

CEMEES

Centro Mexicano de Estudios
Económicos y Sociales

**“IMPACTO DEL INCREMENTO EN LOS PRECIOS
DE ALIMENTOS EN LOS HOGARES DEL
MUNICIPIO DE CHIMALHUACÁN, ESTADO DE
MÉXICO”**

INVESTIGACIÓN SOCIOECONÓMICA ELABORADA A
SOLICITUD DE LA

**AGRUPACIÓN POLÍTICA NACIONAL
HUMANISTA DEMÓCRATA JOSÉ MARÍA LUIS MORA**

Abril 2006

Introducción	3
Antecedentes	6
Diseño metodológico:	10
Justificación de la selección de población objetivo	11
Principales resultados	12
Ingresos	12
Servicios	15
Materiales utilizados en las viviendas	16
Educación	17
Impactos por incremento en el precio de la leche LICONSA	19
Impactos por incremento en el precio de la tortilla.....	29
Impactos por el incremento en el precio de la carne	37
Conclusiones	44

Introducción

A partir del 17 de noviembre de 2006, por recomendación del Consejo de Administración,¹ el precio de la leche LICONSA tuvo un incremento de un peso, es decir, pasó de \$3.50 a \$4.50 pesos por litro, lo cual representó un aumento de 29%, cifra muy superior al aumento de 4.63% que registró el salario mínimo durante los seis años de la pasada administración federal.²

Posteriormente, el 25 de enero de 2007, la SEDESOL informó a través de un comunicado que, a partir del 1º de enero del mismo año, el litro de leche LICONSA disminuiría a 4.00, con lo que el aumento final en el precio de la leche fue de 15%.

De acuerdo con el Consejo de Administración, después de 64 meses de mantener el precio en \$3.50 con un costo de producción de \$5.10 pesos por litro, resultaba insostenible seguir subsidiando este producto, y la decisión del aumento fue tomada como medida para evitar la supuesta quiebra de la productora.

Por otra parte, diversos factores, como el incremento de 0.16 pesos más IVA en el precio del diesel, y un aumento registrado de enero de 2006 a enero de

¹ Integrado por representantes de los gobiernos del Distrito Federal, de Jalisco, del Congreso del Trabajo, de las confederaciones nacionales Ganadera y Campesina, y la Federación Mexicana de Desarrollo Rural.

² Muñoz Ríos, Patricia, *La Jornada*. 26 de Junio del 2006

2007 de hasta 53% en el precio en la tonelada de maíz³, explicado en gran medida por su creciente utilización como fuente alternativa de generación de energía y la burbuja especulativa generada por los movimientos del mercado, han provocado una cadena de alzas en los precios de diversos productos alimenticios, sobre todo en la tortilla de maíz, la carne y el huevo.

El siguiente cuadro, presentado en una nota periodística de *Milenio Diario*, y citado por Reyes Tépac en una investigación sobre los impactos del alza de precios en los hogares del país⁴, ilustra los aumentos generalizados en los artículos alimenticios que conforman la canasta básica.

Cuadro No. 1 Incremento del precio de los artículos alimenticios que conforman la canasta básica México, 2006-2007. (Pesos por kilo)			
Producto	Precio en el año 2006	Precio en el año 2007	Incremento real del precio %
Carne de res	58.00	72.00	24.14
Carne de pollo	25.00	35.00	40.00
Huevo	8.00	12.00	50.00
Tortilla	6.00	8.50	41.67
Azúcar	7.00	11.00	57.14
Arroz	9.00	12.00	33.33
Frijol	14.50	19.10	31.72
Tomate Verde	13.00	23.00	76.92
Cebolla	24.80	38.90	56.85
Limón	5.00	8.00	60.00

Fuente: *Milenio Diario*. Las dos inflaciones de México. México, DF, 13 de Febrero del 2007.

³ Granos Forrajeros y Productos Pecuarios, Consejo Nacional Agropecuario.

⁴ Tépac, Reyes. "El impacto en los hogares del país por el INCREMENTO en los PRECIOS de los ARTÍCULOS ALIMENTICIOS que forman parte de la canasta básica". 2007

Es importante resaltar que, aunque gracias al acuerdo firmado entre el titular del Poder Ejecutivo y los representantes de la industria del maíz y la tortilla el 18 de enero del 2007, se ha logrado mantener el precio de la tortilla a 8.50 el kilo; este precio es un promedio de la zona metropolitana y no representa la realidad nacional, pues existen localidades donde se han registrado precios de hasta \$11.15 pesos por kilo de tortilla⁵, pero sobre todo, dicho precio sólo será válido hasta el 30 de abril del 2007, fecha en que el acuerdo será evaluado y, muy posiblemente, ajustado a la alza.

Los impactos de los incrementos en los precios de la carne de res (24.14%), la tortilla (41.67%) y la leche LICONSA (14.49%), constituyen el objeto de esta investigación; es decir, el propósito es evaluar los impactos del incremento de los precios en estos tres alimentos de la canasta básica de la alimentación en los hogares pobres de Chimalhuacán.

La hipótesis inicial de la investigación es que, dado el alto nivel de pobreza y marginación⁶ presentes en la población del municipio, el aumento ha provocado

⁵ Osorio, Victor et al. *Reforma*. 11 de abril del 2007.

⁶ CONAPO llama “Índice de marginación” al fenómeno estructural múltiple que valora dimensiones, formas e intensidades de exclusión en el proceso de desarrollo y disfrute de sus beneficios. El índice de marginación considera cuatro dimensiones estructurales de la marginación (vivienda, ingresos por trabajo, educación y distribución de la población); identifica nueve formas de exclusión y mide su intensidad espacial como **porcentaje de la población que no participa del disfrute de bienes y servicios esenciales para el desarrollo de sus capacidades básicas**. Las nueve formas de exclusión social de origen estructural que capta el índice de marginación tienen sus indicadores correspondientes:

- % Población analfabeta de 15 años o más
- % Población sin primaria completa de 15 años o más
- % Ocupantes en viviendas sin drenaje ni servicio sanitario exclusivo
- % Ocupantes en viviendas sin energía eléctrica
- % Ocupantes en viviendas sin agua entubada
- % Viviendas con algún nivel de hacinamiento
- % Ocupantes en viviendas con piso de tierra
- % Población en localidades con menos de 5 000 habitantes
- % Población ocupada con ingreso de hasta 2 salarios mínimos

una disminución importante en el consumo de los productos y con ello un empeoramiento de las condiciones de vida de la población.

Como instrumento de investigación inicial se utilizaron los datos estadísticos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) en el II Censo de Población y Vivienda efectuado en 2005 y los datos que la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) ha publicado sobre el programa de LICONSA. A partir de esta información se delimitó el universo de investigación, así como las condiciones generales de la población del municipio y del programa de abasto de leche.

En una segunda etapa se desarrolló un cuestionario, que fue aplicado a los habitantes del municipio beneficiarios del programa de abasto de leche LICONSA (Anexo I). Este instrumento nos permitió obtener datos de primera mano para posteriormente, en una tercera etapa, definir el impacto que han tenido los aumentos en el precio de los diferentes productos en el gasto y en los hábitos de consumo de la población.

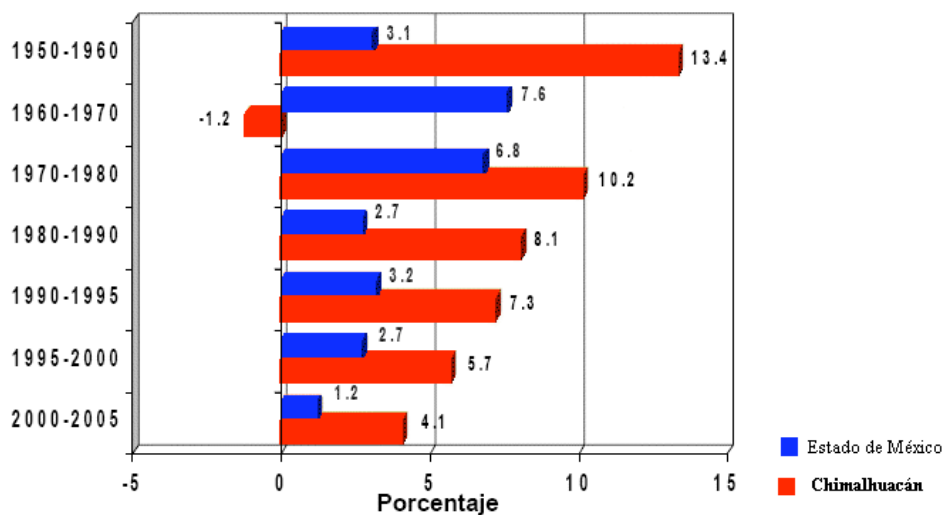
Antecedentes

Chimalhuacán tiene, de acuerdo con el II Censo de Población y Vivienda realizado por el INEGI en 2005, una población de 525,389 habitantes.

Según cálculos realizados por el Centro Estatal de Promoción Económica (CEPE), con información de la Dirección General de Estadística (DGE) y del INEGI, Chimalhuacán, con excepción de la década de los 60, ha registrado un crecimiento sostenido de su población por encima de la media del estado.

Según cifras del INEGI, Chimalhuacán pasó de tener una población de 13,004 en 1950 a 525,389 habitantes en 2005, es decir, un aumento de 3,940% en 55 años.

Tasas de crecimiento poblacional de Chimalhuacán 1950-2005

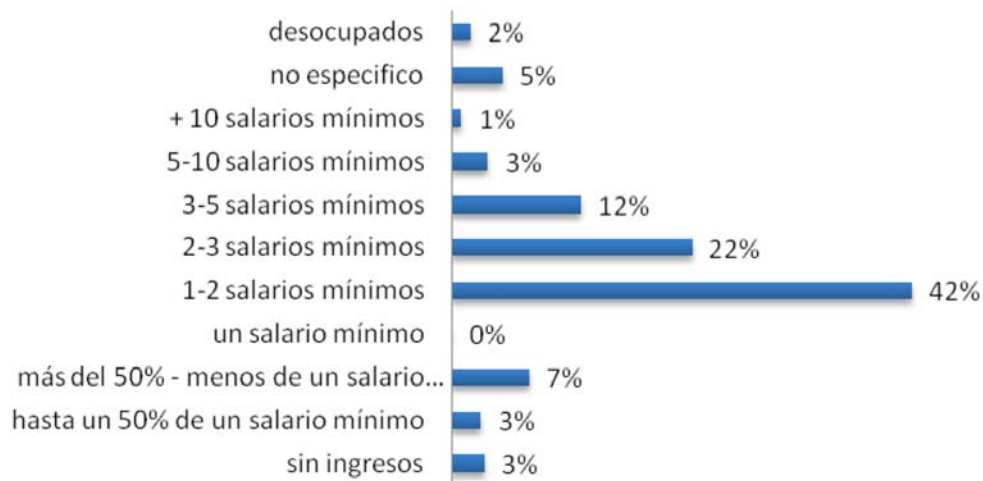


Fuente: Cálculos CEPE con información de la DGE e INEGI. VII, VIII, IX, X, XI y XII Censos Generales de Población y Vivienda 1950-2000. I y II Censo de Población y Vivienda 1995 y 2005.

