

Comercio, modernización y procesos territoriales: el caso de Mérida, Yucatán

Ana García de Fuentes*

Papel del comercio en la región

México vive, en su conjunto y en cada uno de sus espacios económicos regionales, aceleradas y violentas transformaciones vinculadas a la crisis económica que se inicia en los años setenta. A fines de la década de los ochenta se aceleran estos cambios con modificaciones profundas en la estructura y funcionamiento de su economía, que buscan la “modernización” del país para hacer partícipes a *ciertos sectores* de la dinámica globalizadora del capitalismo transnacional. Estos cambios se manifiestan en todos los sectores de la economía, sin embargo, el capital tiende a concentrarse en aquellos rubros de mayor redituabilidad en un contexto de crisis, volviéndose altamente especulativo; la dinámica que adquieren el comercio, la especulación inmobiliaria y los servicios financieros son claro ejemplo de esto, como lo demuestra la manifestación concreta en la rápida transformación de gran número de ciudades del país.

* Investigadora del Instituto de Geografía, UNAM.

En Mérida, como contraparte del largo y complejo proceso de deterioro de la producción henequenera de Yucatán que culminó en 1991-1992 con el cierre de la paraestatal Cordemex y la liquidación de los ejidatarios dedicados a este cultivo, surgieron en la región nuevos ejes de acumulación de capital, en los que dominan los de carácter improductivo y especulativo. Sin negar el desarrollo de una serie de actividades tales como la pesca, ganadería, avicultura, y ciertas industrias de bienes de consumo, es indudable que la reproducción del capital en un periodo de crisis económica encontró mejores oportunidades en el comercio de bienes de consumo y de bienes raíces, en la construcción, en la producción y comercialización de insumos para ésta, en el turismo y en la especulación financiera.

El cuadro 1 muestra la estructura del Producto Interno Bruto (PIB), de Yucatán en 1970 y 1985. Destaca el incremento en la participación de estos sectores: el comercio, la hotelería y las comunicaciones pasaron del 29.8 al 34.8%; los servicios financieros y comunales del 27.7 al 33.1%, la construcción del 4.2 al 6.6%, frente a la disminución en la participación del resto de los sectores. La industria cayó del 21.9 al 13.4% y la agricultura del 11.7 al 9.3% lo que demuestra que la diversificación industrial y la ganadería y avicultura están muy lejos aún de sustituir al henequén como generador de la riqueza en la región.

El proceso de terciarización es común a todo el país, sin embargo, el cuadro muestra que en Yucatán este sector concentró el 69.3% del PIB, frente al 57.6% a nivel nacional, y que la industria sólo participó con el 13.4% frente al 23.3% nacional.

Luis Ramírez en su análisis sobre la recomposición de las cúpulas empresariales de Yucatán, que retomaremos más adelante, destaca el creciente papel del comercio en la economía estatal a través de la información de los censos económicos señalando que:

... de 305 600 millones de pesos gastados por todas las empresas formales de Yucatán en 1985, el 61% correspondió al comercio, el 26% a la industria y el 7% a los servicios. ... cuando vemos los ingresos, de un total de 385 100 millones de pesos el comercio obtuvo el 55%, el doble del 26% que obtuvo la industria y casi 5 veces superior al 12% de los servicios.¹

¹ Ramírez C., Luis Alfonso. *Elites empresariales, parentesco, coaliciones y empresarios en México: el caso de Yucatán*, Tesis Doctoral, CES/COLMEX, 1991.

CUADRO 1
ESTRUCTURA DEL PIB 1970-1985,
YUCATÁN Y NACIONAL

	Yucatán		Nacional	
	1970*	1985	1970*	1985
Agropecuario, silvicultura y pesca	11.7	9.3	12.2	9.1
Minería y petróleo	0.5	0.5	2.5	4.6
Electricidad, gas y agua	1.1	0.8	1.1	0.9
Manufacturas	21.9	13.4	23.7	23.3
Construcción	4.2	6.6	5.3	4.4
Comercio, hotelería y restaurantes, comunicaciones y transportes	29.8	36.2	25.9	34.8
Servicios financieros y comunales	27.7	33.1	25.7	22.8

* Los datos de 1970 no suman 100%

FUENTE: INEGI, SPP, 1985 (datos de 1970). Salinas de Gortari, 1990 (datos de 1985).

Al aplicar el mismo análisis a los datos de 1988 del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, (INEGI),² vemos que el comercio concentró el 62.95% de los gastos y el 57.11% de los ingresos, incremento que es resultado del comportamiento tan dinámico de este sector frente a los otros, y que se acelera aún más en los tres últimos años, 1989-1992, en que el comercio se convierte en la principal expresión de la modernización de la ciudad de Mérida, multiplicando sus plazas, supermercados, boutiques y franquicias de cadenas de restaurantes y tiendas.

Su importancia actual es resultado de un conjunto de factores que se van sumando a lo largo de más de dos décadas:

En primer lugar la doble dependencia que se creó en la región, hacia el henequén y hacia el Estado que mantuvo su producción mediante subsidios;³ lo anterior generó una derrama económica

² *Resultados Oportunos, Censos Económicos de 1988*, México, INEGI, 1989.

³ La participación del Estado en la producción agrícola henequenera se inició con la expropiación de las haciendas y la creación de los ejidos; conforme los precios del mercado

permanente en el campo con una nómina que en su etapa final y después de un proceso de depuración aún sumaba cerca de 40 mil ejidatarios, y en la ciudad donde el incremento en el gasto público en la década de 1970 generó un mercado interno a través de las remuneraciones a la burocracia y al personal de la Paraestatal Cordemex, (más de ocho mil empleados). El destino final de esta derrama se concentró en el comercio que creció gracias a las necesidades primarias de los trabajadores: alimentos, telas y ropa, calzado, medicinas y vivienda.

Tan importante o más que lo anterior fue el surgimiento y desarrollo de Cancún. La construcción, en un lugar despoblado y tan lejano de otros centros de producción y comercio del país, de una ciudad que nació a principios de la década de 1970 y hoy tiene cerca de 170 mil habitantes y de 40 mil viviendas, y de una zona turística que se extiende a lo largo de 18 kms. de infraestructura de muy alta calidad con miles de cuartos de hotel e instalaciones de primer nivel, y que se continúa en nuevos desarrollos como el de Puerto Aventura, hizo surgir un mercado con enormes requerimientos de insumos y de mano de obra —no especializada y profesional— para la construcción, y también un numeroso mercado consumidor de productos de primera necesidad. No se dio el supuesto efecto multiplicador que generaría un polo de economía diversificada, con desarrollo industrial, agropecuario, y turístico en Quintana Roo; en su lugar los beneficiarios de esta demanda fueron el comercio, algunas industrias y servicios profesionales de

internacional bajaban, su papel consistió en mantener la producción agrícola mediante créditos incobrables por el bajo precio a que se vendía la fibra, transfiriendo el subsidio al sector agroindustrial privado que de esta manera continuó como eje de la acumulación de capital, al operar con buenas utilidades a pesar de la caída del mercado; el crédito agrícola se convirtió, en la práctica, en un salario que sirvió, además, como medio de control de la inconformidad campesina. En estas condiciones ni en el campo ni la industria se modernizaron, perdiendo cada vez mayor competitividad. En 1961 se inició el proceso de estatización de las cordelerías que, previo pago sobrevalorado a los propietarios privados como señala Sabido, A. (1992, p. 85), llevó a manos del Estado el control de la industrialización del henequén con la creación de Cordemex en 1964. Es así como gran parte del dinamismo de la actividad económica de Yucatán se explica por el dinero del gobierno federal. Luis Ramírez (1991, p. 82) sin embargo, matiza la tesis de la doble dependencia al señalar que algunas ramas y la mayor parte de las grandes empresas fueron adquiriendo una dinámica propia y que para 1984 la participación sectorial del Estado dentro de la estructura económica se ubica como la cuarta fuerza generadora de ingresos (entre el 12 y el 20% del total) después de los sectores comercio (incluido el turismo), industrial y agropecuario.

Mérida, y en el caso de requerimientos más especializados, otras ciudades del país y del extranjero.

