercado y la modernización de las técnicas de producción, embalaje, rotación de inventarios y circulación espacial de mercancías a partir del óptimo funcionamiento de las cadenas logísticas de transporte y abasto.

El menor número de operarios industriales y distribuidores se acompaña de la tendencia a multiplicar la oferta de productos ali-

2. Agustín García, "La estrategia de las empresas de alimentación en la próxima década", *Revista de Estudios Agrosociales*, núm. 162, Ministerio de Agricultura, Madrid, 1992.

3. Jan Hans-Jarold, "Ajustes y estrategias de las empresas agroalimentarias", *Revista de Estudios Agrosociales*, vol. 3, núm. 162, Ministerio de Agricultura, Madrid, julio-septiembre de 1991, pp. 33-63.

4. *Ibid.*

5. *Ibid.*

6. *Ibid.*

menticios en anaquel. Si bien una gran cantidad de éstos no lo gran mantenerse en el mercado por mucho tiempo, es obvio que esa dinámica obliga a las empresas industriales del ramo a cambiar constantemente de criterios productivos y económicos, dado que esos artículos son indispensables para satisfacer las demandas cambiantes. Ello es así por la recomposición social que afecta la preparación casera de la dieta y debido a que los pequeños establecimientos de tipo artesanal no pueden satisfacerla en volumen, calidad y velocidad. De hecho, al iniciar el decenio de los noventa las empresas alimentarias de Estados Unidos lanzaron al mercado 11 500 productos nuevos, dos veces más que en 1985.⁷

Lo anterior se corresponde con demandas cada vez más específicas y la adecuación de un proceso de asignación de valor con el que se busca satisfacer necesidades según criterios de gusto, edad, poder adquisitivo, salud y estilo de vida. Se abandona el sistema de producción masiva fordista y se desarrolla uno diferenciado, orientado a un consumidor motivado por el deseo de personalizar su consumo. La producción se realiza con un mayor grado de transformación, en un ciclo más largo. El creciente valor agregado en la producción, con base en productos diferenciados, es la respuesta a la diversificación de los mercados. La distancia entre el productor de la materia prima y el consumidor de productos alimenticios tiende a ampliarse y las empresas, además de industrializar la materia prima, agregan un valor-servicio.⁸

NUEVAS CONSIDERACIONES SOBRE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA EN MÉXICO

Ubicar los orígenes de la industria alimentaria nacional es una tarea complicada, más aún si se trata de delimitar el momento en que irrumpe en el patrón de consumo de los mexicanos. El comienzo del decenio de los sesenta marca un parteaguas en el que es posible detectar las causas de la dinámica de la industria alimentaria y su influencia en la estructura del consumo.

El punto de partida del análisis puede establecerse con base en diversos criterios, aunque aquí se considera que ese período marca la consolidación del modelo económico que había comenzado años atrás y que dio lugar a un momento ascendente en el reparto del ingreso, la industrialización y la propia transición social y espacial de la población. Se corresponde también con los mayores índices de crecimiento de la economía y de los niveles salariales, lo cual genera un efecto de arrastre de la industria alimentaria ante los incrementos en la demanda de productos industrializados. El decenio de los sesenta también marca la transición entre una alimentación dominante de tipo tradicional, poco diversificada, con un fuerte peso rural que se había consolidado a lo largo de varios siglos, hacia otra de carácter urbano y más

sensible a los cambios rápidos en su estructura. Como resultado de ello, de 1960 a 1970 se registra un período expansivo y de consolidación de la industria alimentaria, la cual contribuye con 4.7 y 5.1 por ciento del PIB nacional, respectivamente. Ese comportamiento es muy significativo si se toma en cuenta la presencia de otras ramas industriales y sectores que se encontraban en franco crecimiento, como las industrias textil y automovilística, así como el comercio y los servicios.