Una proyección elaborada por el Consejo Nacional de Población (CONAPO) indica que, de mantenerse las altas tasas de crecimiento poblacional, Chimalhuacán contará con 695,000 habitantes en 2010. Este rápido crecimiento implica grandes retos a los diseñadores de políticas públicas en materia de servicios, vivienda y empleo.

De acuerdo con el Censo de Hogares y Personas por Líneas de Pobreza, realizado por la SEDESOL en 2000, el 53% de los habitantes del municipio viven por debajo la línea de pobreza patrimonial.⁷

Población por nivel de ingreso



Fuente: XII Censo General de Población y Vivienda 2000

Tal como se aprecia en la gráfica superior, 55 % de la población ocupada del municipio cuenta con 2 o menos salarios mínimos para su subsistencia diaria.

Adicionalmente, de acuerdo con el reciente estudio de Abel Pérez Zamorano sobre la marginación de la Zona Oriente del Estado de México, el municipio

⁷ La SEDESOL distingue tres conceptos de pobreza:

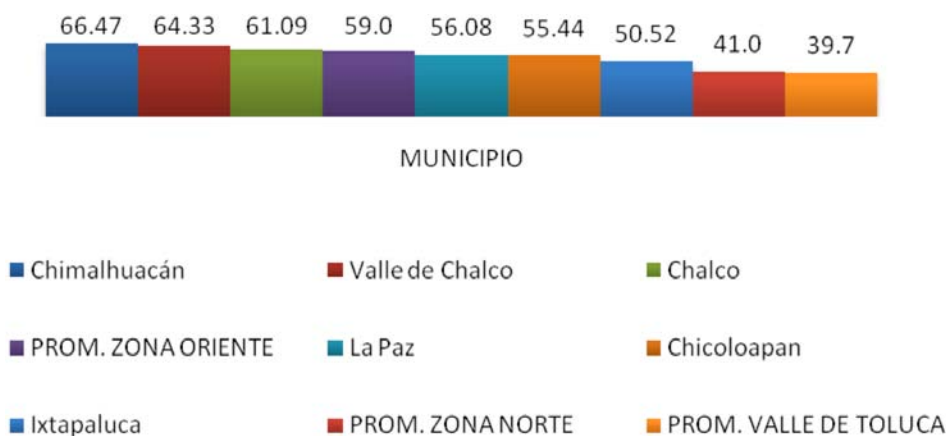
1. *Pobreza Alimentaria*: lleva a calificar como pobres a todos aquellos hogares que no tienen ingreso suficiente para adquirir la canasta alimentaria; de esta manera es posible tener una primera medida de la incidencia de la pobreza.

2. *Pobreza de Capacidades*: da cuenta del hecho de que el ser humano para potenciar sus capacidades personales necesita satisfacer otras necesidades básicas además de las alimenticias; tales gastos son los referentes a cuidados de la salud y educación básica.

3. *Pobreza de Patrimonio*: El tercer concepto de pobreza agrega no sólo a la canasta alimentaria y a las necesidades consideradas en el concepto anterior, sino también aquellas que permiten al ser humano vivir de manera digna. Estas necesidades adicionales son: vestido y calzado; vivienda, servicio de conservación, energía eléctrica y combustible; estimación del alquiler de la vivienda; y, transporte público.

Nota Técnica para la medición de la pobreza con base en los resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, 2002.

presenta los más altos índices de hacinamiento del conjunto de municipios de dicha zona.⁸



Fuente: Pérez Zamorano, Abel, con datos de: CONAPO con base en el XII Censo General de Población y Vivienda 2000.

El Dr. Pérez señala que “a nivel agregado el promedio de viviendas con algún nivel de hacinamiento en la Zona Oriente es de 59%, mientras que en la Zona Norte es de 41% y en el Valle de Toluca de 39.7%. La realidad que dibujan las gráficas presentadas es alarmante pues en general, casi la mitad de la población vive en condiciones de hacinamiento, situación que se agudiza en la Zona Oriente, donde varios municipios están por arriba del 60%”.⁹

Además de ser uno de los municipios urbanos más pobres, Chimalhuacán es también uno de los mayores beneficiarios del programa de distribución de

⁸ Pérez Zamorano, Abel. Proyecto de Desarrollo de la Zona Oriente del Estado de México. 2005. El Dr. Pérez considera que en una vivienda existe hacinamiento cuando duermen en un cuarto más de dos personas; según este autor esta condición compromete la privacidad de las personas ocupantes de viviendas particulares, propiciando espacios inadecuados para el estudio y el esparcimiento, entre otras actividades esenciales para el desarrollo de las personas.

⁹ *Ibíd.*

LICONSA, sólo superado por municipios como Ecatepec, Naucalpan y Nezahualcóyotl. De acuerdo con la SEDESOL, existían, hasta marzo de 2006, 39 puntos de venta de leche en el municipio, en los que diariamente se distribuyen 73,120 litros de leche para beneficio de 49,824 familias. Según la propia dependencia, el abasto diario significa un beneficio de 292, 480 pesos diarios.¹⁰

Diseño metodológico

Se realizó un muestreo aleatorio, pues se considera que este método permitirá tener una selección objetiva e insesgada de entrevistados. Se eligió a los hogares beneficiados por el programa de LICONSA como el total de la población; ésta es, de acuerdo con el padrón de SEDESOL, de 49, 824 familias. El tamaño de la muestra fue definido mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{NE^2 + Z^2 p q}$$

Donde:

n es el tamaño de la muestra;

Z es el nivel de confianza;

p es la variabilidad positiva;

q es la variabilidad negativa;

N es el tamaño de la población;

E es la precisión o el error.

¹⁰ <http://transparencia.edomex.gob.mx/sedesem/informacion/pbeneficiarios/LICONSA.pdf>

Se consideró un nivel de confianza de 95%, un porcentaje de error de 5% y la máxima variabilidad por no existir antecedentes en la institución sobre la investigación, y porque no se puede aplicar una prueba previa.

Dado que es necesario encontrar una Z tal que $P(-Z < z < Z) = 0.95$, tenemos que $Z = 1.96$

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.7)(0.3)(49824)}{(49824)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.7)(0.3)} = \frac{40,194.81}{124.74} = 322$$

Como resultado de lo anterior, dados los supuestos enumerados, y con el fin de obtener una muestra representativa que nos ayude a realizar generalizaciones sobre la población analizada, fue necesario realizar al menos 322 encuestas. Éstas fueron aplicadas aleatoriamente, de acuerdo con el método seleccionado, en los centros de distribución en un día hábil y en un horario de 6:00 am a 7:30 am, que de acuerdo con observaciones previas es el horario donde se concentra la mayor afluencia de beneficiarios del programa.

Justificación de la selección de población objetivo

Se seleccionó a los beneficiarios del programa de abasto de leche LICONSA como población objetivo, ya que se considera que, dadas las características antes expuestas, es en este grupo donde se pueden apreciar con mayor claridad los impactos por los aumentos de precio en algunos de los productos que componen la canasta básica. Tal es definido en el reglamento de operación de LICONSA publicado por SEDESOL, el grupo de beneficiarios del programa de abasto de leche está compuesto por: “familias con miembros menores de doce

años, madres en periodo de gestación, enfermos y/o discapacitados y los adultos en plenitud, que cumplan los requisitos que justifiquen su condición de pobreza extrema.”¹¹

Dicha selección condiciona la generalización de los resultados obtenidos de esta investigación a la población total del municipio. Aún así, creemos que el objetivo inicial del proyecto se cumple a cabalidad.

Principales resultados

Luego de la revisión, codificación y homogenización de los datos recogidos en la encuesta aplicada, se obtuvieron 322 cuestionarios, mismos que formaron la base de los resultados a continuación expuestos. Estos serán contrastados, cuando así se considere conveniente, con los revelados en el II Censo de población y Vivienda realizado por el INEGI en 2005, para el Estado de México y su capital, Toluca, el Distrito Federal y la delegación Benito Juárez, una de las demarcaciones con más alto desarrollo humano en el país, de acuerdo con el Índice de Desarrollo Humano (IDH), desarrollado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Este contraste nos permitirá situar en el contexto metropolitano la situación de pobreza y marginación que presenta Chimalhuacán.

Ingresos

Tal como se mencionó en la introducción de esta investigación, el informe de la CONAPO ubica al 53% de la población de Chimalhuacán por debajo de la línea

¹¹ Reglas de Operación del Programa de Abasto Social de Leche a Cargo de LICONSA, S.A. de C.V., publicadas el 15 de marzo de 2002 en el Diario Oficial de la Federación.

de pobreza patrimonial, es decir, aquélla que “considera no sólo a la canasta alimentaria y a las necesidades referentes a cuidados de la salud y educación básica, sino también aquéllas que permiten al ser humano vivir de manera digna. Estas necesidades adicionales son: vestido y calzado; vivienda, servicio de conservación, energía eléctrica y combustible; estimación del alquiler de la vivienda; y, transporte público”.¹² Sin embargo, al enfocarnos al grupo relevante para esta investigación, el grado de pobreza se vuelve más relevante, pues al calcular el ingreso per cápita, correlacionando el ingreso por hogar con el número de sus integrantes, 67% de la muestra se encuentra bajo la línea de pobreza alimentaria, es decir, que su ingreso es insuficiente para cubrir las necesidades básicas de alimentación; 23% sufre pobreza de capacidades, lo que significa una imposibilidad de acceder a servicios de salud o educación, lo cual perpetúa su estado de pobreza; 5% padece pobreza de patrimonio, es decir su ingreso resulta insuficiente para adquirir bienes tales como vivienda, calzado o vestido.

Líneas de pobreza				
	2000	2002	2004	2007*
Alimentaria	626.00	672.27	739.60	824.21
Capacidades	769.98	826.90	909.71	1,013.78
Patrimonio	1,258.89	1,351.94	1,487.34	1,657.49
Ingreso mensual per cápita en pesos a precios de agosto de cada año				

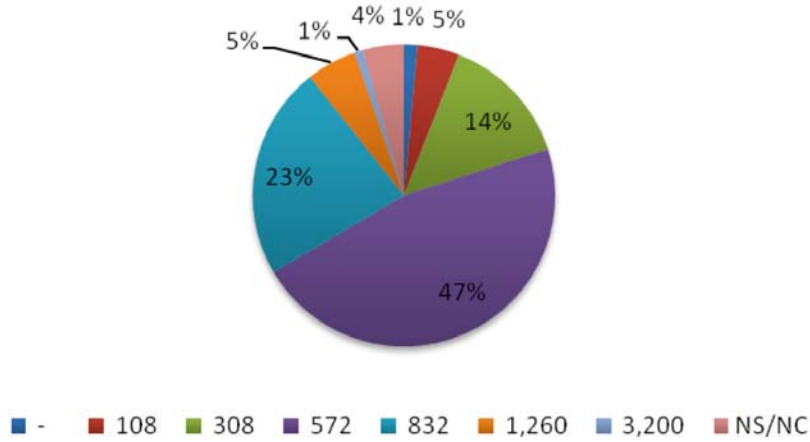
Fuente: Medición de la pobreza 2000-2005. Comité Técnico para la Medición de la Pobreza ¹³.

¹² Medición de la pobreza 2000-2005. Comité Técnico para la Medición de la Pobreza

¹³ Este comité fue creado por la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) en el año 2001. Se encuentra compuesto por siete académicos y un representante de cada una de las siguientes dependencias: Consejo Nacional de Población (CONAPO), Instituto Nacional de Geografía, Información y Estadística (INEGI) y Presidencia de la República.