Es indiscutible que esta demanda desempeñó un papel fundamental en la dinámica económica de Mérida durante gran parte de las décadas de 1970 y 1980 y que fue el gran paliativo para los efectos de la crisis económica general que en Yucatán se sumaba al abandono del cultivo del henequén. La acumulación de capital generada por esta dinámica se concentró en el comercio, en la construcción y en un mínimo de industrias relacionadas con ésta.⁴

Un tercer factor, si bien con efectos menos directos es el desarrollo petrolero de Tabasco, del norte de Chiapas y de la Sonda de Campeche. Por una parte se terminó de romper la vinculación unidireccional de esta región con Mérida, al establecerse una dependencia económica muy directa con los intereses federales a través del petróleo, pero también este dinamismo incrementó significativamente su mercado interno, parte del cual es aprovechado por el sector comercial de Mérida.

Otro factor que incide en el desarrollo del comercio es la orientación que asumen los créditos en este periodo de crisis económica, en el que para incentivar la economía se orientan a impulsar la especulación y el consumo suntuario. El cuadro 2 nos muestra, que en Yucatán el comercio recibió el 35.27% de los créditos otorgados en 1980, participación que disminuyó en la primera mitad de la década en la que se incrementaron los créditos destinados a la compra de vivienda de interés social, sector fundamental del comercio en la actualidad. Si sumamos los dos rubros vemos que en 1980 concentraron el 38.07% y en 1986 el 41.2%. La industria en esos años mantuvo una participación más o menos estable de poco más de una cuarta parte de los créditos y el sector primario continuó disminuyendo su ya de por sí baja participación, del

⁴ Creció la producción de cemento, de varilla, de prefabricados, que desde Mérida abastecieron a este mercado: Cementos Maya multiplicó su producción, se convirtió en exportador y pasó a formar parte del monopolio nacional Cementos Mexicanos; la pequeña fundidora local se convirtió en la Siderúrgica de Yucatán con créditos de Nafinsa y participación minoritaria de capital canadiense; Mitza se desarrolló tecnológicamente para abastecer de bloques, bobedilla, partes prefabricadas; crecieron y se multiplicaron las constructoras locales compitiendo con las nacionales y logrando una significativa participación en la construcción privada de Cancún; pero como sector en su conjunto, el que concentró la mayor capitalización derivada de este mercado fue el sector comercial, particularmente el de bienes de consumo y el de bienes inmobiliarios.

10.02 al 8.5%. Las cifras de 1990 y 1991 agrupan la información de manera distinta, en ellas el comercio recibió el 47.26% y el 50% de los créditos de estos años, es probable que esta cifra incluya a los servicios, que representaban sólo un 10% y tendían a disminuir, por lo tanto se puede afirmar que el comercio actualmente recibe más del 40% de los créditos, a los que debemos sumar el crédito a la vivienda, otro 29% en 1991, que se canaliza más directamente a las empresas promotoras privadas, ante la cada vez menor injerencia en esta función de los organismos estatales como INFONAVIT, FOVISSSTE y FOVI. El crédito a la industria continúa descendiendo (17 y 7.6%) y a la agricultura es de sólo 5.5 por ciento.

CUADRO 2
DISTRIBUCIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD DEL
CRÉDITO OTORGADO POR LA BANCA COMERCIAL
EN EL ESTADO DE YUCATÁN
(Porcentajes)

	1980	1985	1986	1990	1991
Actividades agropecuarias, minería, silvicultura y pesca	10.02	9.93	8.50	5.50	5.50
Industria de transformación	28.81	26.71	29.60	17.00	7.60
Industria de la construcción	6.45	4.93	6.00		
Vivienda de interés social	2.80	18.90	20.80		
Vivienda en general				22.99	29.00
Servicios	16.54	12.75	10.60		
Comercio	35.27	25.51	20.40	47.26	50.00
Gobierno y erario	0.06	1.24	4.10		
Otros				7.25	7.90

FUENTES: Banco de México, 1990 (datos de 1980, 1985 y 1986). Centro Bancario de Mérida, 1992 (datos de 1990 y 1991).

Finalmente debemos considerar el cambio en el patrón demográfico del propio estado y de la ciudad de Mérida. Yucatán se caracterizó por ser un Estado expulsor de población, tanto de la población campesina ante el decremento del henequén y la limitación de las otras producciones agropecuarias, como de la clase media urbana, principalmente la de jóvenes y profesionales, cuyo ascenso social era imposible en un medio donde la riqueza alcanzó los mayores niveles de concentración del país y la oligarquía tendía a satisfacer la mayor parte de sus necesidades incluso educativas,

médicas, etc. en Estados Unidos (Miami está tan cerca que hasta la fecha un sector de la población viaja por el día para realizar algunas compras). Este patrón demográfico empieza a revertirse en la década de 1970-1980 con el incremento de la participación federal. En la década de 1980-1990 Yucatán aún creció por debajo de la media nacional pero, por primera vez, tuvo un saldo migratorio positivo y más importante desde el punto de vista del comercio, la inmigración correspondió fundamentalmente a sectores medios urbanos que se asentaron en Mérida. Según cifras del INEGI,⁵ entre 1985 y 1990 salieron de la entidad 47 384 habitantes, que por las características de la distribución del crecimiento fueron predominantemente del campo, y llegaron a Yucatán 38 364 personas de las cuales 28 005 se ubicaron en Mérida. Este cambio significó un crecimiento del mercado interno de la propia ciudad de Mérida.

El comercio en Mérida

Una característica de la economía de Yucatán es la altísima concentración de la riqueza que presenta desde el periodo de mayor auge del henequén (1878 y 1900), cuya producción y exportación era controlada por un grupo no mayor de 30 familias.

El consumo de ésta élite se vinculó a la importación de bienes suntuarios y de maquinaria y equipo para sus desfibradoras y cordelerías. Luis Ramírez (1991) señala que a partir de la exportación del henequén se creó en el seno de ese grupo un sector importador-exportador que controlaba el capital financiero y el crédito.⁶

Mérida creció al amparo del henequén, los hacendados construyeron grandes mansiones en la ciudad, surgió un sector profesional para atender sus intereses, y una población especializada en la reparación del equipo de las haciendas, se instalaron talle-

⁵ XI Censo General de Población y Vivienda, México, INEGI, 1990.

⁶ Ramírez C., Luis Alfonso. "Empresarios y Monopolios Regionales, el escenario de la industria en Yucatán", en: *Argumentos*, núm. 14, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, diciembre de 1991.

res, 1 716 según el censo de 1900, la mayoría en Mérida desde donde daban mantenimiento a las máquinas desfibradoras, las calderas, los motores, las veletas. Con 46 mil habitantes en 1900, Mérida era la séptima ciudad por su tamaño en el país.⁷

Como respuesta a este importante mercado interno se establecieron en la ciudad un gran número de los almacenes, predominando los de lujo que ofrecían productos importados, como los que menciona Luis Ramírez (1991): La Gran Vía, La Vajilla de Oro, Álvarez Cía., y Sucesores, o los citados por El Grupo Tecnología Alternativa (1982): El Boulevard, La Ciudad de París, El Siglo XIX, Al Bon Marché, El Jockey Club, El Salón Inglés. Imperaba la moda de París, Nueva York, los trajes se hacían sobre pedido a Londres.

Las necesidades de subsistencia del gran sector campesino vinculado a la explotación del henequén, se cubrían a través de las tiendas de raya de las propias haciendas contribuyendo a una mayor acumulación del sector oligárquico.

El resto de la población maya, que luchaba por mantener su aislamiento desde la guerra de castas, vivía disperso en las zonas de selva no incorporadas a la economía hacendaria y cubría sus necesidades mediante una precaria economía de subsistencia y algunos vínculos con la explotación chiclera y maderera.

La concentración del capital en muy pocas manos se mantiene hasta la fecha, si bien, al desplazarse el eje de la acumulación hacia el comercio se incorpora a la oligarquía por vínculos económicos y matrimoniales, un pequeño número de familias de origen libaneses que en los últimos 20 años concentró la acumulación del capital generado en el comercio y que logró una rápida expansión y diversificación con sus empresas. El origen de esta nueva fracción de la oligarquía se remonta a una primera ola migratoria de población sirio-libanesa durante el porfirato y a una segunda oleada relacionada con el dominio turco sobre zonas árabe-cristianas durante la Primera Guerra Mundial.