Sin embargo, a partir de 1975 aparecen los primeros indicios de agotamiento del modelo económico, empiezan a descender los niveles salariales y del poder adquisitivo y la industria alimentaria disminuye su ritmo de crecimiento. Esta tendencia se refleja mejor en un período de largo plazo, donde se aprecia una declinación relativa respecto al conjunto de la industria manufacturera. Así, mientras que en 1960 la producción industrial de alimentos aportaba casi 25% del PIB manufacturero, en 1993 cayó a 20%. Ello revela la gran sensibilidad de los ritmos de crecimiento de la industria alimentaria con respecto a las variaciones del poder adquisitivo y de la distribución del ingreso.

En 1975 la industria alimentaria en su conjunto cayó al nivel más bajo registrado hasta esa fecha, al participar apenas con 4.4% del PIB global; así, ya no se recuperaron los niveles alcanzados el decenio anterior e incluso declinaron hasta 3.7% en 1981 debido al ritmo descendente de los ingresos familiares. Apesar de que en 1992 y 1993 se detecta una leve recuperación, gracias al control relativo de la inflación y a un breve repunte del poder adquisitivo, ocurre una caída en la participación todavía más aguda en 1994 y 1995, como resultado del desplome de la economía que afectó más a las empresas pequeñas y medianas, donde se concentra el mayor número de establecimientos del ramo.

En resumen, se puede hablar de dos tendencias claramente diferenciadas: en los períodos de auge económico la industria alimentaria crece, aunque en menor proporción que la economía global y la industria manufacturera, lo cual ocurrió durante el período 1960-1980; en fases de estancamiento o crisis económica la industria alimentaria presenta mayor estabilidad, al mostrar tasas de crecimiento superiores a las de la economía y la industria manufacturera, lo que se expresa específicamente durante los ochenta y principios de los noventa. Ello obedece a que al generar bienes básicos de consumo inmediato es menos vulnerable que otras ramas, por lo cual posee un efecto amortiguador sobre la economía en su conjunto.

En cualquier escenario de expansión o crisis de la economía la industria alimentaria, a diferencia de otras ramas manufactureras, mantiene cierta capacidad para enfrentar los desequilibrios, reestructurarse y diversificarse, atemperar los efectos de las tendencias concentradoras que debilitan a las pequeñas empresas y mantener altos niveles de ocupación. Aquí se detecta también una mayor capacidad de adaptación a los cambios en las estrategias económicas mundiales, lo cual puede comprobarse con el paso del tiempo, pues pese a que las empresas oligopólicas tienden a absorber un número considerable de industrias pequeñas y medianas, otra buena parte ha podido sortear estos embates.

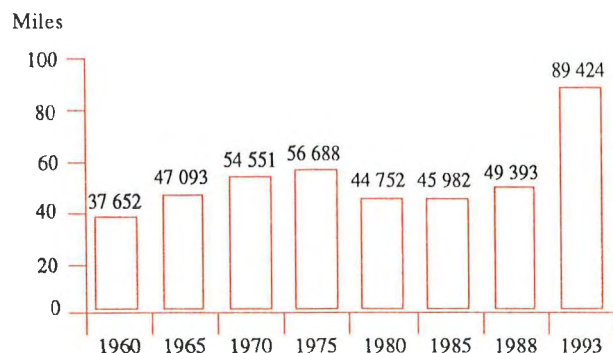
Durante el período 1960-1965 los establecimientos de la industria alimentaria aumentaron 25.1% y la ocupación 97.6%. En

7. Véase "A Survey of the Food Industry", *The Economist*, Londres, 4 de diciembre de 1993, 18 páginas.

8. Raúl Green H. y Roseli Rocha dos Santos, "Economía de red y reestructuración del sector alimentario", *Revista de Estudios Agropecuarios*, núm. 162, Ministerio de Agricultura, Madrid, 1992.