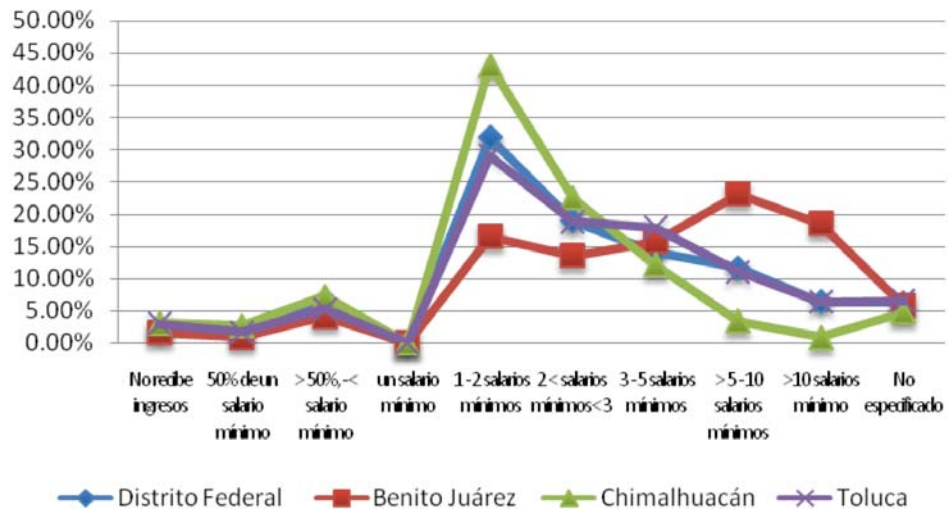
*Cálculos propios con información del Banco de México, inflación agosto 2004-marzo 2007.

Ingreso per cápita Chimalhuacán



Fuente: Cálculos propios realizados a partir de los datos obtenidos en la encuesta aplicada.

La siguiente gráfica hace referencia a la distribución de la población con base en su nivel de ingreso; esto nos permite ubicar la marginación de Chimalhuacán en el contexto metropolitano.



Fuente: XII Censo General de Población y Vivienda 2000

Más del 56% de la población ocupada en Chimalhuacán recibe hasta dos salarios mínimos, mientras que en Toluca este porcentaje es de poco más de 39%. El contraste con la delegación Benito Juárez es evidente, pues en ésta poco más de 76% de la población recibe más de 2 salarios mínimos al día como remuneración por su trabajo.

La evidente pobreza del municipio hace patente la necesidad de estrategias de abatimiento de la pobreza con objetivos de largo plazo. Según señala José Miguel Candia, investigador de la Universidad Autónoma Nacional de México (UNAM), hasta ahora las políticas sociales implementadas responden a “intenciones políticas enfocadas hacia [...] desactivar los conflictos sociales más graves y generar consenso en aquellos segmentos de la fuerza laboral que tienen una inserción débil en el mercado de trabajo (empleo precario, subocupación, informalidad urbana, pequeños productores, etc.) para que actúen como base social de apoyo al modelo neoliberal”,¹⁴ es decir, más que instrumentar políticas públicas orientadas a generar las condiciones que permitan a la población acceder a los medios para desarrollarse y salir del estado de marginación en que se encuentran, las políticas sociales se han orientado a crear clientela política y a mantener el *status quo* en la distribución de la riqueza.

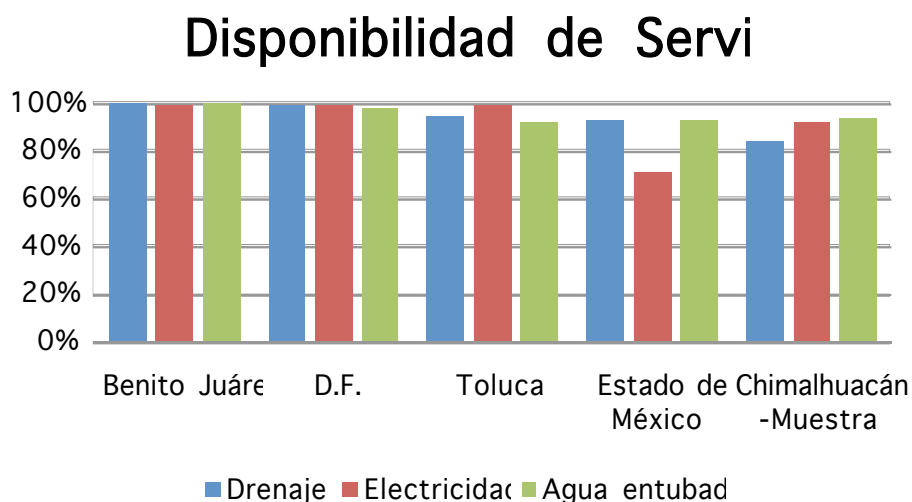
Servicios

El servicio con más bajo índice de disponibilidad en el municipio es el drenaje, ya que sólo 84% de las viviendas de la población encuestada cuentan con él, lo

¹⁴ Candia, José Miguel. Exclusión y pobreza. La focalización de las políticas sociales. 1998.

cual se encuentra por debajo de la media del Estado de México (93%) y muy por debajo del registro de la delegación Benito Juárez, donde casi el total de la población cuenta con este servicio.

La siguiente gráfica muestra la disponibilidad de los servicios básicos por localidad:



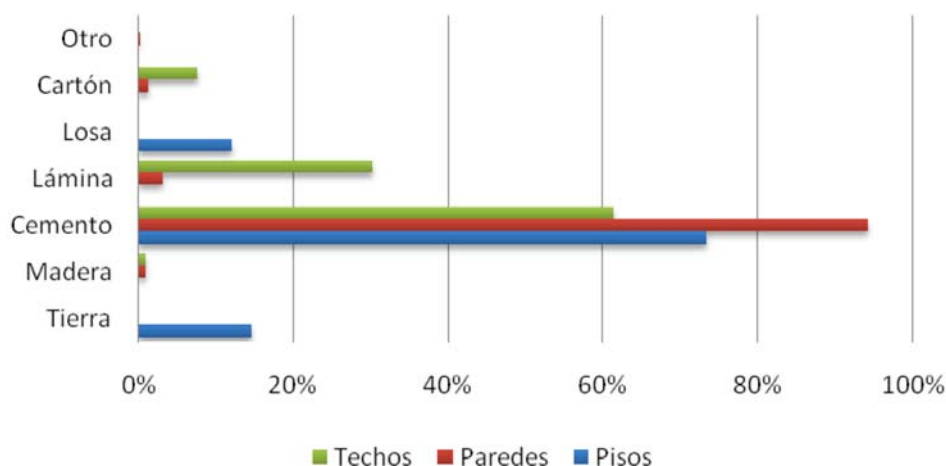
Fuente: II Censo General de Población y Vivienda 2005. INEGI. Para el caso de Chimalhuacán se emplea la información obtenida a partir del trabajo de campo realizado en el municipio. La población que no dispone del servicio de electricidad fue calculada como la diferencia de los que sí disponen del servicio y el promedio del total de viviendas con y sin drenaje.

Materiales utilizados en las viviendas

En este rubro es importante señalar que mientras el 15% de las viviendas de los beneficiarios del programa de abasto de leche LICONSA en Chimalhuacán tienen piso de tierra, el porcentaje de viviendas con piso de este material en la delegación Benito Juárez es muy cercano a 0%, y la media en el Estado de México es de 6%. El material más utilizado en los pisos de las viviendas de la Benito Juárez es el mosaico, madera u otro similar con 84%, seguido del

cemento, con una incidencia de 15%, mientras que las viviendas de Chimalhuacán registran el 73% con piso de cemento o firme, y sólo el 12% piso de mosaico u otro material.

Materiales usados en las viviendas



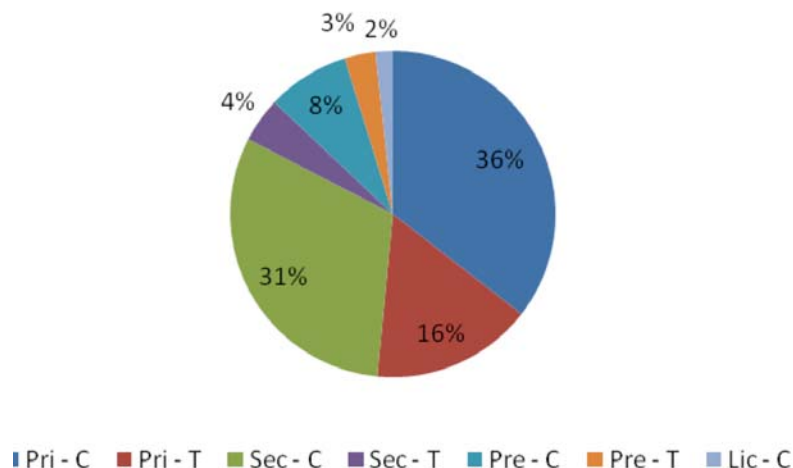
Fuente: Cálculos propios realizados con la información obtenida en el levantamiento de las encuestas.

Educación

De acuerdo con el enfoque de las necesidades básicas insatisfechas (NBI) para la medición de la pobreza “la educación básica constituye un requerimiento mínimo para que las personas puedan incorporarse adecuadamente a la vida productiva y social”.¹⁵ Adicionalmente, el nivel educativo del jefe de familia sirve como un buen indicador del nivel socioeconómico del hogar, pues él determina en gran medida los recursos que éste puede generar. El 56% de los jefes de familias de la población objetivo registra educación básica incompleta, mientras que sólo 2% tienen educación superior completa.

¹⁵ Enfoques para la medición de la pobreza. Breve revisión de la literatura. Ferres et al.

Nivel de educación del jefe de familia



Fuente: Cálculos propios con base en los resultados de la encuesta aplicada.

Los datos sobre el nivel educativo de Chimalhuacán contrastan con los de las localidades del Estado de México y aún más con las del D.F, pues mientras que el promedio de educación del jefe de familia de la población objetivo es de 7.4 años, equivalente a secundaria trunca, la delegación Benito Juárez registra 12.9 años de educación formal como promedio entre sus habitantes, lo que significaría aproximadamente un año de educación superior.

Localidad	Años de educación promedio
Benito Juárez	12.9
DF	10.2
Toluca	9.6
Estado de México	8.7
Chimalhuacán	7.4*

Fuente: II Censo de Población y Vivienda 2005. INEGI.

*Este es un aproximado, en la encuesta se preguntaba por el máximo grado de estudio del jefe de familia, para hacer comparable nuestra información con la del INEGI, se calculó un promedio ponderado tomando el último grado completo más el promedio de los años requeridos por el siguiente.

