

Pobreza y Desarrollo Sustentable en México

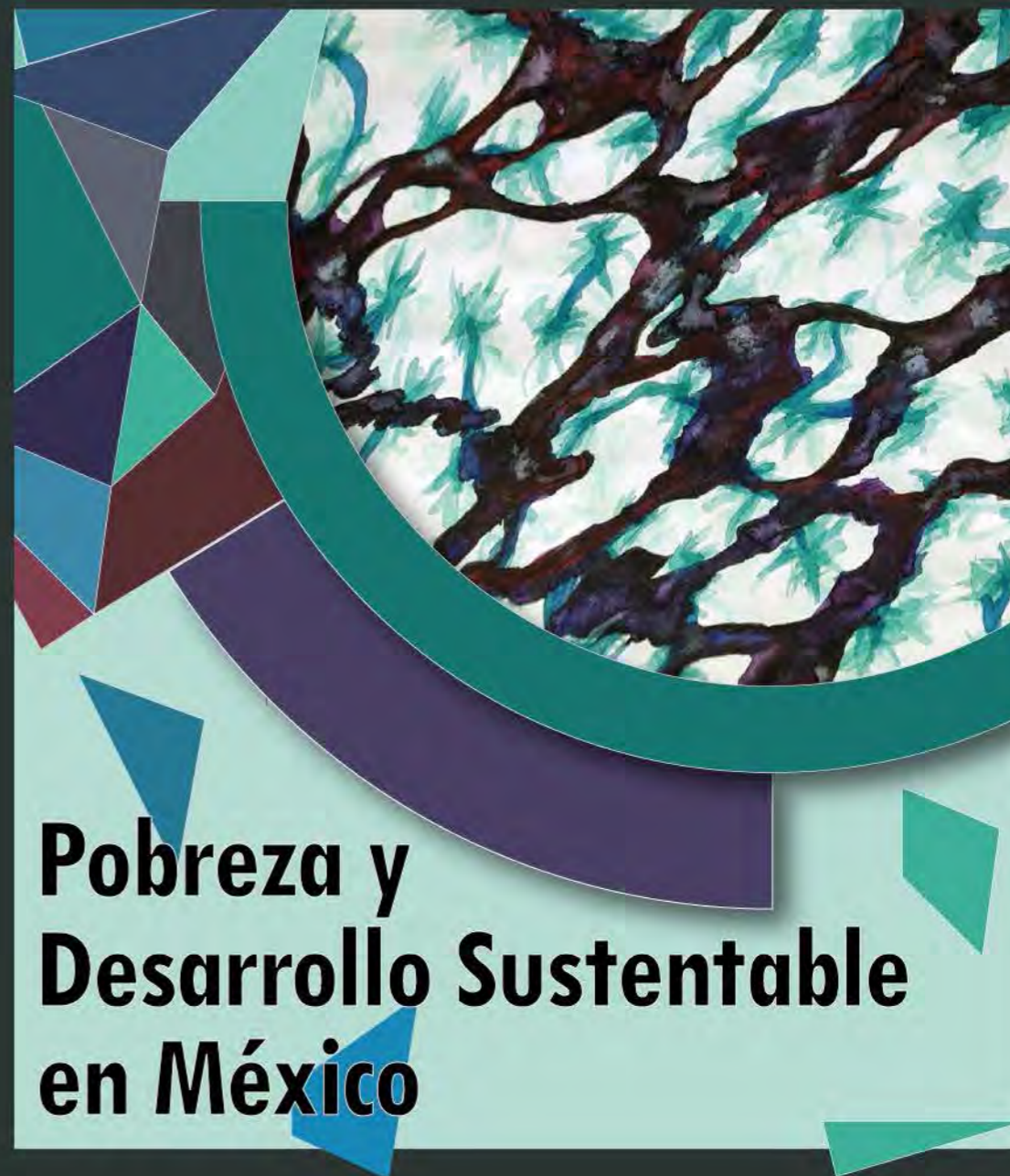
El desarrollo sustentable se presenta, en la actualidad, como una oportunidad, misma que valora y evalúa lo que las empresas realizan en tenor del desarrollo sustentable. ¿Pero cómo lograr que sus acciones y procesos se conviertan en un elemento esencial de éxito y aplicación, en un factor de adaptación a un modelo nuevo de producir y generar riqueza sin afectar al medio ambiente? La bioeconomía surge entonces como una nueva propuesta para utilizar los recursos económicos con base biológica, (suelo, tierra, agua, plantas, mano de obra), que maximice los potenciales de las mismas desde un enfoque maduro y de cuidado al medio ambiente.

La relación existente entre el desarrollo sustentable y la bioeconomía consiste en la visión general para que las sociedades futuras usen recursos biológicos para generar energía y dependan menos de los combustibles fósiles. Esto exige el aumento de la producción de recursos renovables biológicos (biomasa) y su conversión en alimentos, productos biológicos y energía. Convirtiéndose en una bioeconomía madura y sostenible para ofrecer una seguridad alimentaria global, mejorar la nutrición y la salud, desarrollar bioproductos y biocombustibles, y ayudar a la agricultura, la silvicultura, la pesca y los ecosistemas a adaptarse al cambio climático.



Pobreza y Desarrollo Sustentable en México

Francisco Pérez Soto | Esther Figueroa Hernández
Lucila Godínez Montoya | Rebeca Alejandra Pérez Figueroa
(Editores)



Pobreza y Desarrollo Sustentable en México

*Francisco Pérez Soto
Esther Figueroa Hernández
Lucila Godínez Montoya
Rebeca Alejandra Pérez Figueroa
(Compilación)*

POBREZA Y DESARROLLO SUSTENTABLE EN MÉXICO

ASOCIACIÓN MEXICANA DE INVESTIGACIÓN INTERDISCIPLINARIA A.C.

ÍNDICE

Pobreza y Desarrollo Sustentable en México

Capítulo I COMPORTAMIENTO DIGITAL DEL CONSUMIDOR ESPAÑOL <i>Aketzali Rojas Raya; Martha Jiménez García; Ingrid Anai Hernández Horta</i>	9
Capítulo II LA FUNCIÓN SOCIAL DEL EMPRESARIO EN MÉXICO COMO ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL <i>Ezequiel Alpuche de la Cruz; José Luis Bernal López</i>	22
Capítulo III UN ANÁLISIS SOBRE LA PERCEPCIÓN DE LA CULTURA DEL AHORRO PARA EL RETIRO EN EL ÁREA METROPOLITANA DE MONTERREY <i>Ilse Lizeth García Sánchez; José Juan Chiñas Valencia; Saul Ramírez Garza</i>	41
Capítulo IV CONSUMO DE QUINUA EN MÉXICO <i>Eduardo Espitia Rangel, Alma Velia Ayala Garay, José Reyes Altamirano Cárdenas Arely del Rocio Ireta Paredes</i>	52

Primera edición en español 2019

ISBN: 978-607-98589-2-6

D.R. © Asociación Mexicana de Investigación Interdisciplinaria A.C. (ASMIIA, A.C.)

Editado en México

D.R. © Ilustraciones de portada: John Cossío Cossío

Para la reproducción total o parcial de esta publicación, por cualquier medio, requiere la autorización por escrito del autor de la ASMIIA, A.C.