G R Á F I C A 7

INDUSTRIA ALIMENTARIA: NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS, 1960-1993



Fuente: Elaboración propia a partir de Secretaría de Industria y Comercio, VII, VIII y IX censos industriales; Secretaría de Programación y Presupuestos, X *Censo Industrial*, e INEGI, XI, XII y XIII censos industriales.

el quinquenio 1975-1980 sucedió la mayor crisis de la rama, al decrecer 21.1% el número de establecimientos, aunque la ocupación creció 3.1%. Ese fenómeno coincidió con la fuerte irrupción en la rama del capital transnacional, que con su estrategia concentradora causó la desaparición de numerosos establecimientos. De 1985 a 1988 la industria alimentaria mexicana logró recuperar e incluso superar los niveles anteriores de crecimiento; sin embargo, la ocupación resintió las inercias negativas precedentes y apenas creció 2.1% (véase la gráfica 1).

En el período de recuperación económica reciente, de 1988 a 1993, la industria alimentaria reivindicó su carácter dinámico, coincidente con el incremento relativo del poder adquisitivo de algunos grupos de la población, el control relativo de la inflación y el retorno de las tendencias a la diversificación del consumo; al mismo tiempo, creció el flujo de inversión extranjera en las clases de actividad dinámica que fabrican los productos de mayor valor agregado. El número de establecimientos se incrementó 81% con respecto al período anterior, aunque como efecto del aumento de los niveles tecnológicos de las empresas, el personal ocupado sólo creció 29.4 por ciento.

LOS CICLOS ECONÓMICOS Y REORIENTACIÓN DE LA DEMANDA

La dinámica de la industria alimentaria por clase de actividad, es decir, según el tipo de producto para consumo humano directo, refleja de manera más clara los cambios en la composición de la demanda y en las estrategias productivas de las empresas para permanecer en el mercado.

Si bien las tendencias más generales indican que las empresas orientan su producción para satisfacer una dieta basada en productos que permitan a los consumidores invertir poco tiempo en la preparación de los alimentos, lo cierto es que la acep-

tación de los productos industrializados está sujeta a varias etapas previas; además, un mismo producto presenta ajustes graduales, por lo que un "clásico" del consumo logra permanecer en el mercado tras varios cambios en su concepción original. Un ejemplo es el de la leche fresca, que primero apareció en forma pasteurizada, luego se presentó evaporada y en polvo hasta que por último surgió la ultrapasteurizada líquida que no requiere refrigeración y prolonga los tiempos de almacenamiento; lo mismo puede decirse del yogur, los colorantes y saborizantes, la tortilla e incluso el agua pura embotellada.

En cuanto a su estructura por productos, la alimentaria conforma una industria estable en la que pocos de ellos pueden considerarse obsoletos en su base y en general permanecen por largos períodos antes de que aparezcan nuevos. Esta es más bien una tendencia reciente y explica la rápida desaparición del mercado de los productos nuevos, pese a las fuertes inversiones en propaganda y publicidad.

Los datos muestran que se está llevando a cabo una recomposición por subramas y también intraclasses de actividad en la que se insertan productos modificados y adaptados a la demanda. En esta dinámica influyen, además de la distribución del ingreso, los cambios de generación, ahora más adaptada a la "imagen" y a la publicidad, así como la rápida reestructuración de los grupos de edades que se comportan con nuevas actitudes de consumo, que no presentan temores significativos y sí una gran indiferencia al cambio de marca.

El censo industrial de 1993 registra 45 clases de actividad, contra 38 del censo de 1960. Las cuentas nacionales en el sector indican que se trata casi de los mismos productos con algunas modificaciones en su presentación, nombre, marca, combinaciones de los insumos agregados o cierta tendencia a eliminar o ponderar positivamente un atributo anterior, por ejemplo, las gamas de los "light", "cero colesterol" o "energéticos" y "ricos en fibras" que se ajustan a las tendencias de la dieta.

La elevada heterogeneidad tecnológica, el tamaño de las empresas y la posición en los mercados que caracteriza a la industria alimentaria se refleja en dinámicas diferenciales en su comportamiento interno, tanto por unidades productivas como por clase de actividad. Si bien desde los años sesenta se identificaron las rutas del conjunto de las actividades de la industria alimentaria consolidada, el análisis de algunas variables permite identificar con mayor exactitud los ritmos de crecimiento, los espacios de diversificación y cómo se relacionan con la estructura del ingreso-gasto alimentario y las transformaciones del patrón de consumo de la población.

