



EL COLEGIO DE SONORA

DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES

**Las estrategias comerciales de las cerveceras nacionales por el control del mercado de
Hermosillo, Sonora, 1950-1985**

Tesis presentada por

Mario Alberto Gómez Araujo

Como requisito parcial para obtener el grado de

Doctor en Ciencias Sociales

En la línea de investigación de Estudios Históricos de Región y Frontera

Directora de la tesis:

Dra. Ana Isabel Grijalva Díaz

Lectora interna: Dra. Esther Padilla Calderón

Lector externo: Dr. Jesús Méndez Reyes

Junio 2022

Resumen

El objetivo general de esta investigación es analizar las estrategias de penetración y crecimiento desarrolladas por las compañías cerveceras nacionales (Cuauhtémoc, Moctezuma y Modelo) para ampliar el mercado de Hermosillo en términos de producción, distribución y consumo entre 1950-1985. A principios del siglo XX nacieron en el país cerveceras locales que producían de manera artesanal. Así fue como poco a poco, el líquido ambarino se posicionó en el gusto de la sociedad mexicana, desplazando a otras bebidas embriagantes como el pulque, el tequila y otros aguardientes. Lo que facilitó la rápida aceptación por las formas de presentación y acceso a ella. Las compañías cerveceras concretaron estrategias para cubrir el mercado regional.

A partir de la década de los cincuenta, la Cervecería Cuauhtémoc logró incursionar en Hermosillo, un mercado cubierto por la Cervecería de Sonora; en 1960 compró a dicha empresa y la desapareció como industria local, quedándose con el mercado y sus marcas, especialmente la High Life. En breve también incursionaron las cervecerías Moctezuma y Modelo, compitiendo así, con la Cuauhtémoc. Entre todas desarrollaron estrategias con la que mantuvieron una competencia cerrada hasta conformar un mercado hasta cierto punto equilibrado.

A través de esta investigación también se analizó a la Asociación Nacional de Fabricantes de Cerveza (ANFACER), organismo que representó los intereses de la industria cervecera nacional e hizo prevalecer que la cerveza producida por sus agremiados era completamente saludable e higiénica; única bebida autorizada por la constitución mexicana para combatir el alcoholismo. Bajo estos argumentos, la ANFACER apoyó a las compañías

cerveceras para que penetraran en el mercado de Hermosillo. El mercado de cerveza de Hermosillo se transformó luego de la federalización de los impuestos a la cerveza, en un mercado masivo en cual se dio una dura competencia entre las compañías nacionales y la local.

El Reglamento de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza en el municipio de Hermosillo en 1952 trató de inhibir la libre venta en determinados horarios y lugares de expendios para el consumo. El gobierno municipal se amparó en el reglamento para ejercer su autoridad frente al embate de las estrategias de mercadotecnia que ejercían las cerveceras que, a su vez, se amparaban también, en la federalización de impuestos de 1948. por inhibir el consumo excesivo los fines de semana, justo cuando las ventas podían alcanzar el auge en la semana.

Agradecimientos

Agradezco al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por la beca otorgada que me permitió llevar a cabo satisfactoriamente mis estudios de doctorado.

Agradezco a mis padres, en especial a don Jorge Félix Gómez quien, con apenas la enseñanza primaria, nos inculcó a sus 9 hijos que el camino que debíamos seguir era el estudio. A mi madre por darme la vida.

A mi esposa Pilar y a mis hijos Marina Montserrat y Mario Alberto por su apoyo en toda la etapa del posgrado, tanto de maestría como del doctorado.

Agradezco a mi hermana Lorenia por su apoyo incondicional en muchos eventos de mi vida.

Especial agradecimiento a mi profesora y directora de tesis, Dra. Ana Isabel Grijalva Díaz (COLSON), por su tiempo, su paciencia y sus enseñanzas al momento de realizar esta investigación. A mis lectores, Dra. Esther Padilla calderón (COLSON) y Dr. Jesús Méndez Reyes (UAB), por sus acertadas observaciones y sugerencias, compartir sus conocimientos e información, así como el tiempo invertido en la realización de este trabajo.

A mis compañeros y amigos.

Finalmente, al personal administrativo y académico de El Colegio de Sonora por las atenciones brindadas durante dicho periodo.

Índice

Introducción	7
Capítulo I. Estudio histórico de las cerveceras nacionales y conceptos clave, 1950-1985	15
1.1 Cuauhtémoc, Moctezuma y Modelo: el mercado nacional	15
1.1.1 La Cervecería de Sonora: mercado local.....	22
1.2 La industria cervecera nacional y la historia económica.....	25
1.3 Teoría del análisis estructura-conducta-desempeño.....	27
1.3.1 Estrategia de mercado	28
1.4 Federalización fiscal.....	30
1.4.1 Participaciones de impuestos federales	32
1.5 Herramientas metodológicas e investigación de archivo	32
Conclusiones	33
Capítulo II. Antecedentes históricos. El camino andado de las cerveceras en el país	35
2.1 Cerveza e industria.....	35
2.2 La Cervecería Toluca	41
2.2.1 La estrategia de comercialización de Graf	45
2.3 La Cervecería Modelo, S.A.....	52
2.5 La Cervecería Cuauhtémoc, S.A.....	61
2.5.1 Integración vertical de Cervecería Cuauhtémoc.....	65
Conclusiones	67
Capítulo III La federalización de los impuestos sobre producción y consumo de cerveza, 1948-1985	68
3.1 Primeras normativas de captación de impuestos a la producción y consumo de cerveza	69
3.2 Asociación Nacional de Fabricantes de Cerveza	75
3.3 El inicio de las convenciones fiscales nacionales para dirimir las concurrencias impositivas	79
3.4 El despacho de abogados intermediario entre el gobierno federal y los estados para federalizar los impuestos a la cerveza	90
3.5 Federalización de los impuestos a la cerveza: aprobaciones y rechazos.....	92
3.6 Las participaciones para los estados y municipios tras la federalización, 1948.....	97
3.7 Convenio para aplicar la federalización de los impuestos en estados y municipios, 1948 ..	101
3.8 Primeras reacciones contrarias a la federalización de impuestos a la cerveza	110
Conclusiones	112