Impactos por incremento en el precio de la leche LICONSA

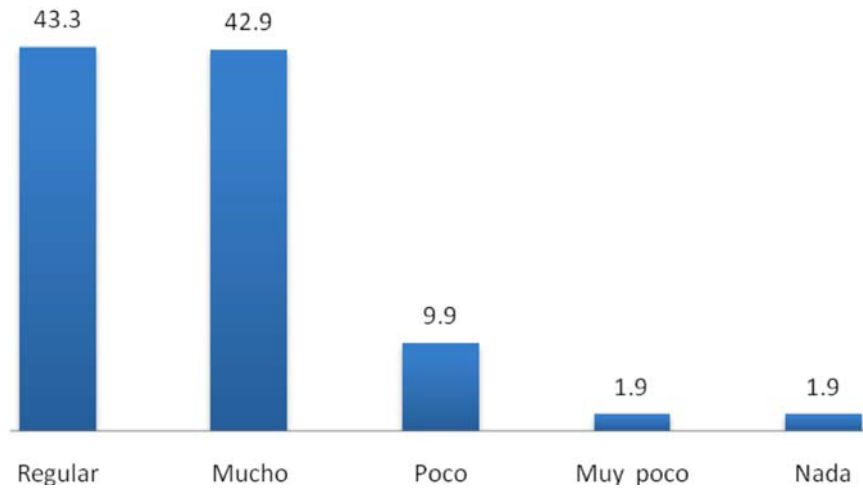
Según un estudio realizado por el Instituto Nacional de Salud Pública y difundido por la SEDESOL:

- El consumo de la Leche Fortificada LICONSA por uno o dos años, ha permitido que en más de un millón y medio de niños de entre uno y cuatro años, la tasa de anemia baje hasta en tres veces más que en los que nunca la tomaron.
- El índice de deficiencia de hierro disminuyó casi en un tercio.
- Se presentaron menores tasas de desnutrición crónica.
- Se observó que estos niños alcanzaron dos y medio centímetros más de estatura.
- Cuentan con mayor volumen de masa muscular.
- Desarrollaron un coeficiente intelectual más alto.

Dados los anteriores resultados, es evidente la necesidad y la utilidad vital que este producto tiene para el sano desarrollo de los niños, quienes dado su nivel de marginación, tienen pocas oportunidades de acceder a niveles aceptables de nutrientes por otros medios.

La siguiente sección de preguntas tiene como objetivo conocer el impacto del aumento de precio de la leche LICONSA en el gasto y el consumo de las familias beneficiarias del programa de abasto en Chimalhuacán.

14.- ¿Cómo se ha visto afectado su GASTO por el aumento en el precio de la leche LICONSA?



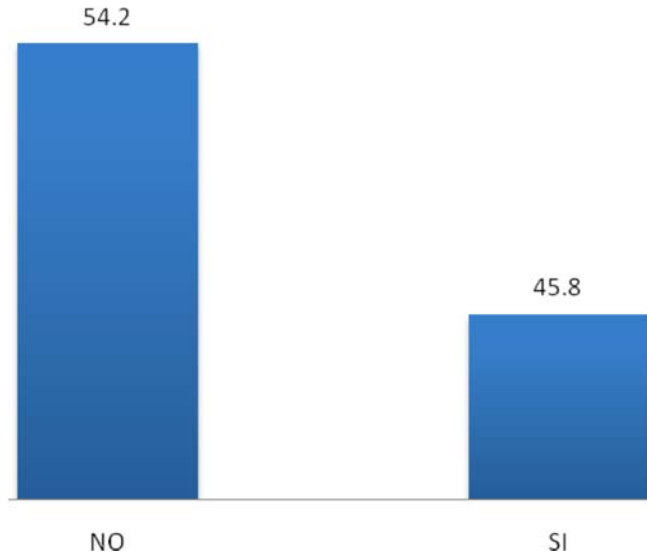
El 43% de la población se ha visto seriamente afectada por el aumento en el precio de la leche LICONSA. Si este porcentaje lo sumamos con aquéllos que consideran que ha sido regular, obtenemos que poco más de 86% opina que el incremento de este producto ha afectado el gasto de las familias.

El aumento de la leche en 50 centavos por litro, o del 15%, contrasta con el aumento en el salario mínimo real durante el sexenio de Vicente Fox de sólo 4.6%, equivalente a 8.32 pesos.

Tras el incremento, una familia en donde haya un beneficiario del programa tendrá que invertir 2 pesos adicionales por cada dotación (4 litros) que reciba.

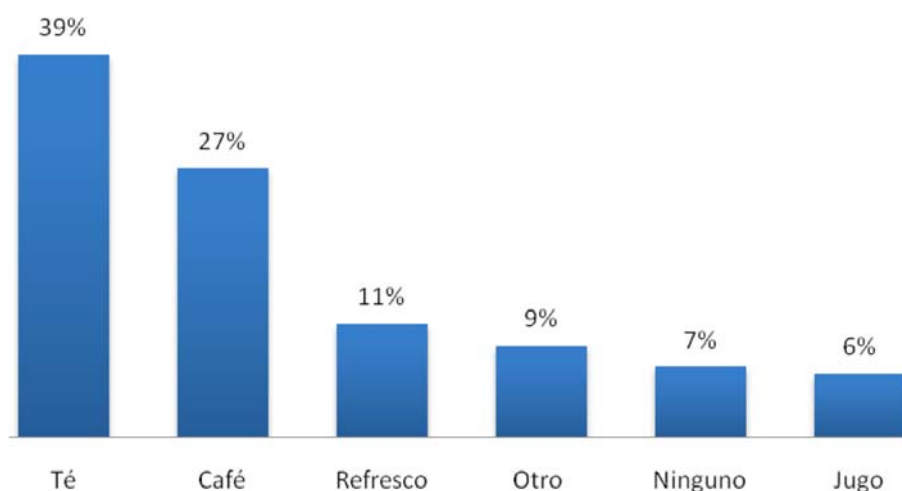
Número de beneficiarios	Litros de leche por semana	Gasto Adicional (pesos)
1	4	2
2	8	4
3	12	6
4	16	8
5	20	10
6 o más	24	12

PREGUNTA 15.- ¿Ha dejado de consumir leche tras el aumento en su precio?



Esta gráfica se encuentra muy relacionada con la anterior, y aquí confirmamos que, efectivamente, el incremento de este producto básico ha dañado seriamente el gasto de las familias. Poco menos de la mitad de la población ha dejado de consumir este producto en algún grado tras el incremento en su precio.

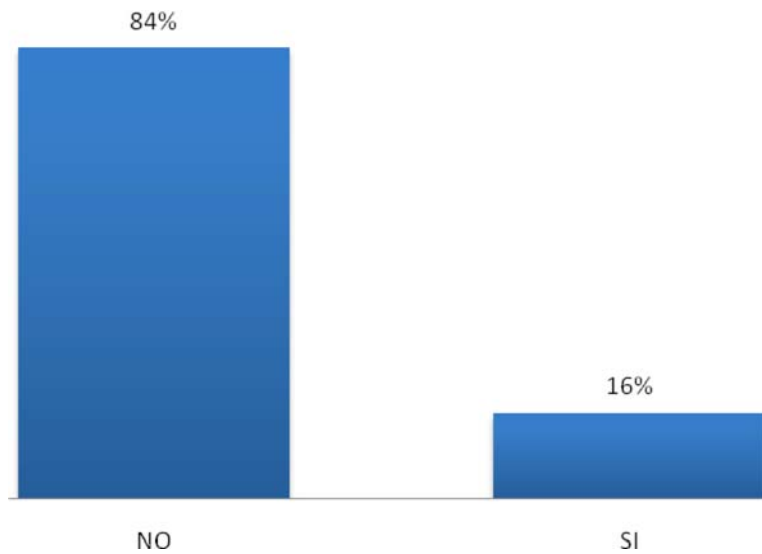
PREGUNTA 16.- A falta de la leche que ha dejado de comprar, ¿qué otro producto se consume en su hogar?



La disminución en el consumo de leche por el aumento en su precio ha orillado a la población a sustituir su consumo con otros productos más asequibles a su ingreso. El 39% mencionó al té como sustituto y 27%, al café.

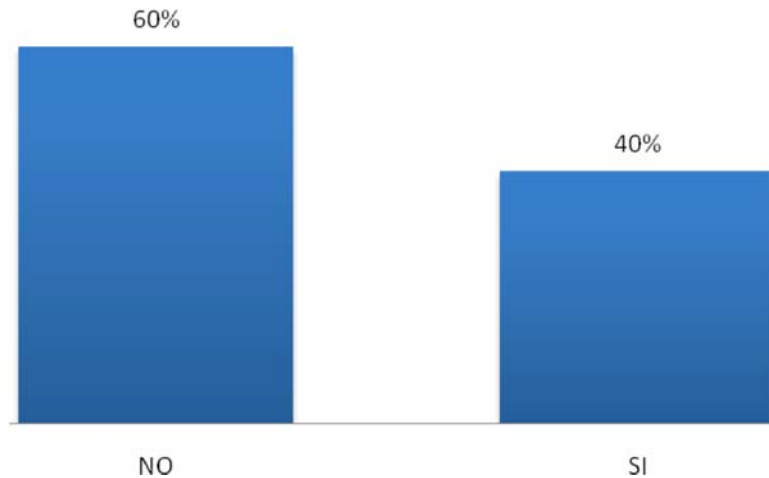
Resulta preocupante que cerca de la mitad de la población, el 45.8% que en la pregunta anterior respondió que su consumo de leche había disminuido, esté perdiendo los beneficios de la leche fortificada LICONSA, pues resulta claro, por sus respuestas, que ninguno de los productos, a excepción tal vez del 15% que suman las respuestas de “otro” y “jugo”, contienen los nutrientes que proporciona la leche.

PREGUNTA 18.- ¿Ha considerado retirarse del programa LICONSA a raíz del aumento?



Esta respuesta nos da una clara señal de la importancia que la ingesta de leche reviste para los beneficiarios del programa LICONSA, pues a pesar de que la población se ha visto seriamente afectada por el incremento de este bien de primera necesidad, cerca del 85% de la población no piensa retirarse del programa LICONSA, lo cual indicaría que, aunque se ha visto afectada en su consumo, la población prefiere reducir su gasto en otros rubros para seguir recibiendo su dotación de leche.

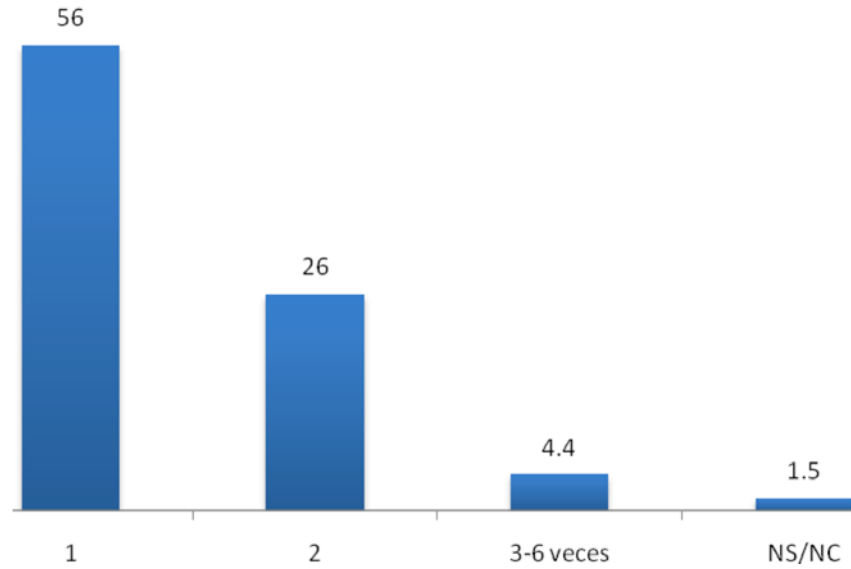
PREGUNTA 19.- ¿Se ha visto en la necesidad de prestar su tarjeta para no causar baja del programa?