Las variaciones porcentuales intercensales del número de establecimientos y del empleo de los subsectores permiten establecer una delimitación inicial de la dinámica interna de los principales productos genéricos de la industria alimentaria (véanse los cuadros 1 y 2). De 1960 a 1970 la mayoría de estos productos tendió a expandirse. En función de los establecimientos, las ramas con los mayores incrementos fueron: la industria de la carne, con más de 100% de 1960 a 1965; la fabricación de aceites comestibles, que pasó de 90% en el mismo período, y la elaboración de alimentos preparados para animales, con casi

C U A D R O 1

INDUSTRIA ALIMENTARIA: ESTABLECIMIENTOS POR SUBGRUPOS DE ACTIVIDAD, 1960-1993 (VARIACIONES PORCENTUALES INTERCENSALES)

Subsector	1960-1965	1965-1970	1970-1975	1975-1980	1980-1985	1985-1988	1988-1993
Industria de la carne	134.7	15.8	3.9	- 21.1	2.7	7.4	1.0
Elaboración de productos lácteos	29.5	29.5	21.6	29.1	n.d.	- 28.2	112.3
Elaboración de conservas alimenticias	28.7	6.2	- 0.4	24.0	12.9	14.0	110.9
Beneficio y molienda de cereales	18.6	- 3.5	- 3.2	- 13.6	25.5	5.5	37.6
Elaboración de productos de panadería	22.4	9.5	- 10.3	15.8	17.5	19.9	81.4
Nixtamal y fabricación de tortillas	23.9	13.9	4.8	- 16.7	- 25.0	10.4	62.6
Fabricación de aceites y grasas comestibles	93.2	- 1.8	- 25.9	28.9	9.3	- 11.1	74.0
Industria azucarera	36.4	63.2	22.4	- 88.2	- 71.3	15.4	7.5
Elaboración de cocoa, chocolate y artículos de confitería	- 1.9	17.6	- 25.4	18.5	24.5	2.6	121.3
Elaboración de otros productos alimenticios	22.5	9.0	2.4	37.2	6.8	34.7	124.4
Elaboración de alimentos preparados para animales	64.0	55.1	- 4.1	15.1	7.1	14.9	43.4

n.d. No determinado.

Fuente: Elaboración propia partir de Secretaría de Industria y Comercio, censos industriales de 1960, 1965 y 1970; Secretaría de Programación y Presupuesto, *Censo Industrial 1975*, e INEGI, censos industriales de 1980, 1985, 1988 y 1993.

65%. En el siguiente quinquenio los ritmos de crecimiento tendieron a disminuir, aunque la industria azucarera presentó un saldo favorable de 63% y la elaboración de alimentos balanceados para animales creció 55 por ciento.

Si se exceptúan la elaboración de cacao, chocolate y artículos de confitería, así como el beneficio y molienda de cereales, que registraron ligeras variaciones negativas, las otras ramas presentaron incrementos de entre 20 y 30 por ciento en el primer quinquenio y de 10 a 30 por ciento en el lapso 1965-1970. Por su parte, el empleo tuvo incrementos más significativos; algunas ramas duplicaron e incluso triplicaron su nivel de ocupación en el período 1960-1965.

El auge de la mayoría de las ramas de la industria alimentaria se debió a que en 1960 se comenzó a masificar el consumo de diversos productos transformados, como tortillas, cereales, botanas y frituras, gelatinas, pulpas de frutas, embutidos y jugos de frutas. En igual sentido, un mismo producto sustituyó o desplazó a otro; por ejemplo, la panadería tradicional tiende a desaparecer y crece rápidamente el consumo de pan industrializado de caja en diversas presentaciones; en el mismo caso estarían los dulces y chocolates, el café tostado y molido, las grasas vegetales y animales, el piloncillo y la panela, entre otros.