Capítulo IV. Reglamentación de la venta de cerveza en cantinas y expendios en Hermosillo, 1952-1973	114
4.1. El impacto de la federalización de impuestos en Sonora	115
4.2 El Reglamento de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza en contraposición a la federalización de impuestos	118
4.3 1953: Primera reforma al reglamento de cantinas y expendios de bebidas alcohólicas y de cerveza de 1952.....	124
4.4 1961: Segundo intento de reforma y aplicación al reglamento de 1952	131
4.5 1974: amplió de horarios para el consumo de cerveza: tercer intento por aplicar el reglamento de 1952.....	138
Conclusiones	147
Capítulo V. El mercado de cerveza en Hermosillo, Sonora. La expansión de las empresas cerveceras, 1950-1985	149
5.1. Estrategias de las cerveceras para ampliar el mercado nacional	149
5.1.1 Cervecerías Cuauhtémoc, Modelo y Moctezuma.....	154
5.2. Crecimiento de la Ciudad de Hermosillo	156
5.2.1 Recursos municipales limitados: las juntas vecinales y las cerveceras unidas para el progreso de Hermosillo	160
5.2.2 Los comités vecinales como forma de cooperación comunitaria para la introducción de los servicios con el apoyo de las cerveceras.....	161
5.3 La estrategia de incursionar en los abarrotes para hacer fluir el mercado de cerveza en Hermosillo, 1950.....	164
5.4. Prohibición de apertura de nuevos expendios (1952-1957)	170
5.5 Costa de Hermosillo. La Calle Doce	171
Conclusiones	183
Conclusiones finales	184
Colofón	188
Referencias	190
ANEXOS	200
Anexo 1	200
Anexo capítulo III	201
Anexo capítulo III	202
Anexos capítulo V.....	203
Anexo Tabla 5.1	205

Introducción

Después de una revisión en archivos locales para indagar sobre las ubicaciones de las zonas de tolerancia en Hermosillo en el siglo XX, como parte de un interés inicial para tema de tesis doctoral, se percibió que había un tema transversal que marcaba la pauta con mayor interés para ser investigado. Se trataba del consumo de cerveza como una bebida no alcohólica porque contenía menor grado de alcohol (4.5) que el mezcal, el brandy, el whiskey entre otras bebidas espirituosas, que contienen entre 40 y 45 grados. Desde allí surgió un nuevo camino para focalizar los problemas que ocasionaba su consumo excesivo. No obstante, las consecutivas indagaciones condujeron a poner la mirada en leyes y reglamentos sobre la ingesta de bebidas alcohólicas y se encontró que se había normado, desde el siglo XIX la operación de las cantinas, los expendios y todos los tipos de lugares de venta para los cuales se les establecía horarios y días.

La ciudad de Hermosillo fue foco de atención para el estudio del mercado de la cerveza, ya que esta población fue el punto de encuentro entre el puerto de Guaymas y la frontera con Estados Unidos.¹ El tránsito de mercancías entre estos puntos se acentuó con la

¹ Hermosillo se encuentra en el estado fronterizo de Sonora, en el Noroeste de México. Su cabecera es la población de Hermosillo y se localiza en el paralelo 29° 05' de latitud norte y el meridiano 110° 57' de longitud oeste de Greenwich a una altura de 282 metros sobre el nivel del mar. El municipio está ubicado al oeste del Estado de Sonora, y se encuentra a 280 km. al sur de la frontera con los Estados Unidos. Colinda al noreste con Carbó y San Miguel de Horcasitas; al este con Ures y Mazatán; al sureste con La Colorada y Guaymas; al noroeste con Pitiquito y al suroeste con el golfo de California. Posee una superficie de 15,720.35 kilómetros cuadrados, que representa el 8.02 por ciento del total estatal y el 0.76 por ciento en relación a la nación; las localidades más importantes, además de la cabecera son: Miguel Alemán, San Pedro el Saucito, Bahía Kino, Kino Nuevo, La Victoria y La Manga (INAFED, 2000). Es la capital del estado desde 1879 por acuerdo del Congreso del Estado de Sonora del 26 de abril del mismo año. En el decreto para trasladar la capital que era Ures, se asentó que: “Congreso del Estado Libre y Soberano de Sonora. Tenemos el honor de

llegada del ferrocarril en 1888. Como consecuencia del progreso a nivel nacional se instalaron las fábricas de cerveza y otras industrias durante el porfiriato que dieron realce a las actividades productivas más allá de la agropecuarias. En este mismo tenor se gesta un grupo empresarial dedicado a la actividad industrial y con una visión de progreso. Durante la revolución mexicana Hermosillo se convirtió en el centro político de una corriente que defendió el constitucionalismo; para los años posrevolucionarios los herederos de la revolución trazaron los nuevos proyectos desde la capital, lo que reflejó que a mediados del siglo XX Hermosillo se consolidó como una área agroindustrial apoyado por la Costa de Hermosillo donde los grupos empresariales se había diversificado para esta época, es decir la ciudad de Hermosillo se sostenía económicamente, en gran parte, por la apertura de la frontera agrícola de la costa, que para 1950 cubría 110, 000 hectáreas bajo riego, siendo los productos principales el trigo y el algodón con los que se ejercía mayor fuerza económica que impactaba en las demás actividades económicas del sector terciario (Gracida 2001, Grijalva 2017 y Martínez 2003).

La cervecería de Sonora tuvo impacto en la población hermosillense aun cuando no consumiera sus productos. Estaba presente con el sonar de sus llamados a trabajar y el olor de sus mostos cuando se elaboraba cerveza. Formó el gusto por la cerveza en una población creciente haciéndose presente en la vida social de la capital. En este sentido, sobre los estudios de la cerveza en México, su producción y consumo, se encontró una importante aportación en tesis, artículos, libros y capítulos de libros denotando el interés por la industria cervecera y las fuentes de ingreso fiscales para el Estado. En este sentido, Gauss and Beatty

acompañar a usted para los efectos correspondientes la ley número 57, que traslada la capital del Estado a la ciudad de Hermosillo, reproducida de nuevo por esta legislatura, en sesión ordinaria de hoy por unanimidad de ocho votos” (Molina,1983).

(2014) realizan una geografía histórica del nacimiento de las cerveceras en México y el posicionamiento del gusto por la cerveza sobre otras bebidas nacionales como el pulque y el tequila. Gauss and Beatty realizan un estudio exhaustivo de las trayectorias de las tres cerveceras más importantes a nivel nacional: Cuauhtémoc, Moctezuma y Modelo. Los estudios también se centraron en la industria en particular como lo fue el caso para la cervecería Cuauhtémoc.

Pérez, Guzmán y Mayo (2012) hacen un análisis de la evolución histórica de la cervecería Cuauhtémoc y plantean las estrategias puestas en práctica por los empresarios regiomontanos para constituirse en un gran grupo económico. Parten del enfoque del devenir histórico en el que prevalece el análisis de los orígenes y evolución de la empresa. Utilizan la crónica y las descripciones, combinando los acontecimientos de la vida nacional y local de Monterrey. Desde el enfoque regional, (origen histórico) muestran las estrategias corporativas y organizacionales para adquirir otras cerveceras. Se aborda la historia de la Cervecería Cuauhtémoc, como lo menciona Ortega (2000), y en coautoría con Cerutti (2003) quienes se refieren a la trayectoria de la cervecera neolonesa. Ortega (2000) por su parte trata temas relativos a la forma, en que se financió e implementaron distintas estrategias a largo plazo para costear el desarrollo de la Cervecería Cuauhtémoc.