Estos migrantes que iniciaron su vida en la región como buhoneros vendiendo de puerta en puerta en la ciudad y en todos los

pueblos, supieron beneficiarse de los cambios económicos que llevó a Yucatán la Revolución Mexicana a través de las reformas de Salvador Alvarado y de Carrillo Puerto. Al liberar a los campesinos de la tienda de raya y elevar su salario se creó un mercado interno que les permitió dejar la venta ambulante y establecer puestos en los mercados, tiendas en los pueblos y talleres de confección, ofreciendo productos que satisfacían las necesidades de este sector al que no se interesaron en atender los comerciantes tradicionales.

Posteriormente, la expropiación de las plantaciones de henequén por Lázaro Cárdenas en 1937, para su explotación bajo un sistema ejidal colectivo, incrementó la capacidad adquisitiva de este mercado y provocó la emigración al extranjero de muchos hacendados cuyas propiedades fueron compradas a bajo precio por los comerciantes sirio-libaneses asentados en los pueblos cercanos, que además, en el contexto de la crisis económica de los años treinta y con el desplome de los precios de la propiedad rural, habían asumido el control de los préstamos sobre propiedades a escala de cada pueblo. En Mérida orientaron su actividad a satisfacer las necesidades de los habitantes de los barrios y colonias de clase media y baja creando una red de comercio popular en toda la región.

Los comerciantes libaneses prosperan lentamente durante los años cuarenta y cincuenta, pero su verdadero despegue se inicia hacia finales de los sesenta y es a partir de las últimas dos décadas cuando una parte de este sector de comerciantes logra monopolizar la actividad comercial y pasa a formar parte de los grandes grupos de capital comercial y financiero de la región. Luis Ramírez (1991) señala que "el rápido proceso de monopolización del sector comercio y su acelerada centralización y acumulación de capitales en un pequeño grupo de empresarios, ha ido en incremento conforme se prolonga la situación nacional de crisis económica". Esta acumulación de capital se nota en la multiplicación de establecimientos bajo las formas de supermercados, tiendas departamentales, cadenas de tiendas y plazas comerciales que se da justamente en los peores años de la crisis.

La primera tienda de departamentos que se instaló fue Sears en 1949-1950, sólo un año después de que esta empresa llegó al país, ya que Mérida fue una de las primeras cuatro ciudades seleccionadas por su potencial de mercado para iniciar la penetración a México de esta cadena estadounidense. La siguiente tienda depar-

⁷ En 1900 las ciudades más grandes del país eran México, Guadalajara, Puebla, León, Monterrey, San Luis Potosí y Mérida, para 1910 Mérida superó en población a León y a San Luis Potosí y pasó a ocupar el 5o. lugar por su tamaño en el país.

tamental fue la establecida por la familia Chapur que de tener locales en el mercado y un taller de ropa en las décadas cincuenta y sesenta, pasó a instalar una tienda de dimensión tradicional a fines de los sesenta. La primera tienda departamental (después de Sears) la establecen ellos en 1974. En 1976 la amplían al sótano, en 1978 agregan un segundo piso; en 1987 establece su segunda tienda departamental con un área total de 15 mil m² y un área de ventas de cinco mil m². En 1990 inauguran una tercera tienda departamental, todas localizadas en el centro de la ciudad. El otro grupo de tiendas departamentales, Galerías, de otra rama de la familia Chapur, establece su primera tienda en 1982 al surgir la primera plaza comercial, la segunda en el centro en 1985 y las siguientes tres entre esa fecha y 1992; en este último año inauguran un "Club de Precios" imitando el sistema estadounidense recientemente asociado a Aurrerá en la ciudad de México.

En relación a los supermercados el primer antecedente en Mérida es el de un Minimax en la década de los sesenta, comprado después por la familia Cásares que establece la cadena de supermercados Komesa; relativamente pequeños y con deficiencias administrativas fueron comprados a fines de los setenta por la cadena nacional Blanco, la que a su vez fue comprada en 1992 por el grupo local dominante en este sector, el de la familia Abraham, que tiene los supermercados y tiendas de Telas San Francisco de Asís.⁸

Los Abraham inician su despegue en el ramo de telas y ropa. En 1973 establecen el primer almacén grande de telas con 1 300 m² de área de ventas. A fines de la década deciden incursionar en el ramo de supermercados y abren el primero en 1979-1980, en pleno centro de la ciudad, y en 1983 el segundo en la zona norte (Prolongación Montejo), posteriormente dos supermercados grandes más y varios autoservicios de 24 horas.

⁸ En 1992 Gigante compró a nivel nacional la cadena Blanco; el grupo Abraham, decidido a impedir la entrada de Gigante a Mérida, se apresuró a negociar con esta empresa a quien le compra a los pocos días de la primera operación los dos establecimientos que Blanco tenía en la ciudad, valiosos por su ubicación, uno en el centro y el otro en Prolongación Montejo, pero en total deterioro. Este último local, localizado frente a uno de los grandes supermercados de los Abraham, fue demolido y actualmente construyen ahí nuevas instalaciones.

La otra cadena de supermercados es la del Grupo Maz, en la que participa Jacobo Xacur Eljure, importante empresario industrial. En el aspecto inmobiliario este grupo es el promotor de las cuatro principales plazas comerciales de la ciudad, en las que se ubican los supermercados y en las que tienen intereses, José Chapur Sahoul, de Galerías y una rama de la familia Abraham.

Actualmente el supermercado más grande de la ciudad es Chedraui, que se estableció en 1991 y pertenece a una cadena de supermercados de la familia Chedraui, veracruzanos de origen libanés, con establecimientos en Puebla y varias ciudades del sur y sureste del país. En 1993 se inicia la construcción de un supermercado de grandes dimensiones de la cadena nacional Comercial Mexicana.

En relación a las plazas comerciales, la pionera en los años sesenta fue una plaza de tipo abierto situada en Av. Colón con un supermercado Minimax que después pasó a ser Komesa, local que hoy ocupa una cadena de tiendas de aparatos electrodomésticos y electrónicos, Mericolor.

Pero el verdadero desarrollo de las plazas comerciales, que hoy suman 17 entre pequeñas y grandes, se da en la década de los ochenta y sobre todo en sus años finales. El grupo Maz construye las cuatro mayores plazas de la ciudad que se inauguran en 1982, la primera (ampliada posteriormente), 1984, 1988 y 1992. Estas cuatro plazas en conjunto suman 280 locales, y la última incluye dos salas de cine. Las otras dos plazas que podemos considerar grandes son la Carrillón en la zona de más alta plusvalía de la ciudad y la del supermercado Chedraui, esta última tiene la mayor parte de sus locales al aire libre en un costado del estacionamiento, mientras que las otras cinco plazas responden al concepto más integral de plaza como espacio interior que asocia servicios comerciales, restaurantes, servicios de esparcimiento y, en las más grandes, oficinas bancarias. Actualmente se construyen dos grandes plazas más, con inversión de grupos de capital extrarregional asociados a capitalistas locales: el Centro del Paseo, ubicado estratégicamente en el Paseo Montejo frente a la zona de construcción de nuevos hoteles —negocio ancla es el restaurante VIP's, del grupo Aurrerá—; y la Gran Plaza, en el extremo norte de la ciudad, con dos tiendas ancla, Sears y la Comercial Mexicana, cadena comercial originada en el centro del país, que ya tiene tiendas en otras ciudades del sureste.

Las otras 11 plazas son relativamente pequeñas y corresponden a iniciativas de sectores medios del capital local que buscan en la inversión inmobiliaria una salida a la reproducción de sus excedentes.

Además de tiendas departamentales, supermercados y plazas comerciales, la dinámica actual del sector se expresa primordialmente en la comercialización de bienes inmobiliarios. La crisis económica hace que la dinámica del capital se vuelva cada vez más especulativa y en este aspecto, la propiedad inmobiliaria, tierra, vivienda, locales comerciales, y parques industriales constituyen los productos más rentables en el mercado comercial actual. Prácticamente todos los grandes empresarios de la región tienen actualmente intereses en la construcción y en el comercio inmobiliario. El otro ramo que debemos destacar por su dinamismo dentro del sector comercial es el de la venta de automóviles que con el de bienes inmuebles acapara la publicidad crediticia de la banca comercial en 1992.