De 1970 a 1980 se presentan dos períodos de registros censales de la industria alimentaria que, a diferencia del anterior, reflejan procesos de estancamiento o decrecimiento relativo de los establecimientos y del nivel de ocupación de la mayoría de las ramas. Esto se debe, por una parte, a los cambios y estrategias que comienzan a adoptar las empresas para racionalizar su participación en los mercados mediante nuevas tecnologías, aumentos de la productividad y concentración en los productos que han ganado aceptación. Por el lado de la demanda, pese a que esta fase presenta un nivel todavía estable y de crecimiento real de

los ingresos, el gasto en alimentos industrializados se orienta principalmente a los productos procesados de consumo masivo (tortillas de maíz, pan, leche, etc.) y hacia otros con un grado no muy elevado de transformación industrial.

De 1980 a 1988 la ocupación y el número de unidades productivas tuvieron variaciones que, en la mayoría de los casos, no rebasaron 10%, mientras en el período de 1988 a 1993 todas las ramas experimentan incrementos significativos en ambos renglones.

Esa fase de auge define un tercer período en el que, pese a la presencia de varias crisis y la contracción de los ingresos reales, sobresalieron subramas y clases en franco ascenso. Las empresas alimentarias comenzaron a innovar o cambiar las formas de presentación y preparación, así como a mejorar las calidades de sus productos para ubicarse en nichos de mercado específicos. En este caso se ubicarían prácticamente los embutidos, donde incluso aparecen "novedades", como el jamón de pavo y diferentes tipos de salchichas. Igual clasificación merece el café soluble, el envasado de té, los dulces, bombones y confituras, las mermeladas, los jugos concentrados y, por supuesto, los derivados lácteos, la carne procesada y todo tipo de harinas y azúcares refinadas empleadas en pastelería y repostería.

La misma situación sería extensiva a los derivados lácteos, pues existe una marcada recomposición intrasubrama e intracase. Por ejemplo, la leche fresca refrigerada prácticamente está desapareciendo, para ceder su lugar al producto ultrapasteurizado, con diversas denominaciones (descremada, reconstituida, etc.), lo cual también es notorio en el rubro de yogures, quesos ligeros y mantequilla que presionan a la desaparición del consumo de las grasas de origen animal.

Por efecto de la contracción del ingreso, las clases de actividad en que se ubicarían los alimentos procesados de consumo popular se expanden de manera dinámica. Aquí se ubicaría el

C U A D R O 2

INDUSTRIA ALIMENTARIA: PERSONAL OCUPADO POR SUBGRUPOS DE ACTIVIDAD, 1960-1993 (VARIACIONES PORCENTUALES INTERCENSALES)

Subsector	1960-1965	1965-1970	1970-1975	1975-1980	1980-1985	1985-1988	1988-1993
Industria de la carne	52.1	51.0	- 5.1	7.7	59.7	14.4	51.0
Elaboración de productos lácteos	134.6	15.3	10.1	- 19.2	146.0	- 12.9	40.0
Elaboración de conservas alimenticias	136.1	12.4	- 1.9	- 9.5	45.1	1.3	31.1
Beneficio y molienda de cereales	- 7.3	- 9.9	- 9.8	- 0.2	37.6	5.7	- 1.7
Elaboración de productos de panadería	119.5	11.2	-	23.7	23.1	7.9	32.1
Nixtamal y fabricación de tortillas	214.8	10.7	5.7	10.7	- 1.7	5.2	43.1
Fabricación de aceites y grasas comestibles	69.4	14.1	- 3.1	35.6	14.6	- 8.1	- 6.9
Industria azucarera	103.3	5.2	- 6.0	- 20.1	24.0	- 10.1	13.3
Elaboración de cocoa, chocolate y artículos de confitería	28.5	18.7	13.8	43.1	15.6	2.9	36.3
Elaboración de otros productos alimenticios	40.3	- 13.5	31.0	57.4	- 1.3	34.8	49.6
Elaboración de alimentos preparados para animales	75.2	53.3	20.9	20.1	34.0	- 10.5	35.1

Fuente: Elaboración propia a partir de Secretaría de Industria y Comercio, censos industriales de 1960, 1965 y 1970; Secretaría de Programación y Presupuesto, *Censo Industrial 1975*, e INEGI, censos industriales de 1980, 1985, 1988 y 1993.

enlatado de atún —que obligó a la casi desaparición del pescado precongelado—, las harinas para atoles y pastas para sopa, así como las salsas y chiles en lata, además de la harina de maíz y las tortillas industrializadas.

