

Caroline  
Stamm

## Le commerce au Mexique à l'heure de la libéralisation économique

Marie-Carmen Macias

Recherches et documents Amériques latines, L'Harmattan, Paris, 2006

Prefacio de Alain Metton

193 págs.



reseña  
compte rendu

EL PRIMERO DE enero de 1994, México entró en la zona de libre comercio norteamericana. Esta entrada es un evento clave en la evolución económica, política y social del país. En este contexto nacional de transición entre dos modelos, por un lado, proteccionista, y por otro lado, liberal e internacional de globalización de la economía, la geógrafa Marie-Carmen Macias se enfoca en las dinámicas de transformación del sector del comercio detallista. Más precisamente, propone analizar sus evoluciones recientes, la reestructuración de la gran distribución y sus impactos espaciales al sur de la frontera estadounidense. El libro se divide en tres partes: 1) el diagnóstico de las evoluciones y de las estructuras económicas principales de México y de su entorno socioeconómico; 2) el análisis de las estructuras comerciales a partir de los censos económicos y de las encuestas de coyuntura económica; 3) el estudio del crecimiento de la gran distribución y de sus impactos espaciales bajo el efecto de la reestructuración de los grandes grupos nacionales y regionales y de la entrada de grupos extranjeros.

En la primera parte, *Fundamentos de una geografía del comercio detallista en México*, la autora empieza por recordar la larga tradición comercial del tianguis prehispánico en México hasta la llegada de las tiendas departamentales durante el Porfiriato. Esta primera manifestación de la distribución moderna se debió a los inmigrantes europeos (Palacio de Hierro, El Puerto de Liverpool) y estadounidenses (los hermanos Sanborn's), relacionando desde entonces en el inconciente colectivo mexicano el mundo de la tienda con las poblaciones inmigrantes. Marie-Carmen Macias demuestra cómo en los 90, la distribución mexicana abandonó una estructura original para adoptar nuevas formas comerciales típicamente urbanas que se concentran en las grandes metrópolis mexicanas.

En efecto, desde la década de los 80, la economía mexicana se transformó progresivamente bajo el efecto de la baja de las tarifas aduaneras, la modificación de las leyes proteccionistas y la firma del Tratado de Libre Comercio Norteamericano. Con la apertura comercial, estos últimos años se generalizaron puntos de venta que siguen un modelo estadounidense y apareció una variedad más grande de formas comerciales en este mercado frágil debido a las crisis económicas y a las disparidades socioeconómicas e interregionales. La apertura también significó el fin de la intervención directa del Estado en el comercio y en el 2000 desapareció la CONASUPO, la cual intervenía a todos los niveles del circuito de distribución de los

productos agrícolas para compensar las deficiencias del sector privado en las zonas rurales y las márgenes urbanas.

En un segundo tiempo titulado *¿Estructuras tradicionales del comercio, estructuras permanentes?*, la autora, a partir de la teoría desarrollada por Milton Santos de una economía estructuralmente dual en donde los circuitos económicos superiores e inferiores son solidarios e interconectados, destaca las características generales de los dos circuitos de la actividad comercial en México durante los 90. A partir de las cifras de los censos económicos, muestra la dominación de los pequeños establecimientos comerciales y la baja segmentación del aparato comercial al mismo tiempo que el desarrollo de las formas modernas de distribución y el cambio del paisaje comercial. De hecho, la permanencia de los micro-comercios (aserción que se tendría que verificar con un poco más de perspectiva), los cuales permiten la inserción social en el mercado del trabajo y del consumo por una gran parte de la población, se combina con el reforzamiento del hipermercado, sobre todo los supermercados en los 80 y 90.

Por último, en *Crecimiento y reestructuración de la gran distribución*, Marie-Carmen Macias se enfoca en la adaptación de las formas de la gran distribución de origen occidental al mercado mexicano y analiza los itinerarios de los grandes grupos comerciales nacionales, de su creación hasta el 2000. Dividida en dos ramas, los supermercados y las tiendas departamentales, la gran distribución tuvo un lugar de primer plano a nivel nacional y latinoamericano en los 70 y 80. En los 90, la aparición de nuevos formatos comerciales provocó la multiplicación de establecimientos con una fuerte segmentación de la oferta. Este desarrollo se impulsó por parte de grupos nacionales o regionales. Así, antes de los 90, no había en el mercado mexicano grupos extranjeros de supermercados, solo grupos nacionales, Walmex, Comercial y Gigante, así como los grupos regionales Soriana (Monterrey) y Chedraui (Xalapa). Originalmente implantados en la Ciudad de México y su región metropolitana, los grupos nacionales conquistaron las ciudades medianas del país y se diversificaron para acercarse a una clientela más amplia gracias a los aportes capitalistas de firmas multinacionales extranjeras. En efecto, la gran distribución alimenticia se reestructuró en un proceso de concentración y de asociación con grupos internacionales como en los casos de las alianzas Cifra/Wal Mart, Gigante/Carrefour, Comercial Mexicana/Auchan. Estas alianzas terminaron a finales de los noventa. Las tiendas departamentales y especializadas, en cuanto a ellas, se vieron más afectadas por los efectos de la crisis de 1994, y, si bien hubo una concentración del capital, fue sin la intervención de grupos extranjeros. Los noventa fueron el teatro de grandes cambios en general: fusiones y adquisiciones, internacionalización de las formas comerciales y del capital, "mexicanización" de las tiendas departamentales, integración de actividades anexas al comercio (sobre todo en el sector inmobiliario), desarrollo de los *shopping centers* y redistribución espacial de los grupos hipermercadistas. Estos cambios incrementaron la competencia.

Marie-Carmen Macias ilustra todos sus argumentos con ejemplos variados en la historia del comercio en México, reconstruyendo los itinerarios de los principales grupos comerciales nacionales e internacionales en el país. La riqueza del texto no reside solamente en estos ejemplos sino también en un gran cantidad de figuras, mapas y tablas, los cuales subrayan el esfuerzo de tratar del tema del comercio detallista a diferentes escales espaciales y temporales, insistiendo en las evoluciones y disparidades.

Cuando la geografía se interesa sobre todo en la inserción del comercio en la ciudad, a través de temas tales como la centralidad, las nuevas formas comerciales o la segregación socio-espacial, la autora decide adoptar una perspectiva macro y justamente por eso, este trabajo constituye un instrumento precioso para toda persona interesada por la temática del comercio en México, pero también en otros contextos geográficos. Además, más allá de un estudio sobre el comercio detallista, este libro nos permite entender mejor los efectos de la apertura económica y de la adopción del modelo liberal en México en el marco de la globalización.