Barrera (1999) investigó la historia y trayectoria de la Cervecería Toluca y México, S.A., antecedente del Grupo Modelo. Parte del nacimiento de esta industria en 1875, que de taller artesanal se transformó en una sociedad anónima en 1890, afianzándose con ese paso como una empresa moderna, capaz de producir para el mercado nacional. Gracida (2003), por su parte, revela datos en términos del consumo temprano de la cerveza en Hermosillo. Destacando que, en el contexto nacional, por algunas décadas, esta industria sonoreense tuvo participación importante en cuanto su producción. Sus aportes, al igual que Valenzuela,

(2014) en Mexicali, serán un apoyo para ubicar localmente la expansión de la Cervecería Cuauhtémoc, quien en 1962 se asoció con la Cervecería de Sonora, para finalmente desaparecerla en 1968.

El objetivo general de esta investigación es analizar las estrategias de penetración y crecimiento que las compañías cerveceras nacionales utilizaron para ampliar el mercado de Hermosillo entre 1950-1980. Así como indagar sobre la pertinencia de las políticas de fomento nacional y local para incentivar la industria cervecera.

En cuanto a los objetivos particulares, el primero es conocer la trayectoria de las cerveceras nacionales para explicar su desarrollo y expansión; el segundo, identificar el crecimiento y consolidación de la industria cervecera nacional; el tercero, indagar sobre los mecanismos normativos del gobierno federal para concentrar los impuestos de la producción y consumo de cerveza; cuarto, analizar las restricciones al consumo de cerveza con base en el reglamento de cantinas y expendios de bebidas alcohólicas y de cerveza; quinto, conocer y analizar el alcance y las estrategias desarrolladas por las compañías cerveceras nacionales para ampliar el mercado en Hermosillo, Sonora en términos de distribución y consumo. Estos objetivos se alcanzaron a partir de la consulta de fuentes bibliográficas y de archivo consultadas acervos locales y distintas instituciones del país.

Respecto a la hipótesis, se concreta a partir de la operatividad de las normativas federales y locales permisivas que las tres principales compañías cerveceras nacionales utilizaron para rivalizar entre ellas por el mercado de Hermosillo a partir de 1948, justo cuando se estableció la federalización de los impuestos a la producción y consumo de cerveza, lo que ocasionó la multiplicación de giros a partir de las licencias otorgadas por el gobierno estatal. Cada una de las cerveceras forjó la expansión de la frontera del consumo gestando el nicho de mercado denominado 'Hermosillo'.

Las preguntas guías que apoyaron esta investigación fueron las siguientes: ¿Cuáles fueron las estrategias utilizadas por las compañías cerveceras nacionales para construir los nichos de mercado en Hermosillo, Sonora? ¿Qué tipo de incentivos recibió la industria cervecera nacional de los distintos órdenes de gobierno que le permitió un crecimiento sin precedentes?

El principio fundamental del marco teórico está fundamentado en la propuesta de Joe Bain y Edward Masón de la estructura del mercado, que además de esta estructura analiza la Conducta y el desempeño de las industrias; planteamiento que Porter retoma para proponer estrategias genéricas como la diferenciación, el liderazgo en costos, la segmentación con enfoque de costos bajos (1982, p.51). Tomando como base la propuesta de Porter, se consideró que el ‘desempeño’ fue la estrategia mejor utilizada por las tres cerveceras. Competieron en presentación, tamaño y precio, considerando la calidad en un estatus estandarizado de alta calidad. Es decir, para la penetración en el mercado por parte de las cerveceras, no estuvo en juego la calidad, sino más bien, el desempeño de la industria en términos estratégicos de acercar el producto al consumidor en sus distintas presentaciones, cartón, Six pack, “caguamas”, barril, etc.

Un aspecto muy importante para entender a las compañías cerveceras es la propuesta de Chandler, quien señala que la escala de la planta demostró la mayor producción a menor costo; en tanto produzcas a mayor escala, se obtendrán mejores resultados, sobre todo cuando las tres cerveceras ubicaron sus plantas a su máxima capacidad, las cuales llegaron a producir a nivel regional. En lo global, las tres cerveceras se ubicaron en una competencia muy estrecha, que impactó en términos reales, que se ampliaran los márgenes del mercado a nivel nacional. Es allí, justo cuando incursionan con mayor fuerza en el mercado de Hermosillo porque trataron de abatir todas las estrategias para lograr un mayor consumo.

En resumen, tanto Porter como Chandler ayudan a esclarecer la dinámica estructural de la industria cervecera para adquirir mayores capacidades y enfrentar los retos de innovación y las estrategias de mercado. Así mismo, el mercado también tuvo que ver con la federalización de los impuestos porque le dio mayor margen de desempeño. La federalización de los impuestos coadyuvó para que la industria tuviera mayor desarrollo y que el gobierno federal y los estados pudieran tener una sola tributación sobre producción y consumo.

La federalización de los impuestos en teoría permitía la derrama económica hacia los estados y municipios. Aunque no se comprueba en este trabajo la derrama de participaciones para Hermosillo, si se advierte que fueron una estrategia para llevar a cabo la federalización de los impuestos a través de una coordinación fiscal a cargo de SHCP. Por otra parte, la lucha de los municipios para recibir las participaciones siempre estuvo latente.

Desde la perspectiva de la historia económica, empresarial y de los negocios en México, se buscó esclarecer el desempeño de las cerveceras con sustento en los archivos locales y nacionales. Se consultó el Archivo Municipal de Hermosillo, el Archivo Histórico del Estado de Sonora, el Archivo General de la Nación y el Archivo histórico del Banco de México, que fueron claves para responder las preguntas, cumplir con los objetivos y comprobar la hipótesis.

Ahora toca identificar el contenido del capitulado de esta tesis. El capítulo primero, engloba el desempeño histórico de las cerveceras Cuauhtémoc, Moctezuma y Modelo, así también en esta trayectoria, se exponen a las cerveceras Toluca y México, Mexicali, Tecate y la Cervecería de Sonora. Aunque éstas fueron absorbidas por las primeras tres mencionadas, tuvieron un desempeño importante en sus zonas de influencias durante sus primeros años de fundación. Estas fábricas dieron paso al gusto por el consumo de la cerveza y abrieron el mercado como pioneras en la región que las albergó. En este capítulo primero

se abordan, asimismo, los ejes teóricos que facilitaron el análisis de las compañías y sus mercados, además del acompañamiento de un importante grupo de investigadores sobre la industria cervecera en general. De estos autores se partió para fortalecer las ideas que, aunado a lo encontrado en los archivos, le dieron cuerpo a la investigación. Entre estos términos se encuentra, la teoría del análisis estructura-conducta-desempeño, las estrategias de mercado, federalización de impuestos y participaciones.