Capítulo V	
LA CAPITALIZACIÓN DE LOS MICRONEGOCIOS EN GUADALUPE, NUEVO LEÓN <i>Juan Alberto López Guillén; Juan Gerardo Chapa Barrera; Eduardo Valdez Escamilla</i>	68
Capítulo VI	
UNA APROXIMACIÓN A LA ÉTICA - DESARROLLO SUSTENTABLE Y SU RELACIÓN CON LA BIOECONOMIA <i>Lucía Beltrán Castillo</i>	83
Capítulo VII	
ANÁLISIS DE LA LEY FEDERAL PARA LA PREVENCIÓN E IDENTIFICACIÓN DE OPERACIONES CON RECURSOS DE PROCEDENCIA ILÍCITA EN LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS <i>María de los Ángeles Velázquez Martínez</i>	105
Capítulo VIII	
ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN EN UN MUNICIPIO EN POBREZA <i>Martha Jiménez García; Joshua Ricardo Piña Hernández; María Vianey Espejel García</i>	121
Capítulo X	
PRODUCCIÓN DE AUTOS LIGEROS EN MÉXICO, 2005-2016 <i>Orsohe Ramírez Abarca, Jesús Brandon Meneses Vergara, Luis Enrique Espinosa Torres, J. Martín González Elías</i>	135
Capítulo IX	
CAMBIOS ESTRUCTURALES EN EL CULTIVO DEL TABACO EN MÉXICO (1988-2015) <i>Rebeca Pérez Téllez; Gerónimo Barrios Puente; Ramón Gómez Castillo</i>	153

Presentación

En este libro se abordan los trabajos siguientes: *Comportamiento digital del consumidor español*, en el se ve como la Unión Europea y sus estrategias para impulsar el crecimiento económico y la comercialización sin importar la ubicación geográfica y se estableció la Agenda Digital para Europa 2020. Se analiza el impacto de la comercialización en un entorno digital e identifica los canales con mayor impacto en el consumidor español. Los resultados demostraron que las redes sociales tienen un impacto positivo en el comportamiento de los consumidores españoles.

La función social del empresario en México como estrategia organizacional, parte de la pregunta: ¿Cuáles son las relaciones entre el diseño, las estrategias y la función social del empresario en México? El *corpus* teórico se apoya en la Nueva Economía Institucional; así como en los contratos, los derechos de propiedad y los costos de transacción en las organizaciones. El método es cualitativo y hace una revisión documental; se concluye que los procesos de privatización y la apertura económica obligaron a los empresarios a ser más competitivos y a asumir una Responsabilidad Social Empresarial.

El consumo de quinua en México. El objetivo de éste estudio es conocer las perspectivas de su consumo en México. Para lograrlo se hizo un muestreo simple aleatorio, se diseñó y aplicó una encuesta para recolectar información sobre su demanda. Las personas que consumen quinua cuentan con un ingreso de más de \$8,001.00 al mes, con una edad promedio de 41.5 años, destaca que el nivel de preparación académica que predomina es postgrado (86% de los que la consumen), lo que influye en el conocimiento de las propiedades y los beneficios para el organismo.

La capitalización de los micronegocios en Guadalupe, Nuevo León muestra resultados del estudio sobre la percepción de la capitalización de los micronegocios. Con un muestreo no probabilístico de tipo bola nieve y conveniencia en los meses de enero a septiembre de 2018. Se aplica estadística descriptiva e inferencial para identificar si los microempresarios de la región se fortalecen con una capitalización de la banca comercial o a través de capital propio. Hay la evidencia de que cubren sus gastos, deudas o inversión con recursos propios.

Una aproximación a la ética - desarrollo sustentable y su relación con la bioeconomía, se realizó un acercamiento al desarrollo sustentable que ha tomado importancia en ámbitos sociales,

económicos y medioambientales; se definió el concepto de bioeconomía y cómo es que ha surgido con un enfoque que privilegia una economía basada en la explotación y transformación de la naturaleza y sus productos biológicos; entonces, la bioeconomía surge como alternativa viable para dirigir ciudades y países hacia una mayor sostenibilidad en el uso de los recursos naturales y el crecimiento económico.

Análisis de la ley federal para la prevención e identificación de operaciones con recursos de procedencia ilícita en las actividades económicas; identifica como la mayor parte de las transacciones se realizan con dinero en efectivo, ello implica un reto para combatir las actividades ilícitas; pues con este tipo de transacciones la moneda no fluye a través de las cuentas bancarias y sí se materializa en bienes tangibles. La Ley Federal para prevenir e Identificar Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita, tiene como objetivo proteger al Sistema Financiero y a la Economía Nacional con lineamientos, procedimientos y obligaciones para sujetos que las realizan. Ello para prevenir y combatir esas operaciones y las estructuras financieras de las organizaciones delictivas y evitar su financiamiento.

En *Análisis de la población en un municipio en pobreza;* ocurre cuando: 1) el ingreso de un individuo es menor a un mínimo establecido por la línea de bienestar, 2) padece al menos una de seis carencias (rezago educativo, acceso a servicios de salud, acceso a seguridad social, calidad y espacios de vivienda, acceso a servicios básicos de vivienda y acceso a la alimentación). Se realizó una encuesta a una muestra aleatoria de 70 de la población. En los resultados se encontró que la comunidad realiza labores extra domésticas y percibe un salario por debajo del mínimo vigente; asimismo, como área de oportunidad se tiene que usan la telefonía móvil. Ello daría ventajas a una alfabetización digital.

Producción de autos ligeros en México, 2005-2016. El sector automotriz presenta el mayor dinamismo en la economía debido a su consolidación como una industria relevante de acuerdo a la aportación al PIB. El trabajo consistió en analizar a las principales empresas productoras de autos ligeros y sus unidades más relevante en la actividad: Nissan fue la firma de mayor importancia, seguido de General Motors y Volkswagen, observándose que la producción y el consumo se está orientando a vehículos eficientes.

Cambios estructurales en el cultivo del tabaco... La trayectoria del sector se divide en tres etapas: a) liderazgo de Tersa, b) dirección de Tabamex y c) supremacía de Cigatam y Cigamod, regímenes que se distinguen por las maneras de establecer el precio, los beneficios laborales y la agricultura de contrato. Bajo estos esquemas las empresas compradoras determinan: la variedad genética, la superficie a sembrar, al tratamiento del cultivo, la asesoría técnica y el financiamiento. En 1989 la superficie sembrada era de 39 902ha; por razones de mercado, se vio reducida a una quinta parte en 2015. Esta disminución afectó a los productores agrícolas y a los jornaleros sin tierra.

Francisco Pérez Soto

Capítulo I

COMPORTAMIENTO DIGITAL DEL CONSUMIDOR ESPAÑOL

Aketzali Rojas Raya¹; Martha Jiménez García²; Ingrid Anai Hernández Horta³

¹ Instituto Politécnico Nacional, UPIICSA, Maestría en Administración LGAC-3, ake_rojas14@hotmail.com

² Profesor adscrito al Instituto Politécnico Nacional, UPIICSA, Maestría en Administración LGAC-3, marthajime-nezga@gmail.com

³ Estudiante del Colegio de Postgraduados Campus Montecillo, Doctorado en Ciencias en Socioeconomía, Estadística e Informática, ingrid.hdz.horta@gmail.com

RESUMEN

De acuerdo con la Unión Europea y sus estrategias de impulsar el crecimiento económico, con el fin de sobreponerse de la crisis mundial del 2008, y a través de la unificación del mercado, es decir; impulsar la comercialización sin importar la ubicación geográfica, estableció la Agenda Digital para Europa 2020 (Digital Single Market). El objetivo del este trabajo es analizar el impacto de la comercialización en un entorno digital e identificar los canales con mayor impacto en el consumidor español. La investigación se realizó a través de una muestra de 101 personas, en primera estancia fue exploratoria, con lo cual se analizaron diferentes plataformas, más tarde fue explicativa, para analizar los datos arrojados. Los resultados demostraron que las redes sociales tienen un impacto positivo en el comportamiento de los consumidores españoles.