En este marco, el comportamiento de las clases de actividad de la industria alimentaria se agrupa como sigue:

1. *Expansión continua*. En esta categoría se encuentran algunas de las clases que presentan un crecimiento constante de sus unidades productoras y del empleo durante todo el período analizado. Ejemplos de ello son la fabricación de tortillas que pasó de 8 500 establecimientos en 1960 a 30 000 en 1993, mientras que el empleo creció de 9 500 a 16 650 en el mismo lapso; en todos los quinquenios esta actividad registró tasas de crecimiento promedio anuales superiores a 2.5% en cuanto al valor de la producción. En situación similar se encuentra la producción de pan que generó alrededor de 15 000 establecimientos y 65 000 empleos en el período señalado, y el tratamiento y envasado de leche que, salvo pequeñas fluctuaciones, mantiene una tendencia ascendente. Una explicación de ello se debe a que en estas clases se generan productos de demanda prioritaria y permanente para la población mexicana.

2. *Expansión o contracción coyuntural*. Aquí destacan actividades que han experimentado momentos importantes de auge o decrecimiento. En algunos casos se presentan rubros donde se generan productos que por su carácter innovador gozaron de gran aceptación en el decenio de los sesenta y después tendieron a estabilizarse por la relativa saturación del mercado; es el caso de los concentrados de jarabes y colorantes naturales para alimentos y los aceites y grasas vegetales. En otros casos se trata de actividades que dependen de los ritmos que impone el mercado de productos más selectivos y que son aceptados, desplazados o sustituidos en la medida en que fluctúan los salarios reales, principalmente de los estratos medios y bajos. Este comportamiento

cíclico se observa en las clases de actividad agrupadas en la industria de la carne, la elaboración de conservas alimenticias (especialmente de frutas y legumbres), sopas y guisados preparados. Una tendencia más se manifiesta en las clases que habían presentado históricamente un crecimiento moderado, pero a partir de mediados de los ochenta las empresas comenzaron a readecuar o generar nuevos productos que son aceptados ampliamente por diversos segmentos de la población. En este caso se encuentran la elaboración de harina de maíz, las galletas y las pastas, el pan industrial, la mayonesa y los condimentos en general, además de chocolates, artículos de confitería, gelatinas y postres, productos de maíz (frituras y botanas en general) y envasado de té.

3. *Decadencia o con tendencia a desaparecer*. Se trata de actividades donde se generan productos que han dejado de ser relevantes para la alimentación porque se les sustituyó o fueron desplazados por otros productos. Es el caso del piloncillo (por la azúcar), la elaboración de cajeta (por la mermelada), la congelación y empaque de pescados y mariscos (marginada de la dieta en general), el tostado y molienda de café (por el café soluble) y la fabricación de grasas animales (desplazada por los aceites vegetales). En situación de estancamiento relativo en la última década se encuentran la elaboración de azúcar y productos residuales de caña y la elaboración de goma de mascar y miel de abeja.

También se detectaron clases de actividad industrial en las que, a pesar de que históricamente expresan una contracción importante de su nivel de ocupación, se mantiene o eleva el valor de su producción, lo cual indica que son los espacios probables donde se ubican empresas de alto grado de desarrollo tecnológico y productividad; esto se cumple en algunos de los rubros de productos de alto valor agregado y mayor monopolización, como la fabricación de leche condensada, evaporada y en polvo, principalmente en la elaboración de sopas y guisados preparados, además de la producción de almidones, féculas y levaduras. 