En el segundo capítulo se explica el devenir histórico de las compañías cerveceras desde 1895, cuando nacen las primeras en Veracruz, Monterrey, Toluca, Sonora y otras partes del país. La industria cervecera como un detonante en la innovación industrial, específicamente, la Toluca y México, pionera en implementar la escala de planta y salir de los límites regionales. Aquí también se percibe la competencia entre regiones por productores locales que buscaban posicionarse en una región más amplia. La Cervecería Cuauhtémoc es una de las primeras en salir de su región para acercarse a la Ciudad de México e inclusive, cubre hasta Sonora con una agencia en el Puerto de Guaymas. En reciprocidad, la Cervecería Moctezuma establece una planta en Monterrey y a su vez la de Cuauhtémoc, coloca una fábrica en Nogales, Veracruz.

Para desarrollar el tercer capítulo, fue considerada la normativa histórica de impuestos que permitió al gobierno federal obtener recursos, que fueran parte de una política de centralización de tributos a los ramos productivos del sector secundario. La industria cervecera se introdujo al sistema productivo, cuya derrama impositiva centralizó la Secretaría de Hacienda para captar ingresos. Aunque, puede considerarse que, en los primeros tiempos, los impuestos a la cerveza les correspondían a los estados por tratarse de una industria local. Aunado a la federalización, se pone sobre la mesa el tema de las participaciones.

Para el cuarto capítulo, se analizan las restricciones al consumo de cerveza a partir del Reglamento de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza en el municipio de Hermosillo en 1952, y la confrontación de algunos presidentes municipales con las compañías cerveceras para reglamentar la venta en contraparte con la libertad de consumo que promovía la federalización de los impuestos a la producción y consumo de cerveza de 1948. El reglamento de cantinas y expendios de 1952 estableció límites de horarios y días de venta para combatir el alcoholismo, lo que provocó choques entre las autoridades municipales y la asociación de cerveceros entre 1952 y 1974.

Finalmente, el quinto capítulo cierra con la expansión del mercado de cerveza en Hermosillo por parte de las tres cerveceras nacionales que marcaron la pauta para competir entre ellas. Las empresas cerveceras -Cuauhtémoc, Modelo y Moctezuma- entre 1950-1985, permiten observar las estrategias para ocupar el mercado. Se valieron de algunos métodos como la de expender cerveza en un importante número de expendios y changarros o tiendas siguiendo el paulatino crecimiento de la ciudad. Otro método fueron los comités vecinales para organizar bailes en las canchas con el objetivo búsqueda del progreso de la colonia con agua, luz y drenaje. El baile semanal les permitió a los comités vecinales obtener recursos para cumplir con el objetivo planteado. Finalmente, las compañías cerveceras cubrieron hasta la Costa de Hermosillo, sin considerar el número de habitantes, ni el poder adquisitivo de los jornaleros agrícolas. En suma, las tres cerveceras más importantes penetraron en el mercado de Hermosillo entablado competencias entre sí.

Capítulo I. Estudio histórico de las cerveceras nacionales y conceptos clave, 1950-1985

El estudio histórico de la cerveza y las cervecerías nacionales (más allá de la producción y el consumo), adquiere importancia académica a partir de los años sesenta del siglo XX, cuando algunas tesis de licenciatura y posgrado exponen sus resultados en materia de fabricación, composición química, publicidad, administración o procesos de desarrollo y crecimiento de las industrias, entre otras. Solo hasta fines de los ochenta, un nutrido grupo de investigadores ponen énfasis en estudios sobre las compañías cerveceras.

En muchos de los casos, dichos trabajos abordan la historia en particular de algunas cerveceras, su creación e iniciadores, así como su comportamiento en el mercado, y no es para menos, dada la importancia que esta industria tiene en términos de empleos e ingresos fiscales. En ese sentido, las aportaciones han dado cuenta que el gobierno federal fue el potenciador y no escatimó en apoyar a la industria en términos normativos, lo que en algunos momentos incentivó a las cerveceras a desarrollarse a gran escala. Por lo tanto, el objetivo de este capítulo es mostrar un panorama general del desenvolvimiento histórico de las tres cerveceras nacionales más importantes: Cuauhtémoc, Moctezuma y Modelo.

1.1 Cuauhtémoc, Moctezuma y Modelo: el mercado nacional

En torno a la historia de la cerveza y las cerveceras, Cázares (2017) identifica que la ciudad de Monterrey tiene los primeros antecedentes de producción y consumo, ya que desde mediados del siglo XIX existían registros de pequeños talleres establecidos en casas de origen germano. Ortega (2005) indicó que, a finales del siglo XIX, la cerveza no era un producto de consumo masivo en Monterrey, sólo existían dos pequeñas cervecerías, las de Juan Radke y

Carlos Hesselbart, casi toda la bebida se importaba de Alemania y Estados Unidos. La cervecería Toluca y México fue una de las empresas cerveceras de mayor escala productiva que empezó a trascender en el mercado local buscando abastecer un mercado regional cada vez más amplio. Mantenía competencia con compañías de mayor producción que cruzaban los mercados de estas cerveceras.

La estructura productiva y distributiva de la Cervecería Toluca y México, que logró beneficios a través de economías de escala y alcance incentivó a la Cervecería Modelo, a poner la mirada en ella, de tal suerte que para 1935 la Modelo ya la había adquirido y empezó a incursionar no solo en el mercado que cubría la Toluca y México, sino también en el mercado de la cerveza mexicana con bastante éxito, saliéndose de los límites regionales como lo fue la competencia que tuvo con la Cuauhtémoc en la Ciudad de México hacia la década de 1920. Barrera (1999) señaló que los directivos de la Cervecería Toluca y México se dieron cuenta que conforme el mercado se ensanchaba, de igual forma tenía que ampliar la ‘escala de planta’. Es decir, lograr la reducción en el costo unitario por producto y simultáneamente, invertir en la comercialización, distribución y red de ventas del producto específico (Barrera 1999).

Barrera (1999) enfatizó en la magnitud que representó la Toluca y México en el tiempo que estuvo operando y la importancia para su región en términos de dar a conocer el producto. Así también, en las estrategias para desarrollar su propio mercado en donde incluso, estableció agencias fuera del ámbito de la producción de Toluca, bajo el concepto de contratos de exclusividad, dándoles en concesión a un grupo de españoles diseminados en el territorio mexicano. Las políticas de este tipo fueron de importancia porque la cervecera fue pionera al respecto.

Guerrero (2006), indagó sobre el devenir de la empresa a través de los archivos, en ellos identificó los cambios y las transformaciones cualitativas. La información que arrojó Guerrero permite observar que se trata de una empresa sólida y de capital fuerte con conexiones importantes con otras empresas. Así, conecta a la Cervecería Toluca y México S.A. con los archivos de las empresas. Señaló que contienen información valiosa para conocer la génesis de la empresa: permiten ubicar los cambios y transformaciones cualitativas y cuantitativas en el interior de las empresas privadas. Observó las imbricaciones empresariales, las relaciones sociales y culturales gestadas al interior de la compañía, así como los vínculos que desarrolló la cervecera al exterior. Es decir, las relaciones económicas y políticas que se establecen con el Estado, la clase política y las elites económicas, con las organizaciones privadas y gubernamentales, además de ubicar al empresario como sujeto activo dentro de la sociedad y dentro del sistema económico.