Sabido⁹ calculó que del total de establecimientos comerciales en 1980, 63 constituían el segmento directriz, contra un gran número de establecimientos familiares sin empleados. Los datos del Censo Comercial de 1985¹⁰ nos muestran que los establecimientos comerciales más grandes (considerando los que ocuparon más de 20 empleados) eran 143, representaban el 1.1% del total de 12 785 establecimientos del estado y concentraban el 47.6% del valor total de las ventas e ingresos del sector. Estos 143 establecimientos son propiedad de un pequeño sector de empresarios en el que destaca el grupo libanés mencionado. A lo largo de la década de 1980 se dan importantes reacomodos en este sector de empresarios que reorganizan su esquema familiar tradicional de operación y empiezan a constituir grupos corporativos.¹¹

⁹ Sabido Méndez, Arcadio. *Monopolios, Oligarquía y Poder en Yucatán, 1880-1985*, Tesis de Licenciatura en Sociología, Instituto de Ciencias Sociales de Mérida, Mérida, 1991.

¹⁰ *Resultados Oportunos, Censos Económicos de 1985*, México, INEGI, 1986.

¹¹ Luis Ramírez (1991) realizó un interesante estudio sobre este proceso de reorganización de las tradicionales redes familiares libanesas en el comercio, proceso que les ha permitido competir con éxito en el actual periodo de expansión de las cadenas nacionales. En el sector comercial de Mérida este proceso de expansión ha sido comparativamente más lento que el sufrido por el sector industrial, en el que la mayor parte de las grandes empresas locales fueron ya absorbidas o asociadas a grupos monopólicos de carácter nacional y transnacional.

Si consideramos las más grandes empresas del sector podemos resumirlas en un mínimo de consorcios o empresarios (13 utilizando como fuente para esta selección el análisis de Sabido, 1992) que dan una idea bastante representativa de lo que hoy constituye el sector hegemónico dentro de la actividad comercial en Mérida, y nos muestra algunos de sus vínculos y líneas de diversificación:

GRUPO ABRAHAM: (Encabezado por Asis Abraham, participan sus hermanos, hijos y sobrinos). Almacenes de telas y ropa, mayoreo de telas, supermercados, producción de hortalizas, ganadería bovina, envasado de cereales, empacadora de carnes frías (IASSA), construcción (PROCASA), inmobiliaria (SUCASA), banca y bolsa de valores.

GRUPO MAZ: Supermercados e Inmobiliaria (Inmobiliaria de Desarrollo S.A.) que promueve y administra las cuatro mayores plazas de la ciudad. En este grupo participan o han participado los siguientes empresarios: Jacobo Xacur Eljure (dueño de la Hidrogenadora de Yucatán), Gustavo Ricalde Durán (de Abastecedora de Panificadoras) quienes además controlan la importación y transporte de granos en la región, Juan José Abraham Achach, Salim Abraham (rama de la familia Abraham con parte de sus negocios independientes del grupo Abraham) José Chapur Sahoul (de Galerías) y Nicolás Madahuar Cámara.

FOMENTO INDUSTRIAL DE YUCATÁN: También conocido como "Grupo Yucatán", en el que se asociaron en un principio alrededor de 20 de los más poderosos empresarios yucatecos para construir el "Parque Industrial Yucatán" para industrias no contaminantes (maquiladoras), con el apoyo de Nafinsa a través del "Programa de Reordenación Henequenera y Desarrollo Integral de Yucatán". El mismo grupo formó, en sociedad con Nafinsa y el Gobierno del Estado una financiera "Fomento de Inversiones y formación de capitales S. A. de C. V." para dar crédito a nuevas empresas. Este grupo ha tenido contradicciones internas que dificultan su evolución a un nivel competitivo con grupos regionales del centro y norte del país.

GRUPO HYSA: (Jacobo Xacur Eljure). Controla la importación de trigo y soya (antes manejada por Conasupo), la molienda y distribución de harina, industria harinera, aceitera y jabonera. Transporte, ganadería bovina, empacadora de carnes frías, construcción e inmobiliaria (Grupo URBA), banca, casa de bolsa (INVERLAT). Asociación con el grupo MAZ en supermercados y plazas comerciales.

GRUPO CHAPUR: (Jorge Chapur Bardahuil). Almacenes departamentales.

GALERÍAS: (José Chapur Zahoul, sobrino del anterior, inicialmente asociados se separan a principios de la década de 1980). Tiendas departamentales, "Club de precios" (principalmente línea blanca y electrodomésticos), asociado con Inmobiliaria de Desarrollo, vinculada al grupo MAZ, banca.

MERICOLOR: (Rafael Correa Encalada). Cadena de tiendas de aparatos electrónicos y electrodomésticos, importaciones.

PROMOTORA RESIDENCIAL: (Armando Palma Peniche). Principal estructura de vivienda en la ciudad (actualmente acapara los créditos de interés social con un proyecto de seis mil viviendas de las que está terminando su primera etapa de mil en menos de un año). banca (Consejo de Dirección de Bancomer).

LA PARISINA: Telas (capital extrarregional con establecimientos en la Ciudad de México y otras ciudades del país).

SEARS: Tienda de departamentos. Capital estadounidense.

FOMENTO CORPORATIVO PENINSULAR: (Fernando Ponce García). Distribución de automóviles Volkswagen y camiones Dina en la península. Industria refresquera (Coca-Cola y Cristal), Construcción e Inmobiliaria, banca (Consejo de administración de Bancomer), Casa de Bolsa (INVERLAT). Su capital procede de la Cervecería Yucateca, vendida a Cervecería Moctezuma.

DIGAS: (Omar G. Díaz Díaz) Distribuidor de Chevrolet, Inmobiliaria Díaz Castillo, industria peletera (piel de tiburón), banca, casa de bolsa y turismo.

DISTRIBUCIONES COMERCIALES MEXICANAS: (Familia Achurra y Pedro González Ruiz). Distribución de licores, producción de licores, banca.

Además de los grupos señalados que podemos considerar como el núcleo hegemónico de la oligarquía comercial de Yucatán, podemos mencionar una o dos empresas más en cada rama del comercio, las que seleccionamos a partir de la información de la CONACOME 1992, de entrevistas y recorridos en campo, por mostrar

un proceso de expansión al multiplicar sus sucursales; estas empresas no deben sumar más de 30, a continuación enumeramos las 23 más notorias.

Distribución de equipo industrial y máquinas herramientas de importación (familia Loret de Mola); distribución de maquinaria y equipo agrícola (José Seijo Gutiérrez); material fotográfico, equipo electrónico y Videocentros (Empresas OMEGA de Emilio Correa, que se separó de Mericolor); electrodomésticos, electrónicos y muebles: Hogarísimo, Elektra, Salinas y Rocha; distribución de medicinas y cadenas de farmacias en la región: Grupo Canto (Armando M. Canto Canto) y Grupo Iza (Emir Iza Villanueva) con más de 20 establecimientos cada uno; zapaterías: Capri (José Becil Dajer) 18 establecimientos; minisupers: C y C Víveres, Almacenes Farahón, Super Kin; mayoristas de comestibles: Alamilla, y La Milpa; importaciones: Sha Kur y la franquicia de FUSA; materiales de construcción: Boxito (Corporativo de Materiales) con establecimientos en varias ciudades de la región; mercerías y telas: Almacenes Farah, Almacenes Peraza; librerías y papelerías: TONY (papelería, juguetería y mercería de la familia Licha emparentada con los Chedrauí), Librerías Dante, La Literaria (Ramón Masó), Librerías Burrel.

Como contraparte de este proceso, la crisis está llevando a la quiebra a un gran número de pequeños y medianos establecimientos, y a un incremento del ambulante que empieza a ser visible fuera de la zona central y de los puntos clásicos de venta callejera. La crisis se expresa también en fuertes contradicciones en el propio proceso de modernización comercial: las plazas prosperan como centros de reunión social pero en ellas el comercio fracasa, predomina la venta de "chucherías" que satisfacen el paseo dominical de una clase media cada vez más limitada en su consumo, mientras que las clases altas incrementan sus viajes de compras a Miami. En las grandes plazas el traspaso de locales es permanente, de las pequeñas, varias agonizan con la mayoría de sus espacios cerrados. La venta de locales "en plano" que tan buen resultado dio en las primeras plazas, no logra cubrir las necesidades de financiamiento del ambicioso "Centro del Paseo" que alarga los plazos de su terminación por falta de venta de los locales. Otros proyectos como el de una plaza del grupo Abraham frente al Centro del Paseo se suspendieron.