La población se ha visto enfrentada a un doble problema; por un lado, no le alcanza para seguir comprando la leche al nuevo precio; y por otro, tiene que comprar la dotación que le corresponde, debido a que, por el reglamento del programa al no asistir por el producto, es retirado del padrón de beneficiarios.¹⁶ Ante este problema, una de las opciones encontradas por la población es recurrir al préstamo de las tarjetas para no causar baja en el programa.

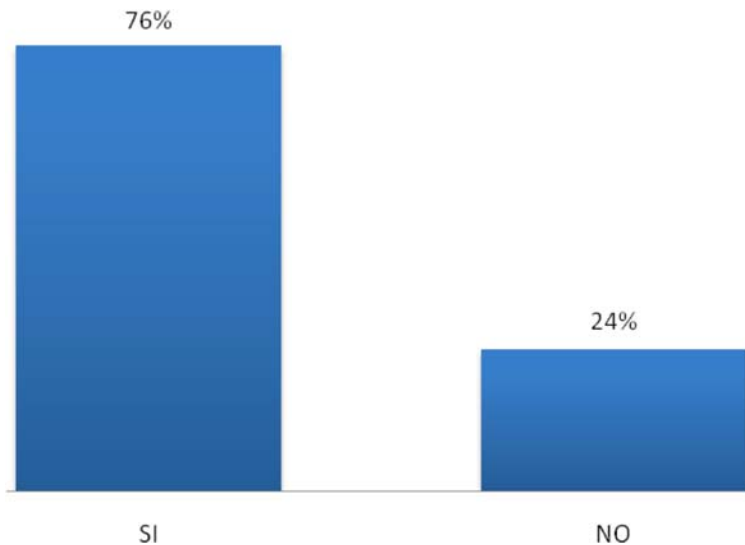
PREGUNTA 20.- ¿Cuántas veces a la semana presta su tarjeta?

¹⁶ Según está especificado en las Reglas de Operación del Programa de Abasto Social de Leche a cargo de Liconsa, cuando la familia deje de asistir a recoger su dotación de leche durante un periodo mayor de 30 días calendario, en el caso de leche fluida, y mayor a 60 días calendario para el caso de la leche en polvo.



A pesar de la explícita prohibición expresada en el reglamento de operación del programa de transferir la tarjeta de beneficiario, 56% de la población manifestó que en algún momento ha tenido que prestar su tarjeta por lo menos una vez a la semana. Mientras que 26% ha prestado su tarjeta dos veces a la semana.

PREGUNTA 21.- ¿Ha tenido que dejar de gastar en otras cosas para seguir comprando su dotación semanal de leche?

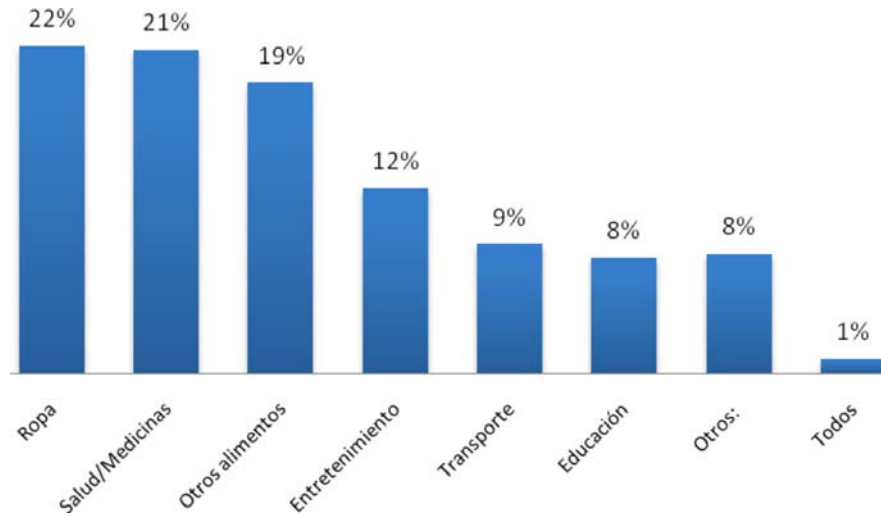


El 76%, casi 8 de cada 10 encuestados, señala que se ha visto obligado a dejar de gastar en otros rubros para seguir comprando su correspondiente dotación de leche.

Esta gráfica nos permite entrever el efecto negativo que sobre la población ha tenido el aumento de precio de la leche LICONSA, pues dada la importancia que reviste el producto dentro de la dieta de los beneficiarios y el nivel de pobreza y marginación que caracteriza a esta población, acceder a “los nutrientes con que está adicionada la leche fortificada, esenciales en las mujeres, adolescentes y adultas... mujeres embarazadas, enfermos crónicos, discapacitados mayores de 12 años y personas de 60 años en adelante”¹⁷ y para el sano desarrollo de los niños, implica el sacrificio de otros productos.

¹⁷ <http://www.liconsa.gob.mx/leche.htm>

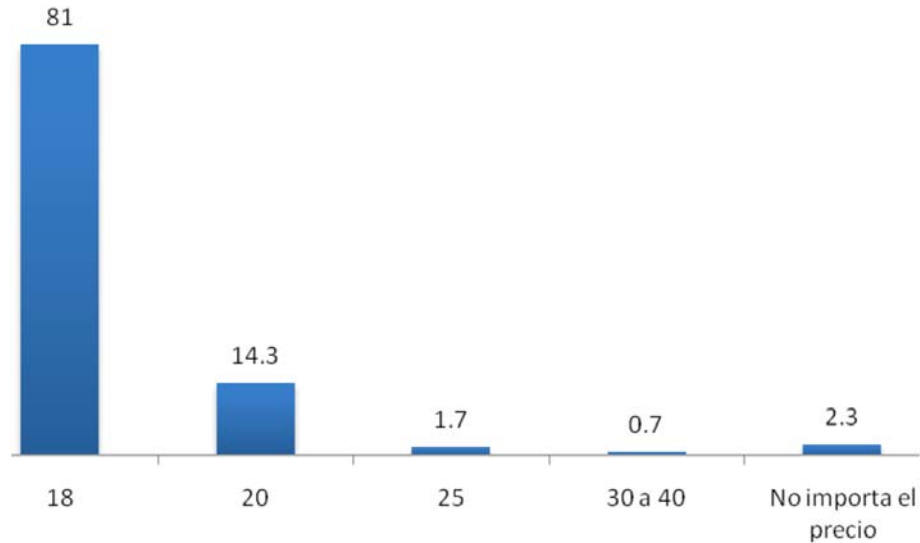
PREGUNTA 22.- ¿En qué ha reducido principalmente su gasto?



Para que la población siga consumiendo su dotación de leche, o al menos una parte de ella, se ha visto obligada a disminuir el gasto destinado a otros rubros.

Los principales rubros afectados son: ropa con 22%, médicos y/o medicinas con 21%, y finalmente, en actividades de recreación o entretenimiento con 12%, conceptos que resultan de vital importancia para el integral desarrollo de un ser humano.

PREGUNTA 23.- ¿Cuál es el precio más alto que pagaría por su dotación de leche LICONSA?



En esta gráfica se intenta establecer el precio de reserva que los beneficiarios tienen sobre la leche, es decir, el precio máximo que estarían dispuestos a pagar por un litro de leche. Para facilitar la comprensión de la pregunta, ésta fue planteada en términos de dotaciones, donde cada dotación equivale a 4 litros de leche.

El 81% no está dispuesto a pagar más allá de 18 pesos por una dotación de cuatro litros de leche, es decir 4.50 pesos por litro.

Si se volviera a presentar un aumento, en donde la dotación de ésta subiera a 20.00 pesos, sólo el 14.3% de la población estaría dispuesta a seguir comprando leche.

Si se presentaran incrementos constantes, en donde el precio llegara hasta los 40.00 pesos por dotación, es decir, que el precio de un litro de leche LICONSA

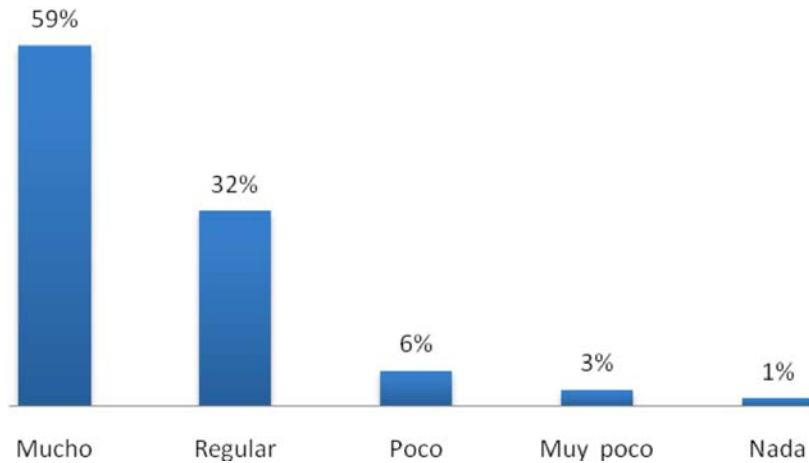
fuera similar al precio actual de la leche comercial, 10.00 pesos por litro, tan sólo el 0.7% estaría dispuesta a pagar ese precio. Resulta interesante observar que, a pesar de su bajo nivel de ingreso, para el 2.3% de la muestra no parece haber un precio demasiado alto para la leche LICONSA.

Impactos por incremento en el precio de la tortilla

Las preguntas de esta sección del cuestionario estuvieron orientadas a conocer el impacto del alza del precio en el kilo de tortilla en dos niveles: la incidencia en el ingreso monetario y su efecto en el consumo.

Tal como señala Reyes Tépac en su investigación, el incremento del precio impactaría negativamente el ingreso monetario de los hogares si las familias deciden mantener el mismo nivel de consumo que tenían antes del aumento. Por otra parte, el incremento del precio impactaría negativamente el consumo de los hogares, si las familias deciden mantener constante su gasto por concepto de tortillas.

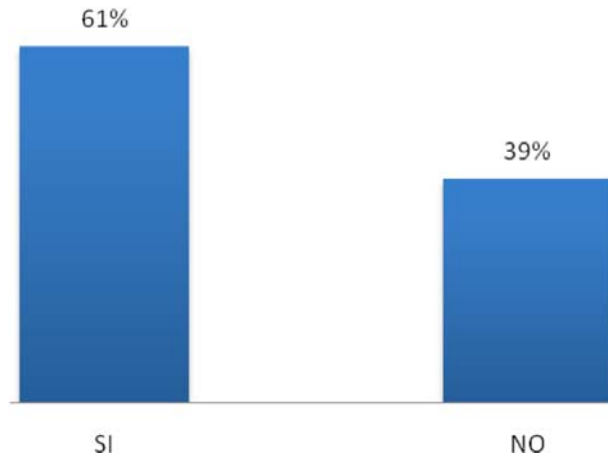
PREGUNTA 24 ¿Cómo se ha visto afectado su GASTO por el aumento en el precio de la tortilla?



El 59% de los encuestados, es decir, casi seis de cada diez, consideran que el impacto a su gasto por el incremento de la tortilla fue mucho; 32%, tres de cada diez, manifestaron que el alza les afectó de manera regular.