ABSTRACT

In agreement with the European Union and its economic growth strategies, in order to overcome the global crisis of 2008, and through the unification of the market, that is; Promote marketing regardless of geographical location, established in the Digital Single Market (DSM). The aim of this paper is to analyze the impact of marketing in a digital environment and identify the channels with the greatest impact on the consumer. The research was carried out through a sample of 101 people, in the first room it was exploratory, with which different platforms were visualized, later it was explanatory, to analyze the data thrown. The results showed that social networks have a positive impact on the behavior of Spanish consumers.

Ramos, A. (2014). Problemas estructurales en municipios indígenas del estado de Oaxaca. *Revista Iberoamericana de las Ciencias Sociales y Humanísticas: RICSH*, 3(5), 2.

Rodríguez-Hernández, R., Morales-Guerra, M., Sánchez-Vásquez, V., Cadena-Iñiguez, P., & Rendón-Medel, R. (2016). Vinculación al mercado y competitividad de unidades campesinas en situación de pobreza en Oaxaca, Guerrero y Chiapas. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, (15), 3115-3128.

Soto, A. L. R., & Sánchez, R. M. V. (2015). Pobreza intergeneracional en el estado de Oaxaca. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA*, 4(7), 87-102.

Székely, M., C. Rodríguez-Castelán, I. Flores, F. Leyson and P. Mendoza (2017). “La Pobreza en el Estado de Oaxaca: Evolución y Perspectivas para una Agenda de Política Social.” Banco Mundial, Washington, DC.

Villafuerte-Solís, D. (2015). Crisis rural, pobreza y hambre en Chiapas. *LiminaR*, 13(1), 13-28.

*Orsohe Ramírez Abarca*¹, *Jesús Brandon Meneses Vergara*²,
*Luis Enrique Espinosa Torres*¹, *J. Martín González Elías*³

¹ Doctores en Ciencias con especialidad en economía, Profesores de tiempo completo de la Licenciatura en Economía del Centro Universitario UAEM Texcoco. Av. Jardín Zumpango S/N Fraccionamiento El Tejocote, Texcoco, Estado de México. Email: orsohe@yahoo.com y luisespinosatorres@yahoo.com.mx

² Licenciado en Economía, Subdirector de Comercio Internacional en Servicios e Inversión en la Subsecretaría de Comercio Exterior. Delegación Cuauhtémoc, Ciudad de México. jesus.meneses@economia.gob.mx.

³ Doctor en Ciencias en Economía Agrícola, profesor de tiempo completo en la Licenciatura en Agronegocios de la División de Ciencias de la Vida del Campus Irapuato-Salamanca de la Universidad de Guanajuato. Email: mgleze@hotmail.com.

RESUMEN

En México el sector automotriz es uno de los que ha presentado el mayor dinamismo en la economía debido a su consolidación como una industria relevante en la economía de acuerdo a la aportación al Producto Interno Bruto, debido al crecimiento permanente de vehículos ligeros derivado de la dinámica del mercado de consumo, que se le atribuye a las inversiones e innovaciones tecnológicas que han realizado las diferentes empresas para atender las demandas de automóviles cada vez más eficientes por parte del usuario final, enfrentándose a mercados globales y de apertura de los mismos. El trabajo consistió en analizar en los años del 2005 a 2016 a las tres principales empresas productoras de autos ligeros y sus cuatro unidades más relevante en la actividad, encontrándose que Nissan fue la firma de mayor importancia, seguido de General Motors y Volkswagen, siendo las mismas empresas y en el mismo orden las que tienen la mayor cantidad de unidades vendidas en el mercado, observándose que la producción y el consumo se está orientando a vehículos eficientes en el uso de combustible y con una tendencia creciente en ambas variables analizadas.

Palabras claves: Empresas automotrices, vehículos ligeros, producción, ventas

ABSTRACT

In Mexico, the automotive sector is one of those that has presented the greatest dynamism in the economy due to its consolidation as a relevant industry in the economy according to the contribution to the Gross Domestic Product, due to the permanent growth of light vehicles derived from the dynamics of the consumer market, which is attributed to the investments and technological innovations that have made the different companies to meet the demands of increasingly efficient cars by the end user, facing global markets and opening them. The work consisted of analyzing in the years of 2005 to 2016 the three main light car manufacturers and their four most relevant units in the activity, finding that Nissan was the most important firm, followed by General Motors and Volkswagen, being the same companies and in the same order those that have the largest number of units sold in the market, observing that production and consumption is being oriented to efficient vehicles in the use of fuel and with an increasing trend in both variables analyzed.

Keywords: Automotive companies, light vehicles, production, sales

INTRODUCCIÓN

En México la industria automotriz se ha venido desarrollando de manera expansiva de acuerdo a los diferentes eventos económicos los cuales han quedado marcados con el paso del tiempo con la entrada de las firmas automotrices que se han posicionado a nivel global. Los principales factores que impulsaron a la industria fue la producción vehicular destinada al mercado de exportación, por ello que el país fortalece principalmente el mercado externo para abastecer la creciente demanda internacional. Asimismo, el sector es caracterizado por decretos industriales, los cuales regulan los procesos de venta y producción vehicular. El proceso de industrialización en México se remonta a principios del siglo XX, pero fue hasta 40 años después que se pudo presenciar el desarrollo automotriz en el país (Miranda, 2007).

México visualizó como una oportunidad de crecimiento económico al sector automotriz, pues se fundamentó en el desarrollo de éste, ya que ofrecía ventajas para las empresas productoras de vehículos, estos factores fueron los bajos costos en la producción, mano de obra barata, facilidad de transporte y la perspectiva de acaparar todo el mercado puesto que eran las primeras empresas en su tipo.

En este sentido, la industria automotriz mexicana tuvo sus inicios el 23 de junio de 1925 cuando la firma estadounidense Ford Motor Company, S.A. se instaló en la Ciudad de México con la capacidad de producir 25 unidades diarias, dentro de estos

vehículos se obtuvo el Topaz, Gran Marquis y Taurus entre otros modelos (Ford, 2014). Posteriormente, el 23 de septiembre de 1935 se construyó General Motors, que inició su operación con 36 empleados en la Ciudad de México, convirtiéndose en ese momento en el mayor productor de vehículos a nivel mundial con marcas como Chevrolet, Buick, GMC y Cadillac (GMC, 2007).

En 1959 llegó a México Nissan Motor Company, dedicándose primeramente a la comercialización de vehículos de la marca Datsun, en 1961 se constituyó como Nissan Mexicana, S.A. de C.V., tras el éxito en ventas en el mercado mexicano, Nissan Motor establece su primera planta de manufactura en Morelos en la zona industrial del Valle de Cuernavaca, la cual inició operaciones el 12 de mayo de 1966 y fabricó 8,500 unidades durante el primer año, desde ese momento esta empresa japonesa ha sido una de las empresas líderes en producción y ventas (Nissan, 2013).

En julio de 1965 llegó a México Volkswagen, la firma se estableció y construyó su planta productora de vehículos en la ciudad de Puebla, produciendo modelos como el safari y la combi, dichos modelos tuvieron un éxito rotundo y por tal situación la empresa creció de manera significativa en estos años, en marzo de 1973 debido a las grandes ventas, se realizó la primera exportación de vehículos fabricados en México a los Estados Unidos, enviándose 50 unidades del modelo safari (Volkswagen, 2017).