Para Guerrero (2006), la estrategia empresarial que empleó la Compañía Cervecería Toluca y México para generar el salto de taller a industria consistió en monopolizar las materias primas mediante la integración vertical, que fue una constante de las empresas industriales fundadas a finales del siglo XX, con la finalidad de abaratar los costos y ser una empresa autosuficiente.

Pablo Iriarte, que, junto con otros empresarios del ramo de la panadería, crearon la Cervecería Modelo en el Distrito Federal, en la Colonia Granada en 1922 y diez años después adquirieron la Cervecería Toluca y México. Herrero (2004), coincide con Guerrero (2006) respecto a la capacidad del español Iriarte para incursionar en el mercado, en el cual, la Cervecería Modelo sería mayor su participación que la de sus competidoras Cuauhtémoc y Moctezuma. La preponderancia de Pablo Iriarte como socio de la Modelo, y pivote de la consolidación de la empresa, fue importante al proporcionar los terrenos donde se construyó

la fábrica – justo donde se encuentra ubicada la Modelo en el Distrito Federal-, y formar parte del capital fundador y del activo principal de la sociedad.

Herrero (2004) y Guerrero (2006) dejaron claro que lo importante para Iriarte fue el establecimiento de una red de comercialización por todo el país, sirviéndose en la mayoría de los casos, de inmigrantes españoles asentados en diferentes puntos importantes de la república; de esta manera, aparecen en el territorio nacional grandes depósitos dotados de transporte para la venta y redistribución de la cervecera Modelo: la Victoria, Corona y Coronita extra.

Guerrero (2006), señaló que las razones por las que la Cervecería Modelo logró posicionarse en el mercado, cimentado en la producción de escala y diversificación, fue porque la cervecera creó su propio mercado en aras de mantener y ampliar su presencia nacional aprovechando las ventajas comparativas que le proporcionaba el Estado mexicano. Esto significó posicionarse en el mercado nacional por vía de la disminución de costos que se derivaron de los altos aranceles a la importación, y por los subsidios directos e indirectos que contribuían a abaratar el costo de la producción.

En cuanto al mercado de la Cervecería Cuauhtémoc, Ortega (2002) refiere que los socios y ejecutivos que la suscribieron a lo largo del tiempo aplicaron estrategias muy específicas de crecimiento y expansión. Ortega los resume en cuatro puntos: a) la adquisición de fábricas que ya se encontraban en funcionamiento; b) la compra de la producción de otras cerveceras; c) la fusión; y d) la construcción de plantas. Cada una correspondió a distintos periodos históricos y a situaciones económicas particulares.

Pérez, Guzmán y Mayo (2012), sostienen la idea de Ortega, pero además afirman que la evolución histórica de la Cervecería Cuauhtémoc fue planeada con estrategias para consolidarse como un gran grupo económico de empresarios regiomontanos. Desde el

enfoque regional muestran las estrategias corporativas y organizacionales para reestructurarse, y a partir de esas maniobras empresariales, la Cuauhtémoc logró absorber otras cerveceras de pequeña escala y con impacto de mercado local.

En este sentido Cerutti y Ortega (2000), plantearon que el ensanchamiento de la Cervecería Cuauhtémoc implicó la reorganización de los negocios en la separación de varios departamentos que pasaron a constituirse como sociedades autónomas. Ese fue el camino elegido por la Cuauhtémoc para transformar la empresa-madre,² en grupo industrial subdividido en varias empresas. La metamorfosis de este tipo de empresa se llevó adelante al menos en cuatro tareas: a) superaba el severo trance de la revolución, los desafíos de la reconstrucción de los años veinte y la crisis de 1929; b) se integraba productivamente, internalizaba actividades y diseñaba un ambicioso sistema de distribución multirregional; c) se adaptaba a los cambios macroeconómicos y a las exigencias institucionales generados por un nuevo Estado; d) se volcaba y multiplicaba sobre un mercado nacional cada vez más protegido, en tanto aprovechaba con singular eficacia el modelo sustitutivo de importaciones.

Desde la visión empírica de García (1990), la Cuauhtémoc tuvo un crecimiento vertiginoso. El nacimiento y desarrollo de la industria constituyó el mejor estímulo para el espíritu de iniciativa. Nació humildemente; creció vigorosamente y, en seguida, comenzó a darle vida a otras industrias hasta convertirse en un emporio extendido a nivel nacional con un núcleo de múltiples empresas; tal vez en el núcleo mayor de fábricas que se ha conseguido formar en México por obra de la iniciativa privada.

² Es decir: de la cual derivaron firmas autónomas pero vinculadas. El concepto se utiliza en Cerutti (2000).

Baldares (1986), hizo un recuento histórico de la industria cervecera nacional en la década de los ochenta en la que observó la integración vertical.³ Señaló que la industria no se detuvo en su propio producto, exigió una diversidad de factorías que fueron creciendo a la par de las necesidades de las cerveceras, con la consiguiente aplicación de alta tecnología y absorción de mano de obra calificada. El conjunto de industrias fabricaba de manera paralela malta, vidrio, cartón, lámina, coronas, impresión especializada, refrigeración y hielo. Cada cervecería tenía sus propias fábricas de hielo, botellas, cajas y malta. En el caso de la cervecería Cuauhtémoc fabricaba sus propios botes, la Moctezuma y la Modelo compraban las latas a subsidiarias; la Moctezuma vendía corcholatas a la Modelo (Baldares 1986).

Así también, cada cervecera contaba con sus propias filiales para impresión de etiquetas. De tal modo que la Cervecería Cuauhtémoc, era la única que contaba con todos los insumos necesarios para la elaboración de cerveza, a excepción del lúpulo. En ese sentido Guerrero (2006), en coincidencia con Balderas (1986) señaló que el rasgo característico de dependencia tecnológica generó procesos de integración vertical (concentración de toda la fase productiva, desde los insumos básicos hasta la comercialización) y horizontal (concentración de la producción); sobre todo en lo referente a la comercialización de la malta, la fabricación de vidrio y de hielo la cervecería Cuauhtémoc mantuvo ventajas comparativas frente a sus competidores como las Cervecerías Moctezuma, Toluca y México y Yucateca- porque tenían que importar los envases o comprarlos a Vidriera Monterrey. La producción

³ Integración vertical: se da cuando una empresa realiza todos los pasos sucesivos del proceso de producción, desde la producción primaria, insumos, transformación industrial y distribución del producto. Este tipo de integración puede dar lugar a economías en la producción y se refleja más si todos los procesos productivos complementarios pueden realizarse en la misma planta.

de toda la línea de insumos le permitió a la compañía regiomontana convertirse en líder del mercado nacional desde finales del siglo XIX.