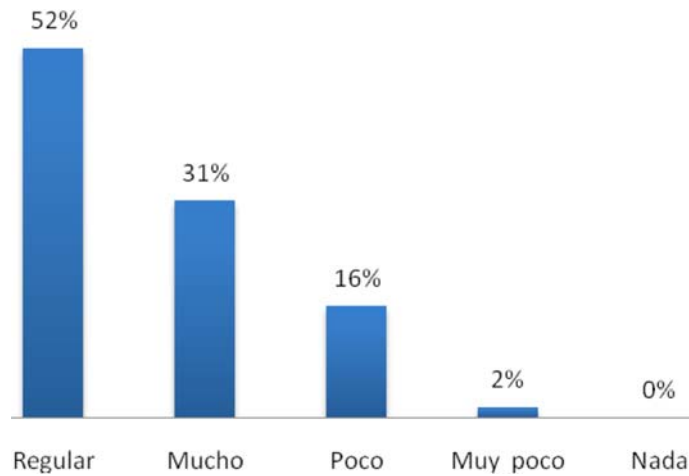
De acuerdo con el estudio realizado por Reyes Tépac, las familias pertenecientes al decil más pobre de la población (decil al que pertenece el grupo de estudio de esta investigación, como ya se ha expuesto) destinarían, después del aumento de precio, el 9.8% de su ingreso mensual a la compra de tortillas, mientras que antes del incremento era de sólo 7.2%.

PREGUNTA 25.-¿Ha disminuido su CONSUMO de tortilla por el aumento de su precio?



Ante el incremento en el precio de la tortilla, de 6.00 a 8.50 pesos en promedio por kilo, es decir un alza de 41.67%, seis de cada 10 personas encuestadas sostuvieron que sí les afectó el incremento del precio de la tortilla al tener que disminuir su consumo, mientras que sólo cuatro manifestaron que no.

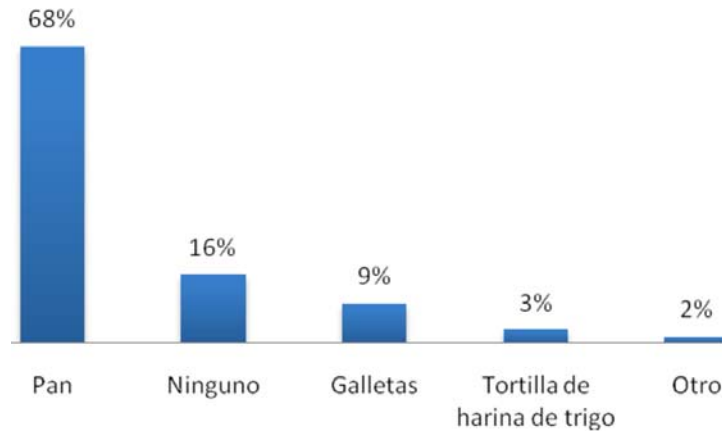
PREGUNTA 26 ¿Cuánto ha dejado de consumir tortillas por el incremento del precio?



Cinco de cada diez personas manifestaron haber dejado de consumir tortillas en forma regular ante el incremento en su precio, mientras que otras tres dijeron que lo hicieron mucho. En total, de los que respondieron regular y mucho suman el 83% de los encuestados, lo cual representa un impacto significativo del aumento del precio en el consumo de la tortilla.

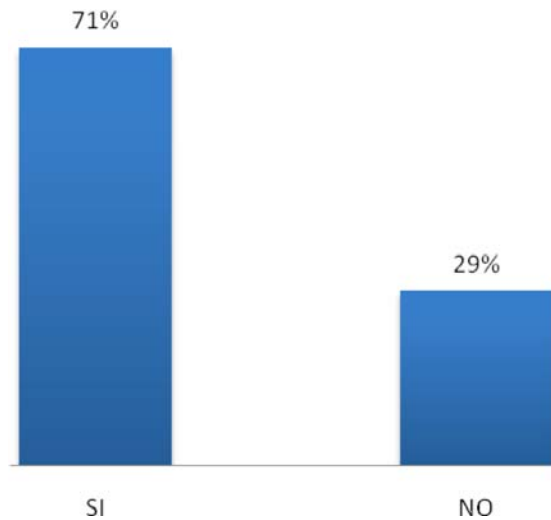
En su investigación, Reyes Tépath concluye que, si ante el incremento en su precio, las familias más pobres deciden mantener el gasto destinado a las tortillas, dejarían de consumir mensualmente 3.2 Kg, pasando de un consumo de 11.40 a 8.05 kg/hogar al mes en promedio.

PREGUNTA 27 ¿A falta de tortilla que ha dejado de comprar, qué otro producto consume en su hogar?



Ante la imposibilidad de seguir comprando tortillas, el pan resultó ser el sustituto más consumido por los encuestados; casi un 70% declaró que este producto es el que ha ocupado en su mesa el espacio que antes ocupaban las tortillas. Un 16% señaló que no hizo ningún cambio. El impacto de la tortilla de harina de trigo es mínimo como sustituto de la tortilla de maíz, posiblemente porque su precio es superior.

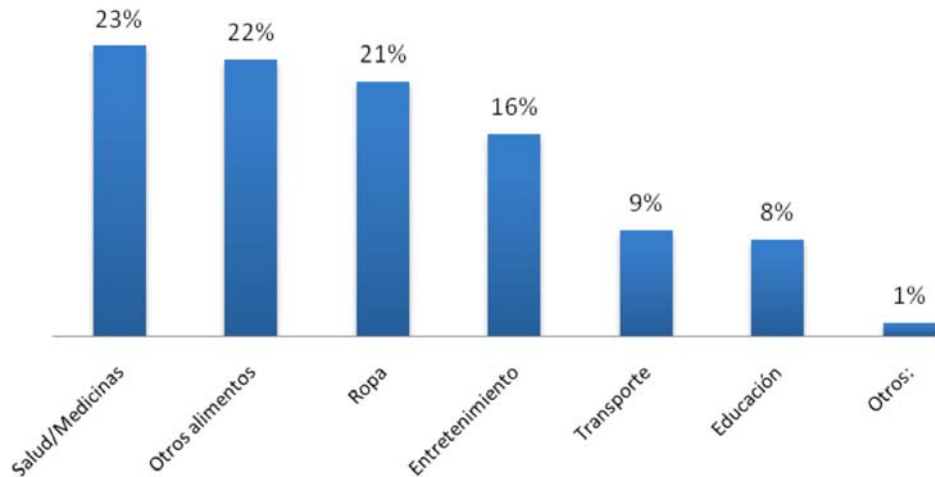
PREGUNTA 28. ¿Ha tenido que dejar de gastar en otras cosas para seguir comprando tortillas?



71% de las personas encuestadas sostuvo que sí dejó de gastar en otros conceptos para que las tortillas no faltaran en la dieta familiar. Mientras que sólo un 29% opinó que no.

Se infiere de esta respuesta que 7 de cada 10 personas encuestadas ha decidido trasladar el impacto del incremento de precio a su consumo.

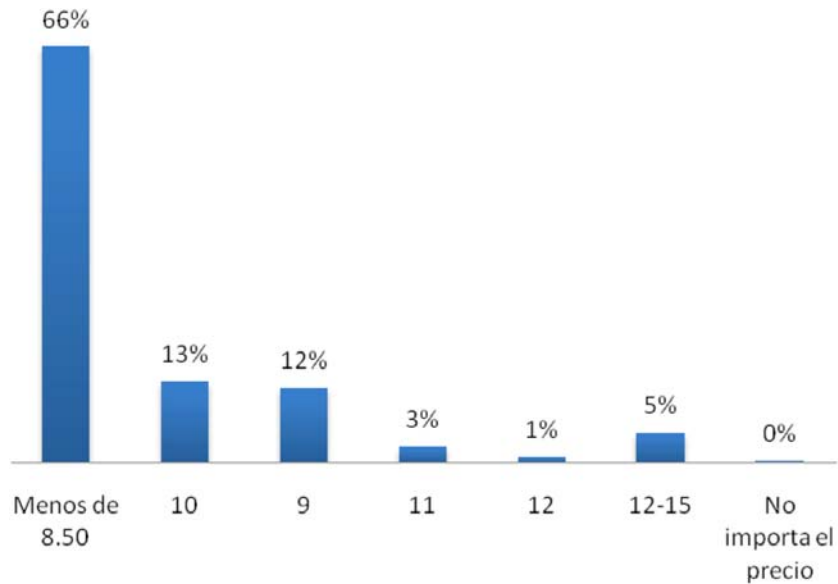
PREGUNTA 29.- ¿En qué ha reducido principalmente su gasto?



Entre las respuestas de los encuestados a esta pregunta resaltan, con porcentajes muy similares, la reducción del gasto en medicinas (23%), otros alimentos (22%) y ropa (21%).

La importancia de la tortilla en la dieta de las familias de Chimalhuacán queda de manifiesto en las respuestas de los encuestados, pues los rubros que se ven afectados son de vital importancia para el bienestar de las familias.

PREGUNTA 30.- ¿Cuál es el precio más alto que pagaría por un kilo de tortilla?



Al preguntarles sobre su precio de reserva para las tortillas, dos terceras partes contestaron que no pagarían más de 8.50 pesos por kilo, y solamente un 1% señaló que estaría dispuesto a pagar hasta 12.00 pesos por kilogramo.

A pesar de que hasta el momento de esta investigación el precio promedio por kilo de tortilla en la zona metropolitana es de 8.50 pesos, es importante precisar que el acuerdo firmado en los Pinos con los principales agentes involucrados en la cadena maíz-tortilla, el pasado 18 de enero, será sólo válido hasta el 30 de abril, es decir que podemos esperar, dado la concentración de las respuestas de esta pregunta, el impacto por un nuevo aumento sea mucho más grande.

Impactos por el incremento en el precio de la carne

Reyes Tépach, utilizando datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) de 2004 y 2005, infiere lo siguientes escenarios para el consumo de carne y el gasto que los hogares del país destinaron para ello en 2006:

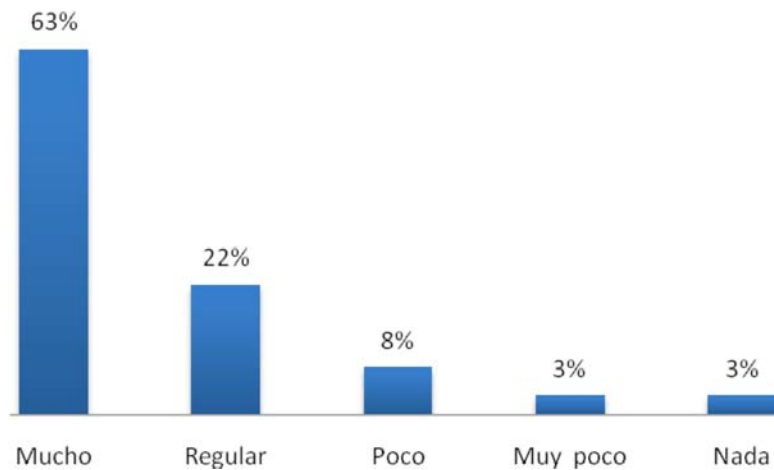
- Dado el incremento de precio, si las familias decidieran mantener el mismo consumo que tenían antes del alza, el gasto mensual promedio realizado por los hogares con los ingresos más bajos destinado a la carne de res, pasaría de 38.95 a 48.35 pesos por hogar.
- Si los hogares decidieran incrementar su nivel de gasto, la carne de res pasaría del 4.11% al 4.83% del ingreso monetario.
- Por último, si frente al incremento las familias decidieran reducir el nivel de consumo, el nivel de consumo mensual promedio en los hogares con los ingresos más bajos pasaría de 0.67 a 0.54 kg.