Modernización comercial y transformación de la estructura urbana de Mérida

A partir de la década de 1970 se produce un quiebre en relación a la relativamente estable dinámica seguida por la ciudad de Mérida en su desarrollo. Su crecimiento se acelera y cambian cualitativamente las características que rigen el proceso de su urbanización. Entre 1970 y 1990 la población de la ciudad pasó de 212 mil a 567 mil habitantes, y su territorio se extendió a más del doble (de 6.308 hasta 13.522 km²) lo que significa que en 20 años la ciudad ocupó más territorio que el utilizado a lo largo de toda su historia. El mapa 1 muestra el límite aproximado de la ciudad de Mérida en 1970, en 1990 y las zonas ocupadas entre octubre de 1990 y junio de 1992, que dan una idea de la velocidad que mantiene este crecimiento.¹²

En este periodo se desarrolló un proceso de conurbación física con las cabeceras de dos municipios vecinos y de conurbación funcional con otros cinco municipios, en un área de aproximadamente 30 kms de diámetro en la que la migración pendular rige todos los aspectos de la vida cotidiana.

El periodo de estudio corresponde a una etapa de urbanización acelerada en todo el país, las ciudades crecen en población pero, a diferencia de Mérida, luchan por el espacio frente al uso agropecuario e industrial, y su expansión se da tanto en sentido horizontal como vertical, aumentando significativamente la densidad poblacional y constructiva.¹³ En Mérida la expansión es fundamentalmente horizontal y de carácter excesivamente extensivo.¹⁴

¹² Este mapa fue elaborado en conjunto con la arquitecta Lucía Tello como base para interpretar las transformaciones urbanas de Mérida en este periodo. Una versión muy parecida aparecerá publicada en el capítulo del libro: *Mérida, Cuestión Urbana* del que somos coautores. El límite de 1970 fue determinado a partir de fuentes bibliográficas y cartográficas de fechas cercanas, el de 1990 por medio de fotografías aéreas de la SEDUE tomadas en octubre de 1990 y la actualización a junio de 1992 mediante recorrido de campo.

¹³ A pesar del gran crecimiento poblacional, la densidad bruta de población prácticamente no varió en el periodo, 36.9 hab./ha. en 1970 y 38.7 hab./ha. en 1990. A manera de comparación en la Ciudad de México es de 140 hab./ha. en 1990.

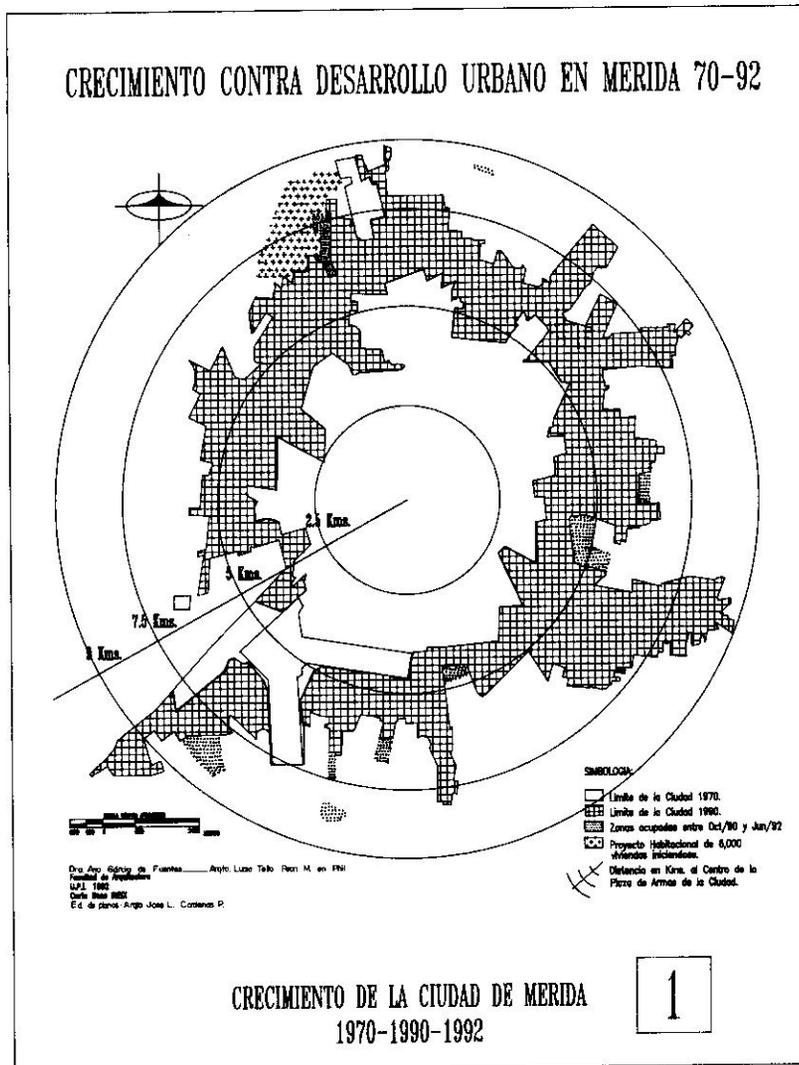
¹⁴ García de Fuentes, Ana y Lucía Tello Peón. "Impactos recientes de las políticas estatales en el crecimiento urbano de Mérida," ponencia presentada en el XI Encuentro Nacional de la RNU, San Cristóbal de las Casas, Chiapas, octubre de 1992.

Si queremos analizar el impacto del comercio en la estructura urbana de Mérida en el periodo 1970-1990, debemos considerar que dentro del comercio la rama más significativa es la del mercado inmobiliario. Destacan varios aspectos del mercado inmobiliario relacionados con el crecimiento y transformación de la estructura urbana de la ciudad:

- La venta de vivienda de interés social y de interés medio, que sólo parcialmente responde a una demanda habitacional, ya que un alto porcentaje de estas viviendas se ha convertido en una forma de ahorro y de opción a créditos a largo plazo y a tasas preferenciales para familias de ingresos medios que ya cuentan con vivienda y que buscan en la compra de una segunda o tercera propiedad una forma de crearse un patrimonio. El mercado de renta de estas viviendas se encuentra también saturado.
- La acumulación de tierra urbana con fines especulativos. Un porcentaje significativo de las invasiones de tierra de la zona norte de la ciudad fue realizado por sectores de clase alta y media, y otra parte correspondió a asentamiento de los ex ejidatarios en zonas que por el crecimiento segregado de la ciudad adquieren plusvalía si son vendidas a sectores de mayores ingresos. Al ser regularizados estos terrenos pasan a engrosar la oferta de bienes raíces, que dependiendo de su localización, son acaparados e incorporados al desarrollo de nuevos fraccionamientos para acelerar su plusvalía.
- La construcción, renta y venta de locales comerciales que se convirtió en una actividad estratégica del capital comercial, que de acaparar la propiedad para renta en el centro, pasó a construir sus propios locales en el centro y fuera de él y finalmente a construir plazas y centros comerciales. El local comercial, igual que la vivienda, constituye una forma de ahorro con fines de ganar plusvalía, más que de expansión de la actividad propiamente comercial en este periodo de crisis.

Además de su relación con el crecimiento de la ciudad, la modernización del comercio aceleró la segregación social en Mérida y definió nuevos centros y ejes de funcionalidad de la vida urbana.