La llegada de estas firmas a la República Mexicana hizo que el sector automotriz creciera de manera significativa, dejándose ver que en 1965 se fabricaron 96,781 vehículos y para principios de la década de los 70's se produjeron 250 mil unidades, ello reveló que las perspectivas de crecimiento de las empresas establecidas en México se cumplieran. Sin embargo, dado que la producción de vehículos aumentó considerablemente, los estándares de calidad no eran del todo suficientes ya que los costos de ensamble estaban por encima de los que se percibían en otros países (Miranda, 2007), para ello el gobierno mexicano establece una nueva regulación para fijar el desarrollo de la industria automotriz.

Esa regulación se estableció en 1972 en donde el propósito fue el de mejorar la producción de automóviles para beneficiar el mercado interno, lo cual obligó a las firmas automotrices a optimizar el ensamble y producción de vehículos para exportar el 30.0% del valor de importaciones, reducir el porcentaje de la industria nacional para el mercado de exportación y la implantación de nuevas políticas regulatorias a fin de mejorar el funcionamiento del mercado.

Sin embargo, no todo ha sido venidero para la industria automotriz, ya que a inicios de los años 70's México empezó con problemas económicos fuertes debido a un periodo de recesión económica en donde la industria automotriz fue seriamente desestabilizada en la parte productiva, teniendo serias dificultades para enfrentar los efectos de la crisis del petróleo y el creciente déficit en la balanza de pagos, aunado a la devaluación del peso en 1976, lo cual afectó severamente a la producción de automóviles nuevos (Brown, 1997).

Debido a estos problemas que empezó a enfrentar el sector automotriz en México, el gobierno empezó a presionar a las diferentes firmas automotrices para incrementar la productividad de este sector las cuales se vieron en la necesidad de modernizar la infraestructura. Empresas como es el caso de Ford Motors, General Motors y Chrysler aumentaron considerablemente sus inversiones, modernizando las plantas de producción instaladas en el norte del país. La innovación y la transferencia tecnológica en estas plantas productoras de vehículos jugaron un papel importante dentro de la industria, ya que se tradujo en una mayor productividad, por lo que en 1977 las exportaciones alcanzaron los 181 millones de dólares, de los cuales el 83.7% fueron de autopartes (Industria Nacional de Autopartes, 2014).

La firma estadounidense Chrysler en 1981 extendió su mercado en México, inaugurando su planta de motores en Coahuila, los automóviles fabricados fueron llamados la Serie K, donde destacaron vehículos como el Dodge Aries y el Plymouth Reliant los que tuvieron éxito de manera inmediata por parte de los consumidores mexicanos. En 1984, se produce un nuevo modelo llamado Voyager, fue el primero de su tipo pues convino la versatilidad con la amplitud, ello significó que la empresa fuera mayormente aceptada por los consumidores (Chrysler, 2014).

Asimismo, en 1981 la empresa General Motor estableció la planta de motores, ensamble y estampado en Coahuila México. La planta contó con 268 hectáreas en donde se produjeron principalmente motores de seis y ocho cilindros (General Motors, 1980). Posteriormente, en 1983 Ford Motors realizó una nueva planta de motores en el estado de Chihuahua, donde se fabricó el motor de cuatro cilindros conocido como PENTA destinado principalmente para el consumo nacional, la planta tuvo un gran éxito pues fue fácilmente aceptada por el mercado mexicano (Ford, 2014).

Debido a los diferentes factores por los que atravesaba la industria automotriz, en 1983 el gobierno federal implementó un decreto que consistió en la racionalización de las actividades económicas de la industria automotriz (secretaría de economía, 2012), las cuales se mencionan a continuación:

Racionalizar la productividad en las líneas de ensamblaje.

Fortalecimiento de la producción dedicada al mercado extranjero.

Mejorar los estándares de calidad, así como emisiones de dióxido de carbono.

Aumentar la exportación de vehículos ya que anteriormente era mayor la de autopartes.

Reducción de contenido mínimo de integración nacional en los vehículos destinados al mercado internacional.

Debido al fortalecimiento de la industria automotriz se tuvo un gran incremento de la demanda interna pues los vehículos fabricados fueron de mayor calidad, las inversiones que se realizaron por las firmas establecidas en México basaron su desarrollo al mercado internacional. En los años 80's, el país pudo presenciar un superávit en la balanza comercial de esta industria (Miranda, 2007).

De acuerdo con el Centro de Estudios de las Finanzas Públicas (CEFP) Con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994, se estableció el marco jurídico en un entorno de libre frontera o de globalización de la industria automotriz, se dejaron claras las condiciones de inversión y de intercambio comercial para que las empresas que ya se localizaban en México tuvieran la certidumbre de realizar las inyecciones de recursos económicos de largo plazo de tal manera que les permitiera generar las estrategias de producción pensando en el potencial de ventas al mercado de exportación (CEFP, 2002).

Con la entrada de México al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el cual se suscribió el 17 de diciembre de 1992 y entro en vigor el 1 de enero de 1994 (SICE, 2016). Nuestro país, Canadá y Estados Unidos buscaron como objetivo beneficiarse conjuntamente de la apertura comercial, en donde se definió la forma en que eliminarían los obstáculos arancelarios y no arancelarios con el fin de incrementar el comercio exterior, lo que traería consigo un mayor grado de especialización entre los países y por consiguiente estimular la actividad económica (SICE, 2017).

En este sentido, lo que se planteó de manera más específica fueron: 1) Eliminar obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y servicios entre los territorios de las partes, 2) Promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio, 3) Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de las partes, 4) Proteger y hacer valer, de manera adecuada y efectiva,

los derechos de propiedad intelectual en territorio de cada una de las partes, 5) Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento de este tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias y 6) Establecer lineamientos para la ulterior cooperación trilateral, regional y multilateral encaminada a ampliar y mejorar los beneficios de este Tratado.

El TLCAN, ha tenido un efecto positivo en la industria automotriz mexicana porque manifiesta un crecimiento significativo al paso de los años, en donde se ha dado oportunidades a compañías extranjeras gracias a su apertura comercial, lo que ha traído consigo economías de escala, que ha permitido una mejor colocación en el mercado de exportación, y una mejora en la economía mexicana. El crecimiento de la industria se debe principalmente a los diferentes acontecimientos económicos globales, así mismo, las diferentes políticas regulatorias en la producción de los vehículos en el país, de tal forma que estos sucesos permitan que la industria se mantenga en un constante innovación y crecimiento.

El gobierno federal en la búsqueda de mayor trascendencia del sector automotriz, el 31 de diciembre de 2003 implementó una nueva regulación industrial, llamado “decreto para el apoyo de la competitividad de la industria automotriz terminal y el impulso al desarrollo del mercado interno de automóviles” con el objetivo de promover la inversión en la fabricación de automóviles (Secretaría de Economía, 2012). Dicho decreto especificó lo siguiente: 1) Importación con cero arancel ad-valorem a los vehículos de los segmentos que se producen en México, 2) Serán consideradas empresas productoras bajo el programa de promoción sectorial de la industria automotriz y de autopartes, 3) Las empresas productoras de vehículos serán consideradas dentro de la ley aduanera, así como de las disposiciones sobre depósito fiscal automotriz, 4) Las empresas productoras de vehículos ligeros establecidas en México que hayan invertido al menos 100 millones de dólares en activos fijos y que produzcan al menos 50 mil unidades anualmente, 5) Empresas que realizan o realizarán procesos de manufactura, ensamble, o blindaje, que incrementen el valor del vehículo en un 50.0%.