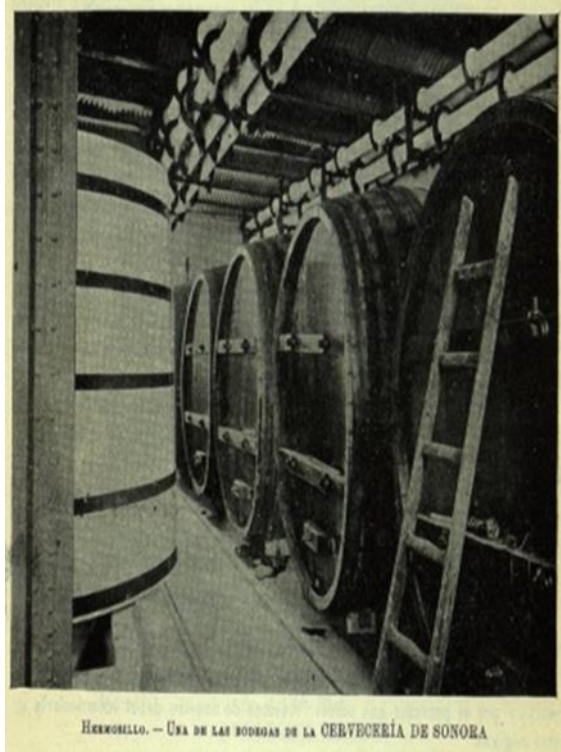
Baldares (1986) denominó filiales a las empresas integradas verticalmente a la Cuauhtémoc porque eran parte integral de las operaciones ya que la cervecera les compraba a las filiales los insumos para la producción de cerveza. Por ejemplo, Moctezuma mantenía a Central de Malta. S. A., compañía que fue establecida en 1957. El 53.1% de las acciones eran de Moctezuma y el resto se manejaban en la bolsa de valores. Estaba localizada en Puebla y manufacturaba malta de todos los tipos. Estas fueron las razones, según Guerrero (2006), por las que las compañías lograron -desde la perspectiva de la diversificación-, posicionarse del mercado nacional. La bebida de cerveza desplazó al pulque porque la industria cervecera creó su propio mercado (Guerrero 2006), así como a otras variedades de aguardientes y bebidas espirituosas de elaboración artesanal.

Gracida (2003), percibió el consumo temprano de la cerveza en Hermosillo a partir de finales del siglo XIX. Destacando que, en el contexto nacional, por algunas décadas, la única industria sonorenses tuvo participación importante en cuanto su producción. Sus aportes, al igual que Valenzuela (2014), en Mexicali, serán un apoyo para ubicar localmente la expansión de la Cervecería Cuauhtémoc, quien en 1962 se asoció con la Cervecería de Sonora, para finalmente desaparecerla en 1968, al igual que las instalaciones de la Cervecería de Mexicali en Sonora fueron adquiridas por la Cervecería Modelo en 1961.

Peñañiel (1899) contabilizó en setenta y dos, el número de cervecerías establecidas en el país, destacando Veracruz con 23 fábricas. De todas éstas, a la llegada del siglo XIX, cinco empresas controlaban las tres cuartas partes de la producción nacional y, por ende, el mercado. Estas fueron la Compañía Cervecera de Chihuahua, S.A., la Compañía Cervecera

de Toluca y México, S.A., la Cervecería Cuauhtémoc, S.A., la Cervecería Sonora, S.A., y la Cervecería Moctezuma, S.A. Es de notar que la cervecera sonorenses del Dr. Alberto Hoeffler y otros socios, se encontraba en entre las primeras productoras del líquido ambarino a nivel nacional.

Figura 1.1 Toneles de reservas de cerveza en Cervecería de Sonora



HERNÁNDEZ. — UNA DE LAS BODEGAS DE LA CERVECERÍA DE SONORA

Fuente: Guía general descriptiva de la República Mexicana

1.1.1 La Cervecería de Sonora: mercado local

La historiografía local Gracida (2003); Grijalva (2010) ha mostrado que, durante los primeros años de operaciones, la comercialización de las cervezas se dio de manera local, y poco antes de la revolución mexicana. Las distintas marcas cubrían mercados locales y algunas de ellas empezaron a cubrir el mercado nacional, provocando con ello, un carácter de competencia. La Carta Blanca, propiedad de la Cuauhtémoc, que salió al mercado en 1897 se distribuía

desde la ciudad de México hasta Sonora. En el Puerto de Guaymas, la Cervecería Cuauhtémoc tenía establecida en 1907 una agencia de sus productos, misma que estaba a cargo de Manuel E. Otálora. La Cervecería Cuauhtémoc había vendido solo en 1906, “algo más de 50,000 cajas y 10,000 barriles de sus cervezas” (García de Alva, 1907, p. 205).

Domenech (1899) especificó que la cerveza elaborada en la Cervecería de Sonora era la mejor de la República por las condiciones químicas de su elaboración y por su exquisito paladar. Domenech (1899) también consignó su visita a la fábrica, que en ésta había 52 depósitos con capacidad de 6.260 litros cada uno de ellos, los que permitía una existencia de 3.250 hectolitros de cerveza. El volumen de existencia de la producción rebasaba los límites de la ciudad de Hermosillo y aun, del estado.⁴

Al respecto Gracida (2003) nos dice que la cervecera distribuía su producto en todo Sonora, norte de Sinaloa y Baja California Sur, y que las marcas que para entonces producía eran: Reina Blanca, cerveza clara; High Life,⁵ cerveza clara y Centenario, cerveza oscura. Gracida (2003) escribió que en la década de los cuarenta se pusieron de moda las agencias de distribución y la Cervecería de Sonora tenía en Agua Prieta; Cananea, Ciudad Obregón, Etchojoa, Guaymas, Huatabampo Navojoa y Nogales.

⁴ *El Centinela*, periódico de Hermosillo publicó en sus páginas lo siguiente: Cervecería de Sonora. Esta importante fábrica que marcha a la cabeza de nuestra industria local produjo durante el año de 1904 la respetable cantidad de cien mil cajas de cerveza, que se vendieron principalmente en los mercados de Sonora, Sinaloa y otras partes del pacífico. Por este dato puede juzgar de la magnitud de esta importante negociación tan hábilmente dirigida por los Sres. Geo Grunnig y el Dr. A. H. Hoeffler. (17 de junio de 1906). Recuperado de [HNDM-Publicación \(unam.mx\)](http://HNDM-Publicación(unam.mx)).