Aun cuando los resultados de esta investigación son agregados nacionales, las inferencias hechas por Reyes Tépach nos dan una idea clara de la dirección de los impactos en los hogares pobres del país, cuya realidad comparten en gran medida los pobres de Chimalhuacán.

Para las familias de los deciles más bajos, el consumo de la carne es muy reducido en comparación con el que tienen los hogares más ricos, mientras los primeros concentraron el 2.67% del gasto nacional agregado por este concepto, los hogares del decil más alto concentraron el 16.06% del gasto; sin embargo, el

impacto que sobre el ingreso de los hogares más pobres tiene un alza de precio, es muy significativo por el porcentaje que representa de su ingreso.

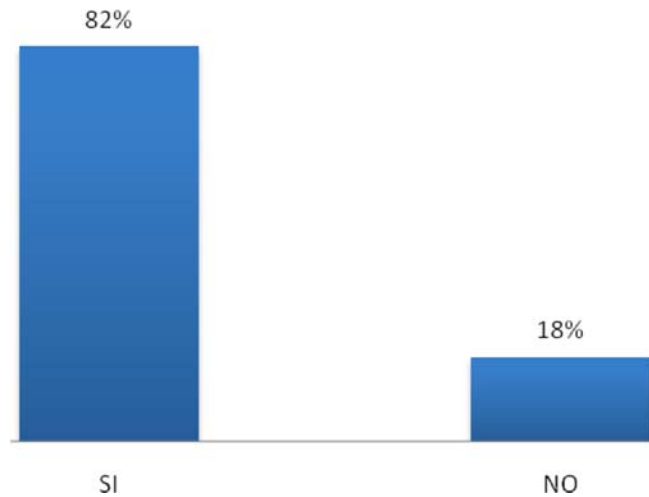
PREGUNTA 31.- ¿Cómo se ha visto afectado su GASTO por el aumento en el precio de la carne?



Según la información mostrada en la tabla comparativa publicada en *Milenio Diario*, el precio promedio por kilogramo de carne de res pasó de 58.00 a 72.00 de 2006 a 2007, es decir, un incremento de 24.14%.

Poco más de 6 de cada 10 personas señalaron que el incremento en el precio de la carne, afectó en mucho su gasto. 22% declaró que el impacto fue regular. Es decir más del 80% de la muestra resintió en su gasto de forma importante el incremento del precio de la carne.

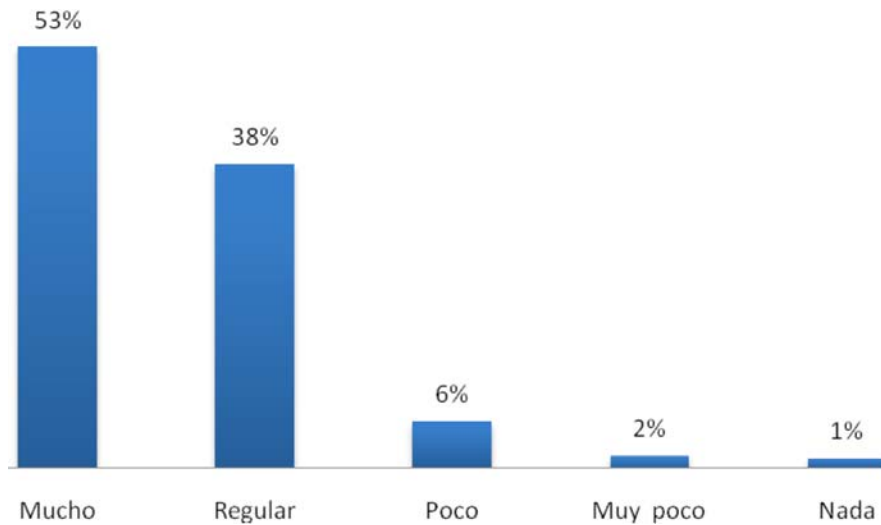
PREGUNTA 32.- ¿Ha disminuido su CONSUMO de carne por el aumento en su precio?



Según las inferencias presentadas en el estudio ya mencionado de Reyes Témach, si frente al incremento las familias del país decidieran reducir el nivel de consumo, el nivel de consumo mensual promedio en los hogares con los ingresos más bajos pasaría de 0.67 a 0.54 kg.

La gráfica muestra cómo la mayor parte del impacto por el incremento está siendo trasladada al consumo de la carne, 8 de cada 10 de los encuestados respondió que su consumo de carne se vio disminuido como consecuencia del incremento en su precio.

PREGUNTA 33.- ¿Cuánto ha dejado de consumir carne por el aumento de precio?

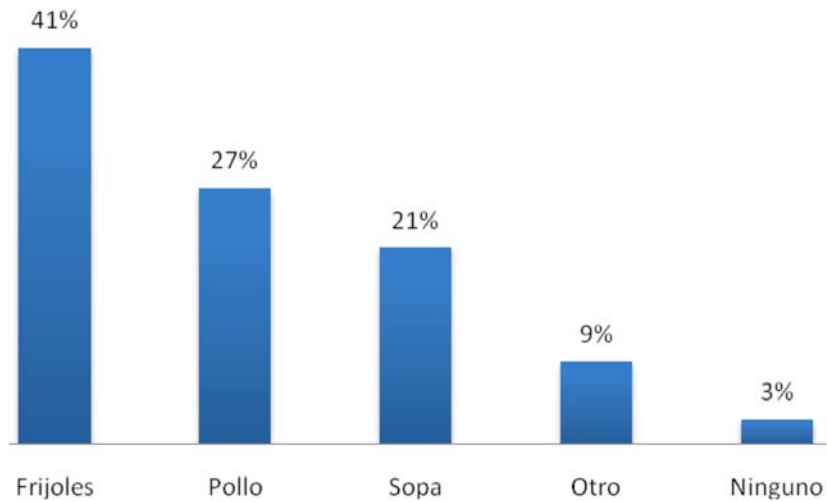


Poco más de la mitad señaló haber reducido en mucho su consumo de carne al incrementarse el precio. Asimismo, casi un 40% expresó que había reducido el consumo de carne en forma regular.

Tal como se ha señalado anteriormente, el consumo de carne en los estratos más pobres es bajo en comparación con los hogares del decil más alto, según datos de la ENIGH 2004 y 2005, éste representa apenas el 14% de los gastos mensuales que los hogares más pobres destinan a los productos alimenticios de la canasta básica, mientras que el estrato más rico destina 50% de su gasto por este concepto¹⁸.

¹⁸ Cálculos propios a partir de un cuadro Elaborado por la Subdirección de Economía de los Servicios de Investigación y Análisis adscrita al Centro de Documentación, Información y Análisis de la Cámara de Diputados con información del INEGI, *Encuesta Nacional de los Ingresos y Gastos de los Hogares, 2004 y 2005*.

PREGUNTA 34.- ¿A falta de carne que ha dejado de comprar, qué otro producto se consume en su hogar?

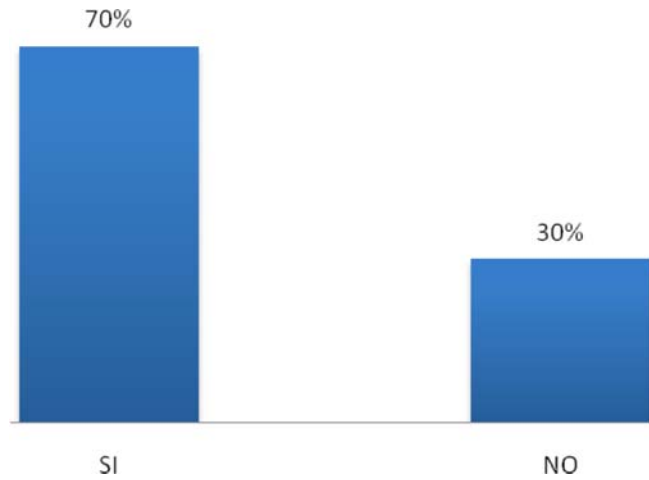


Como sustitutos en la reducción del consumo de carne aparecen en primer lugar los frijoles, con un 41%, seguido del pollo, con un 27%, y también la sopa con un 21%.

El frijol es tradicionalmente el producto más consumido por el estrato más bajo; según datos de la ENIGH 2005, el gasto destinado a este producto como porcentaje del gasto total de los hogares por concepto de artículos alimenticios de la canasta básica fue de 16%,¹⁹ por lo que es de esperarse que al aumentar el precio de la carne, el sustituto natural sean los frijoles.

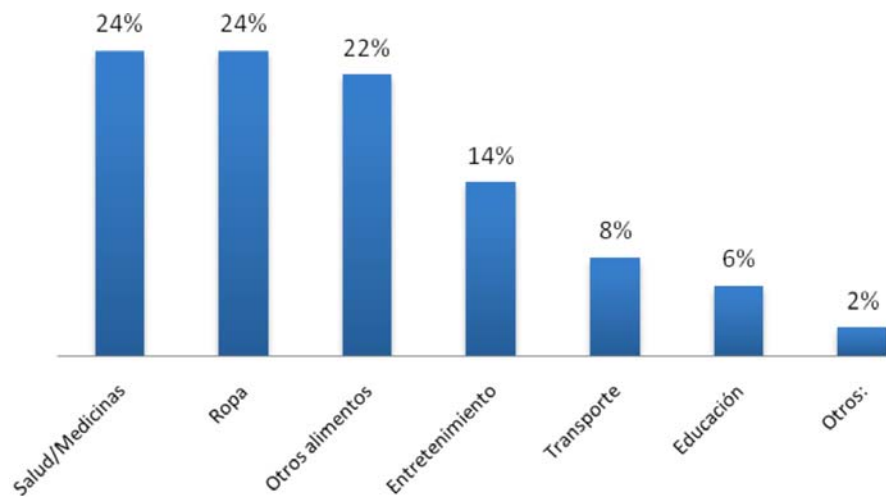
¹⁹ *Ibíd.*

PREGUNTA 35.- ¿Ha tenido que dejar de gastar en otras cosas para seguir comprando carne?



El 70% de los encuestados manifestó haber dejado de gastar en otras necesidades para comprar carne por el incremento en su precio, es decir, 7 de cada 10 encuestados así lo señaló. Solamente 3 de cada 10 personas manifestaron que no tuvieron ese problema.

PREGUNTA 36.- ¿En qué se ha reducido principalmente su gasto?



Se observa una similitud con las respuestas a las obtenidas en el caso de la tortilla y la leche, es decir, que los rubros en los que los encuestados están dispuestos a disminuir su gasto, son salud, ropa y otros alimentos.