El presente trabajo de investigación es relevante el examinarlo debido a que los vehículos ligeros son aquellos que no contienen más de 8 asientos incluyendo al conductor, siendo en la actualidad uno de los medios de transportes más utilizados por los individuos para trasladarse a las diferentes actividades económicas con el propósito de disminuir los tiempos de llegada, aunado a la confortabilidad para las personas que utilizan estos medios, en este contexto, es sobresaliente llevar a cabo la indagación ya que va a permitir conocer la producción y la venta de las diferentes firmas que se ubican en el territorio nacional y los vehículos que tienen mayor aceptación en el mercado nacional.

METODOLOGÍA

Para la realización del trabajo de ventas de vehículos ligeros en México se realizaron principalmente dos fases, la primera consistió en la búsqueda de información secundaria que permitió conocer los antecedentes de la industria automotriz en México así como las principales firmas que se producen y se venden en el mercado nacional, revisándose información de la Secretaría de Economía, información de empresas tales como Ford Motor Company S.A., Nissan mexicana S.A. de C.V., Volkswagen, entre otras, para conocer la inserción de estas empresas automotrices en la República Mexicana.

La segunda fase consistió en obtener la información estadística de ventas de las empresas automotrices establecidas en México, así como las marcas de los vehículos que vende de manera específica del año 2005-2016 para conocer el comportamiento de las preferencias de consumo en el mercado nacional. Con estos datos estadísticos se realizaron diferentes cálculos para como las medidas de tendencia central particularmente la media, la participación porcentual que permiten ordenar la información en donde se determinó las empresas de mayor importancia en el país, se calculó la tasa de crecimiento media anual para conocer con precisión la firma y las unidades de mayores preferencias por los consumidores, después de esto se elaboraron gráficas para la presentación de la información.

RESULTADOS

La industria automotriz en México es considerada como el conjunto de empresas dedicadas a la producción, venta, exportación e importación de vehículos, en la que intervienen diferentes factores para el funcionamiento eficiente de ésta tales como diseño, tecnología, inversión, marketing. En el país, la industria es de suma importancia, ya que es apoyada por las diferentes regulaciones automotrices, las cuales han quedado enmarcadas con el paso del tiempo, trayendo consigo una derrama económica importante para el país dentro de estos está la generación de empleos, lo que revela el papel importante que desempeña en el desarrollo del país, lo cual se ha vuelto una de las más dinámicas y competitivas del país.

Sector automotriz

Esta industria en México ha mostrado significativamente un avance a partir de la entrada del TLCAN, en donde prácticamente se abrieron las fronteras al libre comercio y se definieron las reglas en términos de aranceles y específicamente eliminando gradualmente el proteccionismo al comercio exterior, enfocándose a satisfacer las necesidades de la creciente demanda global, en donde las firmas establecidas en el país buscaron reducir los costos de producción con la finalidad de incrementar su productividad, pero además

obligó a las empresas productoras a elevar sus estándares de calidad y seguridad de los automóviles fabricados.

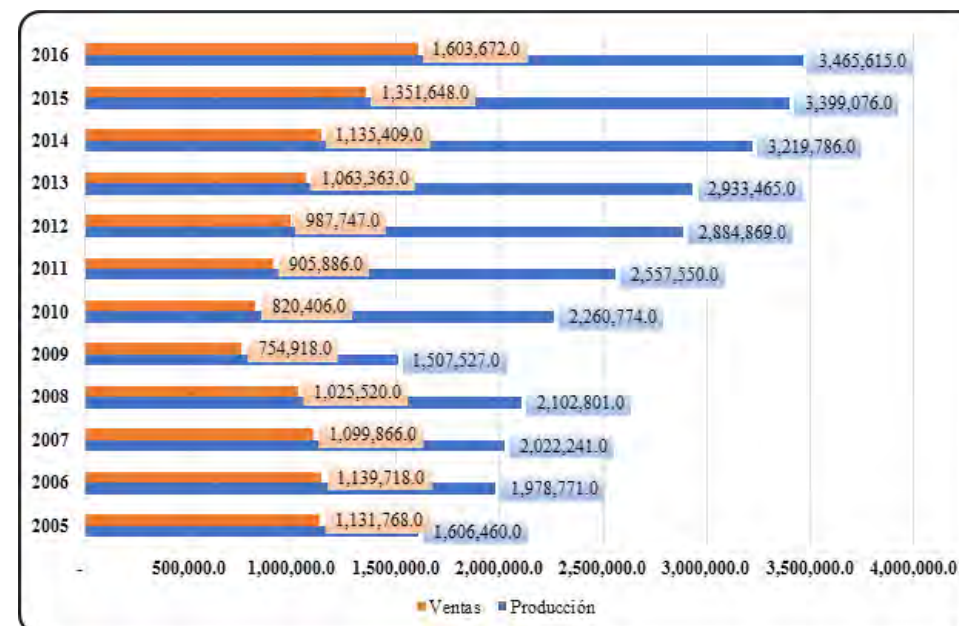
Lo que sí es una realidad es que la industria automotriz se ha consolidado en los últimos años como una de las más sobresalientes en México. En 2015 Actinver mencionó que este sector representó el 2.8% de Producto Interno Bruto (PIB) de la economía y del PIB manufacturero representó el 16.6% lo que refleja la importancia de este sector no solamente en los niveles de inversión encaminada a la innovación y a productos de mayor calidad, sino que también es un gran generador de empleos con más de 675,000 directos e indirectos en donde se observa una tendencia cada vez más creciente.

Para el periodo de análisis que es del 2005 al 2016 la producción en el caso particular de la industria de autos ligeros presentó una tasa de crecimiento media anual de 7.2% al pasar de 1.6 a 3.4 millones de unidades (gráfico 1) y en las ventas su crecimiento fue de 3.2% donde se reveló un aumento de 471,904 vehículos ligeros; aunque en 2009 ambas variables económicas presentaron una decremento al compararse con 2005, la producción se redujo en 98,933.0 y las ventas tuvieron una disminución de 376,850.0, lo que deja ver un impacto considerable en los ingresos de las firmas automotrices derivado de la crisis financiera hipotecaria en Estados Unidos en 2007 que se tradujo en una crisis crediticia en las instituciones financieras de este país y Europa por lo que se generó un problema de solvencia económica (CEFP, 2009).

Después de la crisis financiera que para México su impacto se vio reflejado en 2009, de aquí en adelante hasta 2016 la producción de vehículos ligeros mostró un dinamismo muy fuerte al presentar una tasa de crecimiento de 12.6% lo que significó un aumento en la producción de 1,958,088.0 unidades y para el caso de las ventas la tasa de crecimiento fue de 11.4% que representó 848,754.0 carros, demostrando una eficiencia que realmente se desearía que pasara en el Producto Interno Bruto del país.

Gráfico 1. Producción y ventas de vehículos ligeros en México, 2005-2016

(Unidades vehiculares)



Fuente: Elaboración propia con información estadística de la AMIA. 2005-2016.

La producción de vehículos ligeros en la República Mexicana de acuerdo con Actinver son fabricados de las siguientes entidades federativas:

- | | | |
|---------------------|---------------------|---------------|
| 1. Aguascalientes | 2. Baja California | 3. Chihuahua |
| 4. Coahuila | 5. Guanajuato | 6. Jalisco |
| 7. Estado de México | 8. Morelos | 9. Nuevo León |
| 10. Puebla | 11. San Luís Potosí | 12. Sonora |

La actividad productiva

El crecimiento del sector automotriz en el territorio nacional, es el resultado de una serie de eventos y transformaciones económicas que vienen cambiando el entorno mundial, por ende, la evolución de la globalización ha sido beneficioso para el desarrollo de la misma, aunado a la definición clara y eficiente de la política económica y en particular la industrial para que tenga los alcances que se tiene actualmente, en el sentido de competitividad así como el desarrollo del capital humano que finalmente se traduce en mayor productividad de esta actividad económica.