En 1970 el radio de la ciudad sólo superaba los cuatro kms. en una pequeña porción del norte y noreste (mapa 1), y todas las



actividades comerciales, de servicios y una parte de las industriales convergían en el centro, que a pesar de ello continuaba desempeñando una función habitacional ya que atrás o arriba de los locales comerciales vivían las familias. Se apreciaba una distribución de las actividades al interior del centro que creaba cierta especialidad por calles, pero no existía segregación social en cuanto a la distribución territorial de las funciones centrales.¹⁵ Algunos autores señalan que estas funciones valorizan el terreno que ocupan y contribuyen a dar al espacio urbano el carácter de una mercancía evaluada en relación al provecho que puede sacarse de ella. . . . se eleva el precio del terreno y por ello se vacía de su función habitacional y se convierte en una zona comercial administrativa. Los barrios aledaños están en situación de espera. Se especula con el terreno a largo plazo y mientras los edificios se pudren . . . la población de clase alta y media trata de vivir fuera del espacio funcional del centro. Este proceso al que en Europa se llamó exurbanización y que en México Ángel Mercado denomina “involución territorial”, se presenta en Mérida en el periodo 1970-1990 y su impacto se sintetiza en el mapa 2 que muestra la estructura y funcionamiento actual del centro de Mérida.¹⁶

El centro sigue concentrando la mayor parte de las operaciones comerciales de la ciudad y de la región, a pesar de la multiplicación de establecimientos en el norte de la ciudad durante la última década. En él se distinguen cuatro zonas fundamentales: la comercial y la comercial-administrativa y de servicios que se han vaciado de su función habitacional y las dos transicionales que son las que actualmente viven un acelerado proceso de exurbanización.

La zona eminentemente comercial presenta un predominio absoluto y continuo de esta actividad en el uso del suelo, en ella se localizan como elementos rectores de su funcionamiento: el mercado “Lucas de Gálvez”, que continúa desempeñando las funciones de abasto de la ciudad;¹⁷ la calle 63, en la que se ubican los

¹⁵ Datos tomados de la tesis en proceso de Susana Pérez, bajo mi dirección, en que tiene muy avanzada la elaboración del mapa que reconstruye la funcionalidad del centro a principios de la década de 1970.

¹⁶ Este mapa se elaboró conjuntamente con la Arq. Ma. Elena Torres, y se contó con apoyo de los estudiantes de servicio social Mario Rendón y Patricia Rendón para el levantamiento de campo.

¹⁷ La función de abasto no ha logrado desplazarse a la central de abastos construida

blicas, los edificios centrales de Teléfonos de México, Comisión Federal de Electricidad, Junta de Agua Potable, Universidad, y hacia el poniente Tribunales, Zoológico, Hospitales, archivos, etcétera.

Las dos zonas transicionales marcadas en el mapa corresponden a las zonas de abandono paulatino de la función vivienda; su característica más visible en la actualidad es el enorme número de propiedades desocupadas, que se ofrecen en renta o venta. La diferencia entre las dos zonas se estableció por el papel que desempeña en ellas actualmente el uso habitacional del suelo. En la primera, éste es minoritario frente a los otros usos, mientras que la segunda continúa siendo una zona fundamentalmente habitacional pero ya se aprecia en ella el cambio a otras funciones. La distribución de estas funciones se relaciona con la segregación social de la ciudad; al sur y al este predominan pequeños talleres de los llamados "sucios" (herrerías, vulcanizadoras), depósitos de materiales de desecho, y un gran número de bodegas, mientras que hacia el norte las bodegas son más selectivas (productos farmacéuticos por ejemplo) y predominan las oficinas de las casas matrices de grandes empresas, los servicios turísticos y algunos talleres de mantenimiento de aparatos electrodomésticos y de automóviles, aquí se ubica también el mercado de Santa Ana, que es uno de los mercados de los antiguos barrios que desempeña cierta función central.¹⁹

La densificación del comercio y la proliferación de bodegas sobre una infraestructura habitacional, parte de ella muy antigua y de valor arquitectónico, aceleró en los últimos años la destrucción del patrimonio urbano arquitectónico del centro de la ciudad, y dio lugar a un uso irracional del espacio que empieza a hacer crisis. El desarrollo de las grandes empresas comerciales de la última década no siempre se acompañó de una descentralización territorial; por el valor del terreno en el centro, un gran número de empresas mantiene el control administrativo y las bodegas de todo

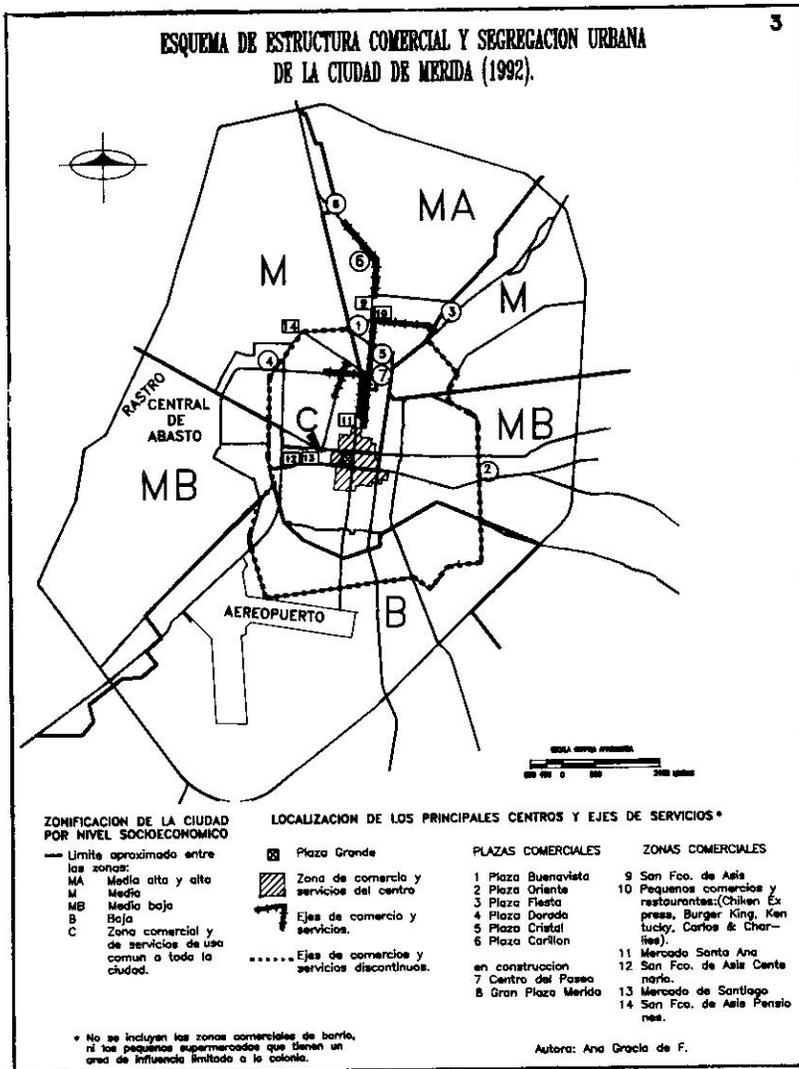
¹⁹ La antigua ciudad colonial estaba formada por un centro habitado por los españoles y los barrios extramuros para la población no española: Santiago, Santa Catarina, San Sebastián y Sana Ana para los indígenas mayas, San Cristóbal para los indios del Altiplano que acompañaron a Montejo y Santa Lucía que era el barrio de los esclavos negros (Grupo Tecnología, 1982).

su conglomerado en el centro, aprovechando los grandes patios interiores y los centros de manzana de las antiguas construcciones, pero entorpeciendo la circulación y funcionamiento peatonal con las maniobras de los enormes trailers en las calles y entradas que son muy angostas.

El crecimiento poblacional de la ciudad, incluyendo a la migración pendular incrementó el número de vehículos de transporte tanto privados como públicos. En este último caso, Mérida, igual que el resto de las ciudades del país, sustituye cada vez más los grandes transportes colectivos por vehículos más pequeños (minibuses, combis, taxis) que complican la circulación urbana pero constituyen un magnífico negocio para la industria automotriz y un paliativo al desempleo. En Mérida el congestionamiento en el tráfico del centro se hace patente a partir de 1989, con el incremento en el número de vehículos de transporte colectivo que utilizan las calles de más tráfico del centro como paraderos y terminales.

El mapa 3 muestra, en forma sintética, cuál ha sido el impacto de la descentralización del comercio con el establecimiento de supermercados, plazas y centros comerciales fuera de la zona central de la ciudad. En 1970 muy pocos comercios se habían establecido fuera del centro, y su influencia incluyendo algunos pequeños supermercados estaba muy limitada al barrio. Para 1990 destaca el desarrollo de ejes de comercio-servicios y el surgimiento de plazas y centros comerciales fuera del centro, lo que necesariamente ha modificado la estructura y el funcionamiento de la ciudad. Lo más significativo es la concentración de esta descentralización en la zona norte de la ciudad, la que explica y a la vez acelera el proceso de segregación social tan característico del desarrollo social de Mérida.