⁵ La cerveza de Hoeffler tenía un sabor exquisito, cremoso, pero estaba considerado como un líquido rudo, de ensoberbecidos efectos, ya que con dos que tres “longas” de aquellas, el que bebía quedaba entrampado en sus crueles ondas y con el entendimiento entre tinieblas. Era como tomar un Cock-tail o High Ball que ya se servía en algunos bares, gracias a los adelantos que el tren nos traía desde Nogales Americano. Cacho Bojorquez-2013. Recuperado de https://issuu.com/guillermobojochoa/docs/la_gotita_995_diciembre_2013

Figura 1.2. Anuncio de High Life



Fuente: *El Imparcial*, 4 de abril de 1940

La Cervecería de Sonora no obstante que su producción, estaba limitada para los estados de Sinaloa y Sonora, su maquinaria y su organización era “tan perfecta como la más grandes cervecería de nuestra América” (González de Becerra 1933). Además, refirió que las marcas que elaboraba la Cervecería de Sonora eran: High Life,⁶ Reina Blanca y Centenario, cervezas que elogió porque “estaban elaboradas con magnífica agua y con los productos de malta importada de Milwaukee, y lúpulo de Checoslovaquia” González de Becerra (1933). Tenían establecidas agencias en Culiacán y Los Mochis Sinaloa y en el estado de Sonora estaban presentes en Navojoa, Ciudad Obregón, Guaymas, Magdalena, Altar, Nogales, Cananea, Naco, Agua Prieta y San Luis Río Colorado en cuyas agencias tenían plantas de

⁶ High Life. La famosa cerveza de este nombre se ha puesto a la venta por la Cervecería de Hermosillo. Los inteligentes que la han tomado están, de acuerdo en que es la mejor cerveza que se produce en América. Se encontrará de venta en algunas cantinas de esta ciudad (El Centinela 17 de junio de 1906). *El Centinela* 1906-05-12 HNDM-Publicación (unam.mx).

luz y refrigeración. Manifiesta el autor que, en 1934, recién habían adquirido la Cervecería de Nogales, Sonora con lo que consolidó la presencia en esa ciudad fronteriza, aunque también el interés en adquirirla fue que esta fábrica producía en territorio nacional, la preciada malta.

Con estos antecedentes, se puede afirmar que la cerveza había logrado un lugar importante en el gusto de los sonorenses. La Cervecería de Sonora, estuvo operando durante siete décadas, relativamente sin mucha competencia, lapso en el que ya existía la distribución de productos de otras cerveceras. El gusto por la cerveza ya tenía un largo arraigo en Sonora y en particular en Hermosillo, lo que ayudará a la incursión de las cerveceras nacionales a partir de la década de los cincuenta en el mercado de Hermosillo.

1.2 La industria cervecera nacional y la historia económica

El estudio de la industria cervecera nacional se enmarca en la perspectiva de la historia económica, rama de la historia en la que domina la visión interdisciplinaria, que permite un intercambio de metodologías propias de cada área del conocimiento. La gestión de análisis cuantitativos, en casos particulares, permite adentrarnos a conocer las instituciones y las empresas bancarias, financieras, comerciales o industriales, por medio de balances microeconómicos (Guerrero, 2006).

Asimismo, la historia económica, muy próxima a la historia empresarial, pero no sesgada a investigar la práctica de algunos empresarios innovadores individuales o de ciertos grupos de empresarios, sino que presta una atención preferencial al análisis de los cambios en la organización económica de las compañías o corporaciones, cambios que son parte y

reflejo de las transformaciones económicas y sociales en su conjunto (Marichal y Cerutti, 1997; Guerrero, 2006).

En específico, la historia económica es la que estudia las particularidades tanto los estudios de caso sobre empresas y empresarios concretos -valiosos en sí mismos, y que cuentan con un mercado creciente-, como también utiliza dichos estudios para examinar -con una perspectiva de análisis y fuentes microeconómicas- cuestiones más generales relativas a los sistemas de gobierno y financiación de las empresas, a los factores que afectan a su estructura, estrategia y resultados o, en última instancia, a las causas del atraso y el desarrollo económico de los países (Valdaliso, 2004).

El desarrollo complejo de la industria para la fabricación de cerveza y envasado, puso en relieve las condiciones en las que se desarrolló la industria cervecera mexicana, haciendo énfasis en tres empresas: Cuauhtémoc, Moctezuma y Modelo durante el periodo estudiado entendida como un sistema industrial representada por un conjunto de empresas y actividades dedicada a la elaboración de cerveza desde el procesos de criba, molienda, calentamiento, enfriamiento, fermentación y pasteurización hasta la comercialización (Baldares, 1986). El período de estudio de este tema que comprende de 1950 a 1985, etapa que abarca la denominada Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI) y su declive en México y Latinoamérica, la industria cervecera adquirió fuerza y sentó las bases de su propio crecimiento. Si bien es cierto que el tránsito de un modelo de desarrollo primario exportador hacia uno sustitutivo de importaciones comenzó a darse desde los años treinta, tras la crisis del 29, la industria cervecera pasó de una producción doméstica a una producción industrial de alta escala aprovechando los incentivos.

La política industrial mexicana a partir del término de la Segunda Guerra Mundial fue un esfuerzo consciente y deliberado por desarrollar la planta productiva -principalmente manufacturera- del país, inicia en la década de los cuarenta del siglo pasado cuando la coyuntura de la segunda guerra mundial hizo imperiosas las necesidades de industrialización de México. Cuando se señala explícitamente a la industria como el motor del desarrollo a partir de 1940. Dos estados reconocieron la importancia de la industria aún antes de que la crisis de 1929 pusiera de manifiesto la vulnerabilidad de la economía mexicana y su dependencia a la importación de mercancías, incluso de los bienes de consumo más básicos. En el estado de Guanajuato expidió en 1928 la Ley sobre Protección a la Industria, y en Nuevo León un año antes, la Ley sobre Protección a la Industria reglamentaria de la fracción XXXIX del artículo 63 de la Constitución Política del Estado. De dónde la industria cervecera aprovechó los incentivos para generar sus propios insumos como la corcholata (innovación del año 1903) y el laminado para la fabricación de botes, además de crear una industria para botellas de cristal para el envasado. Fueron pioneros en la fabricación industrial de botellas en el país, proceso que sustituyó el soplado, cuando compraron la patente⁷ que fue registrada en Estados Unidos por la Toledo Glass a principios de 1900, cuyo inventor fue Joseph Owens.