Este sector ha sido una piedra angular del desarrollo industrial del país, desde luego que las políticas que se han venido definiendo son claves para visualizar una industria consolidada, por lo que el gobierno con la implementación de programas específicos de desarrollo o decreto automotrices han propiciado las condiciones adecuadas para la regulación de la producción y las ventas, así como la captación de la inversión extranjera directa para solventar esas necesidades de recursos económicos en las firmas automotrices para responder las necesidades de los consumidores que demandan cada vez productos de mejor calidad y más eficientes en el gasto de los energéticos (Clemente, 2016).

La tabla 1 revela la sumatoria del año 2005 a 2016 de la producción nacional de vehículos ligeros, obteniéndose 29.9 millones de unidades, lo que deja ver una tasa de crecimiento del 7.2% y esto significa un incremento de 1.8 millones. La firma de mayor trascendencia en el país es Nissan Mexicana S.A. de C.V. que ofertó el 23.3% de la producción en la República Mexicana y que tuvo una tasa de crecimiento de 8.4% (gráfico 2) siendo 1.2% mayor al comportamiento de la nación.

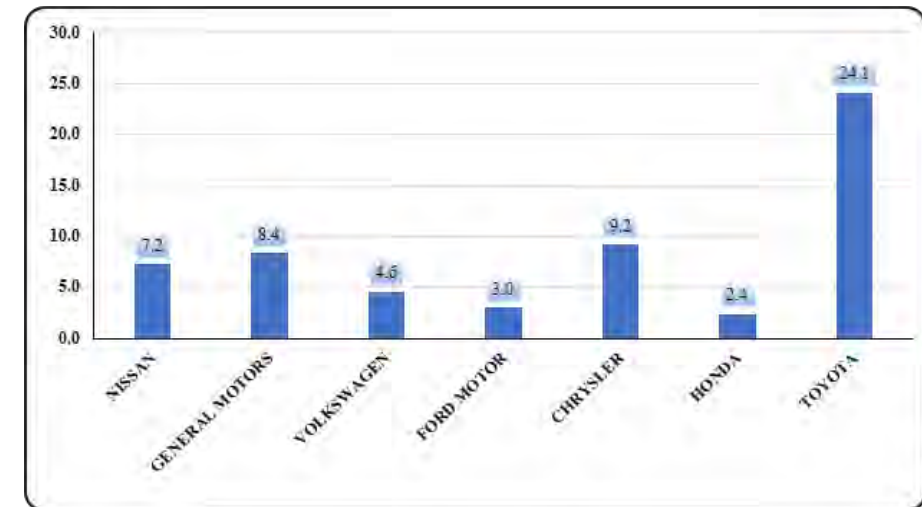
Tabla 1. Producción de vehículos ligeros acumulado en México, 2005-2016

(Unidades vehiculares)		
AÑOS/FIRMAS	PERIODO 2005-2016	PART. POR FIRMAS
NISSAN	6,984,915.0	23.3
GENERAL MOTORS	6,650,117.0	22.2
VOLKSWAGEN	5,238,514.0	17.5
FORD MOTOR	4,450,079.0	14.9
CHRYSLER	4,043,643.0	13.5
HONDA	1,001,502.0	3.3
TOYOTA	696,927.0	2.3
MAZDA	433,938.0	1.4
FIAT	288,168.0	1.0
KIA	107,500.0	0.4
RENAULT	43,614.0	0.1
PRODUCCIÓN	29,938,917.0	100

Fuente: Elaboración propia con información estadística de la AMIA. 2005-2016.

La segunda firma más relevante es la de General Motors que participó en el mercado de la producción con el 22.2% con una tasa de crecimiento del 4.6%, le sigue Volkswagen con el 17.5% de lo manufacturado y un crecimiento del 3.0%, en cuarto lugar se ubicó Ford Motor con una aportación a la oferta nacional de 14.9% con una tasa de crecimiento del 9.2% y en el quinto lugar se situó Chrysler con 13.5% de los carros manufacturados y un crecimiento del 2.4%; en este contexto de la producción nacional de vehículos ligeros el 91.4% es aportado por las cinco principales firmas automotrices en el país.

Gráfico 2. Tasas de crecimiento de la producción de las 7 principales empresas productoras de autos ligeros en México, 2005-2016 (Porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con información estadística de la AMIA. 2005-2016.

Como se visualiza en la gráfico 2, a pesar de que Toyota se encontró en el séptimo lugar de producción de vehículos ligeros, es la que mostró la mayor tasa de crecimiento dentro de las siete empresas más importantes en la industria automotriz en México, sus unidades están teniendo buena aceptación en el mercado de consumo principalmente por la calidad de sus productos.

Las tres empresas automotrices de mayor producción

El desarrollo tecnológico como parte de las estrategias de ingenierías que han desarrollados estas tres empresas de mayor producción de vehículos ligeros los ha llevado a ser las firmas preferentes en el mercado de los consumidores, particularmente Nissan tiene su centro de modelado y prototipos de diseño automotriz en Mexicali (BC), Manzanillo y Colima desde

donde se hacen operaciones de diseño para todo el mundo; General Motors tiene su centro regional de ingeniería en Toluca, Estado de México siendo uno de los 13 centros globales con que cuenta la firma y la tercera es Volkswagen que posee su centro de diseño en Puebla donde cuenta con 800 ingenieros especializados en esta tarea (Clemente, 2016).

Las tres principales empresas que se dedican a la producción de vehículos ligeros en México aportan el 63.0% de la producción nacional. En este sentido, fue Nissan la de mayor relevancia de acuerdo con la información estadística que presentó la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz en donde se reportó una producción de 6.9 millones de autos ligeros, dentro de las unidades de mayor fabricación se encontró al Sentra 2.0 que significó el 27.3% de lo producido en el territorio nacional, El Versa ocupó el segundo lugar con una participación del 13.2% a pesar de que se empezó a producir en 2011, le siguen el Tsuru 4 puertas y el Tiida que aportaron a la oferta con 11% cada uno de ellos (Tabla 2), estas cuatro marcas representaron el 62.4% de la producción, una característica de los automóviles de esta empresa es que son de cuatro cilindros, una tendencia en el mercado para la adquisición de unidades de menor consumo de gasolina.

Tabla 2. Las tres principales empresas y sus cuatro autos de mayor producción acumulada, 2006-2016
(Unidades)

EMPRESAS	MARCAS	TOTAL	PART. %
NISSAN	SENTRA 2.0	1,615,164.0	27.3
	VERSA	871,038.0	13.2
	TSURU 4 PTS	570,690.0	11.0
	TIIDA 5 PTS	563,554.0	11.0
GENERAL MOTORS	SILVERADO 2500 DOBLE CABINA	1,615,164.0	24.3
	GMC SIERRA	871,038.0	13.1
	AVEO	570,690.0	8.6
	HHR 5 PTAS	563,554.0	8.5
VOLKSWAGEN	NUEVO JETTA	1,785,050.0	34.1
	BORA	1,069,912.0	20.4
	SPORTWAGEN	707,246.0	13.5
	JETTA 4 PTAS	586,403.0	11.2

Fuente: Elaboración propia con información estadística de la AMIA. 2005-2016.