En el mapa se trazó el límite aproximado de los espacios urbanos utilizados por cada sector social. La concentración de los sectores de más altos ingresos en el norte se originó desde el porfiriato con la construcción del Paseo Montejo y de las grandes residencias de Itzimná, sin embargo, en el resto de la ciudad se mantenía una estructura social bastante heterogénea. El origen social de la población al surgir algunas colonias del sur cercanas al aeropuerto dio lugar a una mayor diferenciación en las décadas del cincuenta y sesenta, pero es en los últimos 20 años donde los procesos de invasión de tierras, la pauperización de grandes sectores, la concentración y reacomodo de la riqueza, junto con el acelerado proceso



de expansión territorial de la ciudad se expresaron en divisiones socio-territoriales muy marcadas. Un pequeño triángulo en el norte concentra a las clases altas y medias altas, al oriente y al poniente de él se sitúan las clases medias conjuntando un espacio de alta plusvalía y expansión de carácter muy extensivo. Después, tenemos una gran franja que cruza de oriente a poniente la ciudad y que corresponde a las clases medias bajas y al sur la zona de expansión de la población de menos recursos con recientes procesos de invasión.

Con excepción de la primera gran plaza comercial que se instaló en el oriente de la ciudad en una zona que actualmente definimos como media baja, el resto de centros comerciales se concentran en las zonas de clase alta y las grandes plazas, fiesta y dorada que se destinan a la población de clase media.

Es importante destacar el papel de las plazas comerciales en la nueva funcionalidad de la ciudad, pues junto con los clubs deportivos privados se han constituido en los grandes espacios de uso colectivo de las clases medias y altas.²⁰ La más grande y última en construirse, Plaza Dorada al poniente de la ciudad, tiene 110 locales en su primera etapa, dos cines y áreas de estacionamiento previstas a largo plazo. Esta plaza se localizó en una zona con grandes espacios desocupados que está revalorizando.

Otro elemento clave en la nueva funcionalidad de la ciudad lo constituyen los supermercados, que se convierten en puntos foca-

²⁰ Alejandra Moreno, definió la función de estas plazas: "La acción de los grandes consorcios (comerciales o bancarios) produjo efectos urbanísticos mayores... con... la construcción de grandes conjuntos comerciales que se caracterizan por reproducir un espacio urbano tradicional eliminando ruido y autos. Son espacios interiores que se aíslan y encierran en sí mismos, con ambientes regulados con acondicionamiento de temperatura y música para facilitar el ejercicio del consumo. Se diseñan como calles interiores adornadas con fuentes y esculturas, forman esquinas y circulaciones en ZIG-ZAG para eliminar la sensación de pasillos y mantener las ventajas comerciales de las esquinas (mayor superficie de aparadores, mejor exposición, mejores ventas). Asocian a los servicios comerciales otros como cines, restaurantes, oficinas bancarias. Así esos pequeños concentrados de urbanización tienden a reemplazar las funciones de la calle que tradicionalmente se destinaba al uso público general... En suma, son ejemplos de espacio urbano privatizado, espacio de segregación social por excelencia. Si a ello se agrega la proliferación de locales para esparcimiento (canchas de squash, tenis, salones de fiesta) también privados, se comprueba la tendencia para segregar desigualmente los servicios urbanos generales polarizando los contrastes, reduciendo el espacio público y destinando un espacio privado al consumo y al incremento de las ventas.

les en los desplazamientos cotidianos de la población de las clases medias y altas. Los supermercados del centro se orientan al consumo de las clases populares y pasan a formar parte también de esta cotidianidad. Es importante señalar que "Chedrahui", supermercado localizado al norte, con importante área de ventas de ropa y artículos para el hogar, estableció un servicio continuo de autobuses que recorren las colonias del sur de la ciudad y transportan gratuitamente a esta población con sus compras. Servicio que opera a toda su capacidad.

El tercer elemento a considerar en el funcionamiento actual de la ciudad son los ejes viales a lo largo de los cuales se han expandido los comercios y servicios. La calle 60 fue el primer eje a través del cual se empezaron a prolongar las funciones centrales hacia el norte. Durante los setenta se consolida la función comercial de este eje. La Avenida Montejo por su parte empieza a concentrar los servicios destinados a la población del norte: banca, finanzas, restaurantes. En la década de 1980, la Av. Montejo y su prolongación hacia el norte se convirtieron en el eje de la vida del norte de la ciudad. Existía una tienda Blanco pero el supermercado San Francisco de Asís instalado en 1983 fue el elemento clave de este proceso. Después se instaló Sn. Francisco Telas, más recientemente La Parisina, Mericolor, Omega, Chedrahui, Plaza Carillón, un gran número de restaurantes, discotecas, etc. En los últimos tres años se aceleró el proceso y el uso habitacional casi desaparece en esta avenida.²¹ Los otros ejes clave en el funcionamiento de la ciudad son las avenidas Colón y Reforma y particularmente la zona cercana a su intersección. Ahí se han concentrado oficinas públicas y sucursales de servicios descentralizados para beneficio de los habitantes del norte: (Junta de Agua Potable, Comisión Federal de Electricidad). Muchas de las elegantes mansiones porfirianas de Av. Colón se han convertido en lujosos comercios. Por último, el circuito colonias, eje de circunvalación interior de la ciudad, que en 1970 apenas había sido sobrepasado por ésta, por sus propias

²¹ En un reportaje periodístico (*Diario de Yucatán*, 1992) se cuantificaron los siguientes usos en la prolongación de Av. Montejo: 89 casas habitación, 8 supermercados (incluyendo los chicos), 75 comercios (boutiques, tiendas de regalos, decoración, fotografía, video clubs), 4 agencias y lotes de automóviles, 29 servicios privados (despachos de profesionales, centros de fotocopiado, estéticas), 41 restaurantes (de todo tipo), además de bancos, casas de bolsa e inmobiliarias.

características de vialidad principal, desarrolló comercios discontinuos en todo su recorrido, sin embargo esta función se acrecentó ya que tres de las principales plazas se localizaron muy cerca de su recorrido.

Alcance regional del comercio en Mérida

Mérida es la ciudad más grande del sureste y sur del país.²² Su tamaño, el aislamiento por tierra de la península con respecto al centro del país y los niveles de concentración de la riqueza que alcanzó Mérida contribuyeron a darle un papel preponderante como centro de un gran territorio. Su influencia ha sido fundamental en términos de servicios: médicos, educativos, jurídicos, contables; en los medios de comunicación (prensa, radio y T.V.) alcanza hasta Villahermosa con el Novedades de Tabasco y varias radiodifusoras. La industria yucateca, débil a escala nacional, pero muy significativa desde el punto de vista del abastecimiento de la región, logró su desarrollo gracias a un mercado interno urbano y rural que incluía toda la península y se extendía hasta Tabasco, el norte de Chiapas y zonas de Centroamérica, surtiéndolas de galletas, cerveza, refrescos, veladoras, cerillos, zapatos y ropa barata, hamacas, bolsas de plástico, etcétera.

Las grandes inversiones del gobierno federal que durante los sesenta y setenta crearon las condiciones para la explotación del trópico húmedo²³ y el crecimiento y expansión territorial del ca-

²² En 1980 Mérida ocupaba el 9o. lugar en el país por su número de habitantes y las 8 ciudades mayores se localizaban: en el centro México y Puebla, en el occidente Guadalajara y León, y en el norte Monterrey, Juárez, Torreón y Tijuana. En 1990 pasó a ocupar el 10o. lugar al ser superada ligeramente en población por Acapulco, situada al sur, en el estado de Guerrero.

²³ La historia de las inversiones del Estado para crear condiciones de operación al capital en el trópico húmedo se inician a fines de la década de 1950 con las grandes obras de ingeniería hidráulica para el control de inundaciones en la cuenca del río Grijalva, y el Plan Chontalpa para el aprovechamiento agrícola de esas tierras bajas; las campañas para el control del paludismo y otras enfermedades endémicas; la comunicación carretera y su integración mediante puentes; las obras de pequeña y mediana irrigación como el Plan Chac en Yucatán, los planes de colonización y la creación de un gran número de nuevos centros de población; los subsidios a la producción henequenera y la estatización de su procesamiento industrial; a partir de 1970 el desarrollo de Cancún, y un gran desarrollo de

pital monopólico privado hizo que a mediados de los años setenta empezaran a romperse las fronteras regionales tan violentamente defendidas por la oligarquía yucateca: en 1978 Gamesa adquirió la Galletera Palma; en 1979 Blanco las tiendas Komesa; en 1980 la Cervecería Modelo compra la Cervecería Yucateca; en 1987, Bimbo adquiere la Panificadora Trevi; Cementos Maya pasó a ser parte de Cementos Mexicanos; la Siderúrgica de Yucatán (Sideyusa) recibió aportes de capital extrarregional, etcétera.