Conclusiones

- La hipótesis planteada inicialmente por este trabajo se cumple: dado el nivel de pobreza y marginación de los hogares de la muestra, el alza generalizada de los productos alimenticios ha provocado una disminución en el nivel de bienestar de las familias, traducido en la imposibilidad de acceder a niveles de consumo satisfactorios de los productos básicos.
- El rápido crecimiento poblacional del municipio hace necesario replantear esquemas de urbanización y desarrollo humano. Las bajas tasas de educación, el alto nivel de hacinamiento y los bajos ingresos de la mayoría de los hogares de Chimalhuacán requieren de intervenciones de políticas públicas para alcanzar niveles similares al resto de la zona metropolitana.
- El nivel de incremento de los precios de los productos analizados, de 26.7% en promedio, está muy por encima del incremento real que tuvo el salario mínimo, del 4.63%, es decir, que el poder adquisitivo de la población se vio seriamente disminuido.
- El incremento de los tres alimentos de la canasta básica analizados a lo largo de esta investigación ha provocado una generalizada disminución en el gasto que las familias destinan a salud y medicinas, otros alimentos y ropa. Estos tres conceptos constituyen casi el 70% de las respuestas de los encuestados.

- Ante el alza generalizada de los precios de los productos de la canasta básica, los hogares han decidido en su mayor parte transferir los impactos hacia el consumo, sustituyéndolos por productos más económicos y por tanto más accesibles a su ingreso, comprometiendo con ello el sano desarrollo, pues es claro que los sustitutos carecen de los beneficios nutricionales de la leche y tortillas fortificadas.
- Los precios de reserva expresados para cada producto, indican que ante nuevos incrementos en los precios, el ingreso promedio de los encuestados resultaría incapaz de absorber nuevos impactos, es decir, dichos aumentos comprometerían ya no sólo el bienestar, sino la subsistencia misma de la población.
- Si bien las políticas de largo plazo son necesarias para el desarrollo del municipio, dado el extremo grado de pobreza y los fuertes impactos que el alza de precios ha tenido sobre el gasto y el consumo de los hogares de Chimalhuacán, resulta urgente la inmediata implementación de políticas compensatorias que permitan a la población, ya no obtener grados de bienestar aceptables, sino, asegurar apenas su supervivencia. De ignorarse la precaria situación económica de los habitantes del municipio, se puede esperar un aumento en la delincuencia y la violencia social, válvulas de escape natural de la pauperización social.

Bibliografía

Cortés, Fernando et al. Medición de la Pobreza 2002-2004. SEDESOL, México, 2005.

Indicadores sociodemográficos de la Región III, Chimalhuacán 1950-2005. Gobierno del Estado de México. 2005

Nota Técnica para la medición de la pobreza con base en los resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares, SEDESOL, 2002.

Pérez Zamorano. Abel. Proyecto de desarrollo de la Zona Oriente del Estado de México. CEMEES. México DF, 2005.

Quispe Llanos, Renán. Necesidades básicas insatisfechas. INEI, Perú. 2003.

Rodríguez Ramírez, Hector. Propuesta metodológica para la medición de la pobreza en Nuevo León. ITESM, Campus Monterrey, 2004.

Szalachman , Raquel. IX Curso Internacional Reformas Económicas y Gestión Pública Estratégica. Santiago de Chile, 19 al 23 de Noviembre de 2001.

Tépach M., Reyes. El impacto en los hogares del país por el incremento en los precios de los artículos alimenticios que forman parte de la canasta básica. Centro de documentación, información y análisis. 2007.

ANEXO I



CHIMALHUACÁN.: IMPACTO DEL AUMENTO EN EL PRECIO DE LOS ALIMENTOS BÁSICOS EN SU CONSUMO

FECHA _____ MUNICIPIO _____ LOCALIDAD O COLONIA _____

¡SALUDO! SOMOS ENCUESTADORES DEL CENTRO MEXICANO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS Y SOCIALES, A.C., Y ESTAMOS REALIZANDO UNA ENCUESTA PARA CONOCER EL IMPACTO DEL AUMENTO EN EL PRECIO DE LOS ALIMENTOS BÁSICOS EN SU ECONOMÍA FAMILIAR; SOLAMENTE LE TOMARÁ 10 MINUTOS DE SU TIEMPO (ACLARAR QUE NO SE PIDE NOMBRE NI OTROS DATOS PERSONALES).

¿Es usted beneficiario del programa LICONSA?
 NO (Dar las gracias. Buscar otra persona)
 SI (Continuar la encuesta)

1) ¿Cuáles de los siguientes servicios tiene en su vivienda? (leer opciones)

1	Agua potable	
2	Electricidad	
3	Drenaje	
4	Ninguno	

2) ¿Cuál es el material utilizado en su vivienda, (leer opciones en cada concepto)

2.1 En Pisos?:

1	Tierra	
2	Cemento	
3	Losa	
4	Madera	
5	Otro: _____	

2.2 En Paredes?:

1	Madera	
2	Ladrillos	
3	Adobe	
4	Cartón	
5	Otro: _____	

2.3 En Techos?:

1	Madera	
2	Cemento	
3	Lámina	
4	Cartón	
5	Otro: _____	

3) ¿Sin contar cocina y baños, cuántos cuartos tiene su casa?

Número Ns/Nc

4) ¿Cuáles de los siguientes aparatos se tienen en su hogar? (leer uno por uno)

1	Teléfono	
2	Radio	
3	Videocasetera/DVD	
4	Licuada	
5	Refrigerador	
6	Lavadora	
7	Calentador de agua	
8	Automóvil o camioneta propios	
9	Computadora	
10	Celular	

5) ¿Cuántas personas viven en su domicilio?

--

6) ¿Cuáles son las edades de los HOMBRES que viven en su casa? (en los espacios anotar la edad por habitante)

Edad	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	

7) ¿Cuáles son las edades de los MUJERES que viven en su casa? (en los espacios anotar la edad por habitante)

Edad	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	

8) ¿Cuántos de los habitantes de su hogar son beneficiarios del programa de LICONSA?

1	1	
2	2	
3	3	
4	4	
5	5	
6	6 o más	

9) ¿Cuál es el grado máximo de estudios del jefe de familia?

	Trunca	Completa
1		
2	Primaria	
3	Secundaria	
4	Preparatoria/Bachillerato	
5	Licenciatura	
6	Posgrado	

10) ¿Cuál es la ocupación del jefe de familia?

1	Taxista/Chofer de micro	
2	Albañil	
3	Artesano	
4	Comerciante	
5	Mecánico	
6	Empleado	
7	Obrero	
8	Otro: _____	

11) ¿Cuántos personas de su hogar trabajan?

Número Ninguno

12) ¿Si juntara el ingreso de todos los que trabajan en su hogar, cuánto ganan en total a la semana?

1	No tienen ingresos	
2	0-250 pesos	
3	250-500	
4	500-1,000	
5	1,000-1,500	
6	1,500-2,500	
7	2,500 o más	
8	NS / NC	

13) De los recientes aumentos en diversos productos, ¿Cuál considera que es el que más ha afectado a su economía familiar?

14) ¿Cómo se ha visto afectado su GASTO por el aumento en el precio de la leche LICONSA? (leer opciones)

1	Mucho	
2	Regular	
3	Poco	
4	Muy poco	
5	Nada	

15) ¿Ha dejado de consumir leche tras el aumento en su precio?

SÍ (continuar) NO (pasar a la 18)

16) ¿A falta de la leche que ha dejado de comprar, qué otro producto se consume en su hogar? (leer opciones)

1	Refresco	
2	Jugo	
3	Café	
4	Té	
5	Otro _____	
6	Ninguno	

17) ¿Desde que aumentó el precio de la leche, cuántas veces ha dejado de ir por su dotación?

18) ¿Ha considerado retirarse del programa LICONSA a raíz del aumento?

SÍ NO

19) ¿Se ha visto en la necesidad de prestar su tarjeta para no causar baja del programa?

SÍ (continuar) NO (pasar a la 21)

20) ¿Cuántas veces a la semana presta su tarjeta?

Veces a la semana

21) ¿Ha tenido que dejar de gastar en otras cosas para seguir comprando su dotación semanal de leche?

SÍ (continuar)

NO (pasar a la 23)

22) ¿En qué ha reducido principalmente su gasto? (leer las opciones)

1	Entretenimiento	
2	Salud/Medicinas	
3	Transporte	
4	Ropa	
5	Educación	
6	Otros alimentos	
7	Otros: _____	

23) ¿Cuál es el precio más alto que pagaría por su DOTACIÓN de leche LICONSA? (leer las opciones)

1	18.00 pesos	
2	20.00 pesos	
3	25.00 pesos	
4	30.00 pesos	
5	35.00 pesos	
6	40.00 pesos (leche comercial)	
7	No importa el precio	

24) ¿Cómo se ha visto afectado su GASTO por el aumento en el precio de la tortilla? (leer opciones)

1	Mucho	
2	Regular	
3	Poco	
4	Muy poco	
5	Nada	

25) ¿Ha disminuido su CONSUMO de tortilla por el aumento de su precio?

SI (continuar)

NO (pasar a la 28)

26) ¿Cuánto ha dejado de consumir tortillas por el incremento de precio? (leer las opciones)

1	Mucho	
2	Regular	
3	Poco	
4	Muy poco	
5	Nada	

27) ¿A falta de la tortilla que ha dejado de comprar, qué otro producto se consume en su hogar? (leer las opciones)

1	Pan	
2	Tortilla de harina de trigo	
3	Galletas	
4	Otro _____	
5	Ninguno	

28) ¿Ha tenido que dejar de gastar en otras cosas para seguir comprando tortillas?

SÍ (continuar)

NO (pasar a la 30)

29) ¿En qué ha reducido principalmente su gasto? (leer las opciones)

1	Entretenimiento	
2	Salud/Medicinas	

3	Transporte	
4	Ropa	
5	Educación	
6	Otros alimentos	
7	Otros: _____	

30) ¿Cuál es el precio más alto que pagaría por un kilo de tortilla? (leer las opciones)

1	Menos de 8.50 pesos	
2	9.00 pesos	
	10.00 pesos	
4	11.00 pesos	
5	12.00 pesos	
6	12-15 pesos	
7	No importa el precio	

31) ¿Cómo se ha visto afectado su GASTO por el aumento en el precio de la carne? (leer las opciones)

1	Mucho	
2	Regular	
3	Poco	
4	Muy poco	
5	Nada	

32) ¿Ha disminuido su CONSUMO de carne por el aumento en su precio?

SI NO

33) ¿Cuánto ha dejado de consumir carne por el aumento de precio? (leer las opciones)

1	Mucho	
2	Regular	
3	Poco	
4	Muy poco	
5	Nada	

34) ¿A falta de la carne que ha dejado de comprar, qué otro producto se consume en su hogar? (leer las opciones)

1	Frijoles	
2	Pollo	
3	Sopa	
4	Otro _____	
5	Ninguno	

35) ¿Ha tenido que dejar de gastar en otras cosas para seguir comprando carne?

SÍ NO

36) ¿En qué ha reducido principalmente su gasto? (leer las opciones)

1	Entretenimiento	
2	Salud/Medicinas	
3	Transporte	
4	Ropa	
5	Educación	
6	Otros alimentos	
7	Otros: _____	

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

SEXO: 1.- FEMENINO 2.- MASCULINO ()	OCUPACIÓN: 1.- _____ ()
EDAD: 1.-18 A 24 2.-25 A 34 3.-35 A 44 4.-45 A 54 5.-55 A 64 6.-65 O MÁS ()	
ESCOLARIDAD: 1.-SIN ESTUDIOS 2.-PRIMARIA 3.-SECUNDARIA 4.-PREPARATORIA O EQUIV. 5.-CARRERA TÉCNICA 6.-UNIVERSIDAD O EQUIV. 7.-PROFESOR 8.-POSTGRADO 9.-NS-NC ()	