General Motors le aporta a la producción nacional 6.6 millones de unidades vehiculares, siendo la Silverado 2500 doble cabina su producto manufacturado más trascendente al significar el 24.3% de lo que oferta la empresa al mercado de consumo que se empezó a producir en 2007 tiene un motor de 6 cilindros, GMC Sierra (8 cilindros) participó con el 13.1% que también se empezó a producir en el mismo año que la Silverado, el tercer lugar lo ocupó el Aveo (4 cilindros) con 8.6% que manufacturó a partir de 2008 y el cuarto vehículo de mayor aportación a la oferta de esta firma es el HHR 5 puertas (4 cilindros) con una participación del 8.5%.

La empresa alemana Volkswagen desde hace varios años ha tenido su producto estrella en la producción el cual es el Jetta con sus diferentes presentaciones y particularmente el producto preferido en la fabricación es el nuevo Jetta (4 cilindros) que representó el 34.1% de la oferta nacional que se empezó a producir en 2010, el segundo lugar lo ocupó el Bora (4 y 6 cilindros) con el 20.4% a pesar de que fue discontinuado en 2011 dejándole ese lugar al nuevo Jetta, le siguieron el Sportwagen y el Jetta 4 puertas con el 13.5 y 11.2% respectivamente, en conjunto estas cuatro marcas representaron el 79.2% de la producción nacional de la empresa. Esta firma está produciendo automóviles de menor cilindraje lo que los hace más eficiente en el consumo energético.

Venta de las empresas automotrices

La comercialización o la venta de cualquier producto puede encontrar un mercado exitoso si se ofrece al demandante un producto de calidad y que responda a las necesidades que busca el cliente, para el caso particular de los autos ligeros se está enfrentando a un ambiente macroeconómico poco favorable ya que se tiene un tipo de cambio creciente, una tasa de interés alta, un proceso inflacionario que se ha duplicado de 2016 a 2017 y un crecimiento de las tasas de salario que no corresponde a este escenario económico, por lo que la sociedad adopta una disminución en el consumo de los bienes y servicios. En consecuencia, en los autos, los precios actuales han revelado una tendencia creciente que se deriva de este panorama complicado de la economía que han incidido en el alza de los precios, aunque para el periodo de análisis, el volumen de comercialización se incrementó en 471,904 unidades.

Tabla 3. Venta de vehículos ligeros acumulado en México, 2005-2016

(Unidades vehiculares)

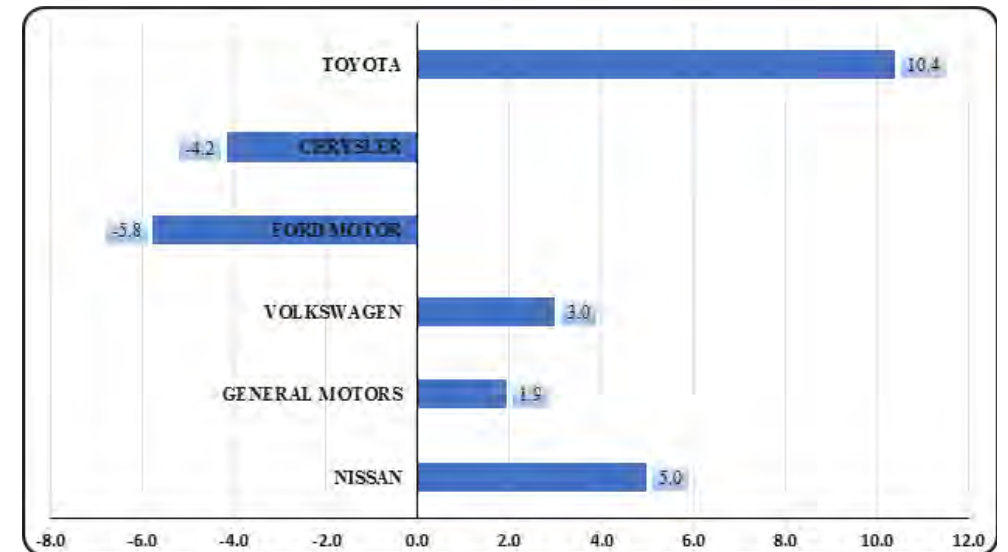
EMPRESAS/AÑOS	TOTAL	PART. POR FIRMAS
NISSAN	3,007,950.0	23.1
GENERAL MOTORS	2,570,006.0	19.7
VOLKSWAGEN	1,706,935.0	13.1
FORD MOTOR	1,337,050.0	10.3
CHRYSLER	1,131,575.0	8.7
TOYOTA	748,618.0	5.7
OTROS	2,517,787.0	19.3
VENTAS	13,019,921.0	100

Fuente: Elaboración propia con información estadística de la AMIA. 2005-2016.

Existe una regla de correspondencia entre las empresas automotrices que tuvieron mayores ventas con las más sobresalientes en el entorno productivo, es decir, en la comercialización acumulada de autos ligeros en los años de estudio siguen siendo Nissan, General Motors y Volkswagen las líderes en el mercado de consumo con una participación del 23.1%, 19.7% y 13.1% respectivamente, en conjunto aportan el 56% de la venta nacional, es decir, absorben más de la mitad del consumo en México (Tabla 3), las cuales presentaron tasas de crecimiento del 5.0%, 1.9% y 3.0% correspondientemente (Gráfico 3), en términos absolutos este crecimiento se tradujo para Nissan en 166,123.0 unidades y para General Motors y Volkswagen fueron de 58,782.0 y 56,959.0 vehículos.

Le empresa japonesa Toyota en el diagnóstico presentó una tasa de crecimiento de 10.4%, lo que refleja una presencia importante en el mercado mexicano ya que pasó de un volumen de venta en 2005 de 35,318.0 a 104,955.0 unidades en 2016, un incremento de 69,637.0 vendidas, de manera individual una mayor comercialización que General Motors y Volkswagen, esto puede deberse a que la firma produce unidades vehiculares aptas a las exigencias del consumidor en el sentido de calidad y de rendimiento, siendo Corolla, Rav4 y Hilux dc que representaron el 41.0% de su venta en el mercado.

Gráfico 3. Tasas de crecimiento de ventas de las 7 principales empresas productoras de autos ligeros en México, 2005-2016 (Porcentaje)



Fuente: Elaboración propia con información estadística de la AMIA. 2005-2016.

Sin embargo, hay empresas automotrices que no les ha ido bien en la venta de sus unidades tal es el caso de Ford Motor y Chrysler que presentaron tasas de crecimiento de -5.8 y -4.2%, esto significó para la primera empresa una reducción en su comercialización de 91,570.0 debido a que sus unidades son más equipadas y por lo tanto un precio por arriba de la competencia y para la segunda firma fue de 46,425.0 unidades y en particular el Fiat presentó problemas de seguridad en 2016 en América del Norte por lo que se tuvieron que retirar un millón de autos.

Principales marcas vendidas de las empresas automotrices

En la tabla 4, se muestra a las empresas que tienen mayor presencia en el mercado de consumo en México, las cuales coinciden en el orden de importancia con las que más producen vehículos ligeros. En este sentido, Nissan es la empresa más relevante (Cuadro 3) en donde su principal marca es el Tsuru 4 puertas que representó el 22.0% de sus ventas nacionales, a pesar de que presenta una tasa de crecimiento negativa de 2.9%, el segundo auto es el Versa que fue el 10.8% del mercado de venta siendo un auto que se empezó a vender en 2011, le siguen El Chasis largo (camioneta estaquita de caja cerrada) y el Tiida Sedan (se empezó a vender en 2006) con 9.4 y 9.0%, en conjunto estas cuatro unidades

de mayor venta le representa a Nissan el 62.4% de lo comercializado a nivel nacional, los cuales son unidades de cuatro cilindros fundamentalmente lo que busca mayor rendimiento en el uso de combustibles.