En este contexto los principales cambios que se operan en el comercio de Mérida en relación a su zona de influencia regional se pueden resumir en:

- Una penetración más lenta del capital extrarregional en el comercio de Mérida, en comparación con la industria.
- Una mayor centralización comercial de Mérida con relación a la zona henequenera y al estado de Yucatán.
- Una feroz competencia entre el capital regional y el extrarregional por el mercado en expansión de los estados de Quintana Roo y Campeche.
- El nacimiento y rápido desarrollo de un importante mercado interno en Tabasco, norte de Chiapas y partes de Campeche, regiones que al mismo tiempo consolidan sus vínculos con el centro del país.

En 1985 Mérida concentró el 45% del valor de las ventas realizadas en toda la Península y el 83% de las realizadas en el estado de Yucatán. La investigación en campo nos confirma que en los últimos siete años Mérida continuó satisfaciendo prácticamente todas las necesidades del medio rural y urbano y es muy probable que su comercio haya incrementado ese 83% de participación. A escala de la Península sin embargo, el panorama cambió. Cancún concentró el 17% del valor de las ventas, Campeche el 9.0%, Ciudad del Carmen el 7.6% y Chetumal el 7.5% y en todas estas ciudades se ha desarrollado y modernizado el aparato comercial en los últimos años. Cadenas comerciales (Comercial Mexicana), capitales del centro en la construcción de plazas han llegado a la región compitiendo por el mercado con Mérida. Por su parte, los

la red de caminos; y en la década de 1980 la puesta en explotación de los grandes yacimientos de hidrocarburos.

grandes capitales monopólicos locales responden a esta competencia con inversiones en esas ciudades.²⁴

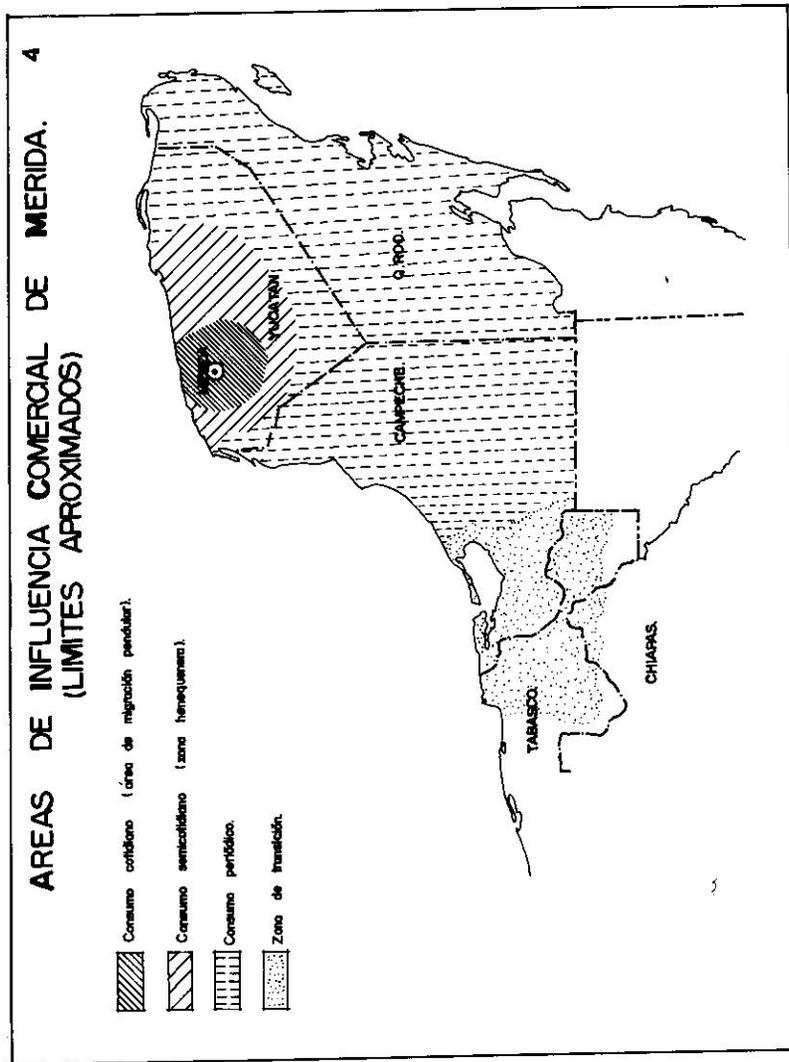
El mapa 4 muestra en forma sintética las zonas actuales de dominio del comercio de Mérida. La influencia se incrementó sobre la zona de conurbación funcional de la ciudad que abarca un radio de 30 kms. de acuerdo al muestreo que presenta el trabajo de Othón Baños.²⁵ Este mismo trabajo nos confirma el incremento del número de migrantes semipermanentes del resto de la ex-zona henequenera. El poco crecimiento del aparato comercial en las otras ciudades del estado, particularmente Valladolid, Tizimín y Ticul hacen que su población continúe satisfaciendo gran parte de sus necesidades de consumo no cotidiano en Mérida.

En relación a los otros estados, el pequeño comercio sufre la pérdida de consumidores, mientras que los capitales monopólicos empiezan a responder a la competencia con inversiones fuera de Mérida. El Grupo Abraham es un ejemplo de cómo se inicia esta nueva estrategia: en los últimos años estableció supermercados en Chetumal, Cancún y Ciudad del Carmen y para 1993 abrirá uno en Campeche y otro en Villahermosa, además de mantener su mercado mayorista de telas que desde la matriz de Mérida distribuye en un gran número de ciudades hasta el sur de Veracruz. Sin embargo en Cancún, que es quizá el lugar donde más claramente se expresa esta lucha, sus supermercados enfrentan ya la competencia de dos grandes establecimientos de la Comercial Mexicana.

Al igual que el Grupo Abraham, el siguiente cuadro elaborado a partir de información de Sabido, 1991, nos da una idea de la forma en que otros grupos monopólicos del capital comercial se extienden por la región:

²⁴ Se está terminando de procesar información estadística representativa de la centralización de Mérida en relación al mercado regional, derivada de los resultados de un sorteo efectuado por uno de los grandes almacenes departamentales de la ciudad, y de información de la distribución territorial de los usuarios de su sistema de crédito. Con este material se elaborará un mapa que nos permitirá comprobar cuantitativamente el planteamiento anterior de carácter cualitativo a partir de las entrevistas realizadas.

²⁵ Baños Ramírez, Othón, "Crisis henequenera y estrategia de vida," ponencia presentada en la Conferencia Nacional sobre el henequén y la zona henequenera de Yucatán, Mérida, octubre de 1992.



	<i>Inversión</i>	<i>sólo venta</i>	<i>Yuc.</i>	<i>Camp.</i>	<i>Q. Roo</i>	<i>Tab.</i>
Grupo Peninsular (VW y Dina)	X		X	X	X	X
Grupo Seijo (maq. agrícola)		X	X	X	X	
Mericolor	X		X	X	X	

El mercado potencial de la Península que agrupa el 3% de la población nacional, más Tabasco que concentra otro 1.8%, en total 4.78%, y su localización geográfico-estratégica con respecto al Caribe, Centroamérica y Estados Unidos obligan a profundizar en los procesos de reestructuración regional que vive. Tomás Vera Pren²⁶ señala que de ser una región monopolizada en Mérida pasó a ser multipolarizada, si bien Mérida mantiene un gran peso aún.

²⁶ Vera Pren, Tomás. "Las transformaciones de la estructura socioeconómica de Yucatán en el contexto del desarrollo capitalista del sureste a partir de la posguerra", en: *Sociedad, Estructura Agraria y Estado*, Mérida, UADY, 1990.