La segunda empresa de mayor venta en el mercado nacional fue General Motors, esta vende el 62.7% comparado con lo que vende Nissan. La unidad de mayor preferencia de los consumidores con el 17.8% es el Aveo que ofrece un excelente rendimiento de combustible, seguido del Spark con el 8.3% de las ventas, el Chevy 3 puertas con el 6.1% y finalmente el matiz 5 puertas, estas cuatro unidades representaron el 37.7% de las ventas al mercado, vehículos con mucha eficiencia en el rendimiento de kilómetros por litro.

Tabla 4. Tres principales empresas y sus cuatro marcas de mayor venta acumulada, 2005-2016 (Unidades)

EMPRESAS	MARCAS	TOTAL	PART. %
NISSAN	TSURU 4 PTS	662,992.0	22.0
	VERSA	326,178.0	10.8
	CHASIS LARGO	281,254.0	9.4
	TIIDA SEDAN	271,925.0	9.0
GENERAL MOTORS	AVEO	458,246.0	17.8
	SPARK	213,450.0	8.3
	CHEVY 3 PTAS	156,151.0	6.1
	MATIZ 5 PTAS	140,372.0	5.5
VOLKSWAGEN	JETTA 4 PTAS	426,382.0	25.0
	NUEVO JETTA	247,735.0	14.5
	Vento	159,961.0	9.4
	BORA	117,393.0	6.9

Fuente: Elaboración propia con información estadística de la AMIA. 2005-2016.

La tercera empresa de arraigo en el mercado nacional el Volkswagen de origen alemán, en donde tres de las cuatro marcas también son las de mayor producción en México (tabla 2). En este entorno, el Jetta de 4 puertas significó el 25.0% de las ventas aunque para 2016 se dejó de producir debido a la innovación en su industria, el segundo

lugar lo ocupó el nuevo Jetta (Jetta del bicentenario) con el 14.5% del consumo, Vento ha repuntado a pesar de que es un auto que se empezó a fabricar en 2013 el cual significó el 9.4% del comercio y finalmente el Bora aportó el 6.9% que dejó de producirse en 2013.

CONCLUSIONES

En México el desarrollo de la industria automotriz ha sido prácticamente un éxito de acuerdo a los resultados obtenidos del diagnóstico realizado, esto es debido a las adecuadas políticas económicas que se ha tomado en beneficio del sector, en donde la apertura de los mercados ha sido el parteaguas en el sentido de que han entrado más empresas automotrices al mercado de producción y ventas lo que ha traído consigo mayor productividad y competitividad de este sector, aunque realmente el papel que se juega prácticamente es el de armadora de autos.

En la República Mexicana han venido participado aproximadamente 33 firmas automotrices, por lo que se ve un buen panorama macroeconómico debido a que es uno de los sectores que aporta alrededor del 3.0% al Producto Interno Bruto y dentro de los productos manufacturados significó alrededor del 16.0%, lo que ha dejado ver el dinamismo e importancia de esta industria en la generación de empleos y de divisas.

Se observó en el estudio que prácticamente las tres empresas automotrices que han venido siendo líderes en la producción, siguen teniendo la misma presencia y preferencia en los consumidores y las unidades de mayor venta tienen un objetivo primordial que es ofrecer al demandante un vehículo ligero de mucha eficiencia en el rendimiento de kilómetros por litro, lo que significa que se han venido adecuando a las nuevas exigencias del mercado de consumo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Actinver. (2015). Estudios sectoriales y regionales: el sector automotriz en México. México. Departamento de Análisis Fundamental.
- Brown, Grossman Flor. (1997). La industria de autopartes Mexicana: Reestructuración Reciente y Prespectivas. México: Centro Internacional de Investigaciones para el desarrollo, UNAM.
- Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. (2002). Análisis económico y fiscal del sector automotor de México, 1990-2001. Cámara de Diputados. LVIII Legislatura. México.

Centro de Estudios de las Finanzas Públicas. (2009). La crisis financiera de los Estados Unidos y su impacto en México. Cámara de Diputados. LX Legislatura. México.

Chrysler. (2014). Recuperado el 7 de Marzo de 2017, de <http://www.chrysler.com.ar/historia/>

Clemente Ruíz Durán. (2016). Desarrollo y estructura de la industria automotriz en México. Friedrich Ebert Stiftung Análisis. México.

Ford, Motor. (2014). Historia de Ford Motor. Obtenido de <https://www.ford.mx/acerca/compania>

General Motors (1980). General Motor en México. Recuperado el 21 de Julio de 2017, de http://www.gm.com.mx/corporativo/gm_mexico/presencia_gm_mexico/complejos_manufactura/

GMC (2007). General Motors Company S.A. Obtenido de http://www.gm.com.mx/static/pdf/GM_80.pdf

Industria Nacional de Autopartes. (2014). Inventario de capacidades nacionales para el desarrollo Tecnológico automotriz. <https://www.ina.com.mx/>

Miranda, Arturo Vicencio. (2007). La industria automotriz en México. Antecedentes, situación actual y perspectivas. México.

NISSAN. (2013). Nissan Motor Company S.A. Indsutia Japonesa. Obtenido de <http://nissannews.com/es-MX/nissan/mexico/channels/mx-mexico-civac-50-anos/releases/civac50a-os-la-evoluci-n-de-datsun-a-nissan>

Secretaría de Economía. (2012). Dirección General de Industrias Pesadas y de Alta Tecnología. Industria Automotriz. México.

SICE. (2016). OAS Foreign Trade Information System. Obtenido de http://www.sice.oas.org/ctyindex/MEX/MEXagreements_e.asp

SICE. (2017). Sistema de Información sobre Comercio Exterior. Recuperado el Abril de 2017, de http://www.sice.oas.org/Trade/nafta_s/CAP01.asp

Volkswagen. (2017). Historia de Volkswagen. Obtenido de <http://www.vw.com.mx/es/mundovolkswagen/historia.html>

CAMBIOS ESTRUCTURALES EN EL CULTIVO DEL TABACO EN MÉXICO (1988-2015)

Rebeca Pérez Téllez¹; Gerónimo Barrios Puente²; Ramón Gómez Castillo³

¹ División de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma Chapingo. Correo electrónico: rebe28.pt@gmail.com

² División de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma Chapingo. Correo electrónico: gbarriospuente55@gmail.com

³ División de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Autónoma Chapingo. Correo electrónico: acayucanver@hotmail.com

RESUMEN

Mediante las formas de gestionar los procesos de producción, la trayectoria del sector tabacalero puede ser dividida en tres etapas: a) liderazgo de Tersa, b) dirección de Tabamex y c) supremacía de Cigatam y Cigamod, regímenes que se distinguen por las maneras de establecer el precio, los beneficios laborales y la agricultura de contrato. Bajo estos esquemas las empresas compradoras determina: la variedad genética, la superficie a sembrar, al tratamiento del cultivo, la asesoría técnica y el financiamiento.

Destinada a la fabricación de cigarrillos, el 80% de la producción nacional se efectúa en Nayarit, la cual es complementada con la producción proveniente de Chiapas mientras que en Veracruz muchos agricultores cultivan variedades para la elaboración de puros.

En 1989 la superficie sembrada era de 39 902ha la cual, por razones de mercado, se vio reducida a una quinta parte en 2015. Esta disminución no solo afectó a los productores agrícolas sino también a los jornaleros sin tierra, ya que el tabaco es uno de los cultivos que más mano de obra ocupa. Eso implicó que desde 1988 hasta 2015 se acumulara una pérdida aproximada de 89 031 120 jornales derivada de las 31 966ha que se dejaron de sembrar.