1.3 Teoría del análisis estructura-conducta-desempeño

Los conceptos y categorías que se utilizan en esta investigación corresponden, entre otros, a la teoría del análisis estructura-conducta-desempeño que permite comprender cómo actúan

⁷ La patente Owens. Juan Brítingham, Juan Terrazas y Francisco Belden, en asociación con el estadounidense Arthur E. Fowler habían adquirido en 1905 la patente Owens, que amparaba una muy reciente tecnología que reemplazaba los procesos manuales en la elaboración de botellas. Su inventor había patentado en Ohio, entre 1903 y 1905. los componentes de una maquinaria que eliminaba los procesos de succión mediante un sistema de vacío. La comercialización del invento quedó a cargo de la Toledo Glass Co., fabricante de las máquinas automáticas (Cerutti 1994, p.108)

las empresas en el mercado y, sobre todo, el funcionamiento de un determinado sector industrial. Para realizar el análisis bajo este esquema, se debe tener en cuenta el número de empresas y su distribución en el mercado (participantes potenciales, sustitutos, rivalidad, poder de proveedores y poder de compradores). Ello mostrará los distintos comportamientos basados principalmente en estrategias. Ubicar el proceder que tienen las empresas en función de cada estrategia y sus resultados. Joe Bain y Edward Masón, economistas de Harvard, desarrollaron el paradigma estructura-conducta-desempeño. Bain y Mason partieron de la premisa de que un sector industrial es el grupo de empresas que elaboran productos que son similares y competitivos entre sí. Para determinar la estructura de un mercado estudiaron las variables elementales como la tecnología, las características de los productos y la cuota de mercado de las empresas participantes. Esta última, indica el número de empresas y la distribución de la cuota en el mercado. La conducta y el desempeño del mercado se utilizan en el marco analítico del esquema de Bain y Mason para establecer relaciones entre la estructura del mercado. Esta idea fue desarrollada inicialmente por Joe S. Bain Jr. en 1959, quien la describió como un paradigma que ayudó a formular la política federal antimonopolio de los Estados Unidos, centrándose en concebir cómo la estructura de una industria en particular permitía abrir la puerta para que las organizaciones de ese sector industrial aprovecharan situaciones de connivencia y monopólicas para derivar de allí sus ganancias.

1.3.1 Estrategia de mercado

Porter (1982) utiliza la teoría del análisis estructura-conducta-desempeño para su propuesta de estrategia. Porter (1982) planteó que las mejores estrategias, son aquellas que reflejan necesariamente circunstancias particulares, principalmente: a) liderazgo global en costos; b)

diferenciación; c) enfoque o segmentación. El liderazgo global en costos consiste en tener instalaciones de escala eficiente y reducción de costos, además de mantener un equilibrio en gastos variables y fijos, evitando cuentas de clientes menores y enfocarse principalmente en disminuir los costos en áreas como la investigación, el desarrollo y la publicidad. Porter hizo hincapié en que se debe de tomar en cuenta el liderazgo en costos totales y la estrategia consiste en bajar costos frente a la competencia sin descuidar la calidad ni el servicio.

Porter (1982) describe que la segunda estrategia, la diferenciación, consiste en crear un producto que en la industria entera se perciba como único (Porter, 1982, p.54). Aunque señala que el proceso de diferenciación tiene algunos límites: los consumidores siempre preferirán mayor que menor variedad de bienes, pero a medida que la diferenciación es mayor, el poder de monopolio de las empresas se ejerce sobre una fracción de mercado cada vez menor lo que limita las posibilidades de diferenciación beneficiosa desde el punto de vista privado. En este caso, el cliente tendrá su preferencia por tu tipo de cervecera sobre la otra, ya sea oscura o clara. La diferenciación tiene un doble efecto sobre el consumidor: su aumento mejora la satisfacción de los consumidores y al mismo tiempo mejora su excedente, pero a medida que la diferenciación crece se aprovechan menos las economías de escala debido a que existen más empresas de menor tamaño, si cada una produce una variedad del tipo de bien en cuestión (Porter, 1982, p. 54). Para Porter (1982) la diferenciación se logra con ciertas características únicas en los productos como el diseño o la imagen de la marca; la tecnología y sobre todo las características de cada industria en cuanto al servicio al cliente y las redes de distribución.

Porter (1982) también definió que la tercera estrategia, la de concentración se debería de enfocar en un grupo de compradores, es decir en un segmento de la línea de productos o

un mercado geográfico y lo define como dar un servicio excelente a un mercado en particular (p. 55). Esta estrategia se basaría en suponer que la compañía podría prestar mejor atención a su segmento que las empresas que compiten en mercados más extensos. Aquí es donde surge una estrategia mencionada anteriormente "la diferenciación" ya que se diferencia al satisfacer las necesidades de su mercado al producirlo a un precio menor o al lograr ambas metas.

García, Taboada y Martínez (2012) escriben que generalmente se considera un mercado donde hay productos y empresas similares y permanencia en los gustos de los consumidores. Sin embargo, no se toma en cuenta que la estructura de las preferencias de los consumidores cambia, como también se modifican las estrategias y los productos que las empresas ofrecen en el mercado. Asimismo, Çevikarslan (2011) y Jaramillo (2010) teorizan que las empresas son unidades diferenciadas o heterogéneas, en las que ni las leyes de oferta y de demanda, ni el mecanismo de precios, pueden explicar las acciones organizacionales de los individuos.

1.4 Federalización fiscal

Se debe destacar que en la literatura al respecto no existe el concepto de federalización fiscal pero dada la importancia para esta investigación se le relacionará con la llamada política fiscal que contendrá en esencia la federalización de los impuestos a la producción y el consumo de cerveza en 1949, y que partir de esta se establecerán nuevas reglas entre los diferentes órdenes de gobierno por las llamadas participaciones.

El término política fiscal, constituye un elemento clave para fomentar la cohesión social: por un lado, suministra ingresos importantes para el financiamiento del gasto público,

y por otro, sirve como herramienta redistributiva en el marco de justicia social” (Cuestas 2013, pp. 29-30). La política fiscal significa que los recursos que aporta la sociedad en impuestos son destinados adecuadamente por el gobierno al gasto e inversión pública, y la sociedad espera recibir a cambio una contraparte en tanto ella, a final de cuentas, financia al Estado.

El Diccionario de Economía Aplicada de Galindo (2008), define a la política fiscal como el “conjunto de variaciones en los programas de ingreso y gastos públicos que lleva a cabo el decisor político, con el objeto de alcanzar los diferentes objetivos de política económica, tales como un cierto nivel de empleo, una tasa tolerable de inflación, crecimiento económico, etc.” (p. 383). De igual manera, el Diccionario Enciclopédico de Economía. Finanzas y Empresa de Peral y López (2006) define a la política fiscal de la siguiente manera: “Junto con la monetaria, forman la base de actuación de la política económica de un gobierno para conseguir la estabilidad y los objetivos de política macroeconómica. Puede ser también un instrumento eficaz para lograr la redistribución de la renta y de la riqueza” (p.371).

El sistema tributario mexicano tiene su base principal en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en la cual se crean los lineamientos bajo los cuales se organiza la Nación. Según la Constitución, México es un país libre y soberano constituido como república representativa, democrática y federal (artículo 40), de ahí que existan facultades para cobrar impuestos en los tres ámbitos de gobierno, federal, estatal y municipal. En orden de importancia en primer lugar se encuentran los impuestos federales, que son los que más ingresos otorgan al sector público, en segundo lugar, siguen los impuestos estatales y por último los municipales. La política fiscal del Gobierno Federal destina un porcentaje de los impuestos recaudados, a los estados y municipios, a través de las participaciones.

1.4.1 Participaciones de impuestos federales

En México, ha sido una constante que los impuestos estatales y los municipales representan una parte accesorio en relación con los ingresos totales, al grado que más del 80 por ciento de los ingresos corresponden a las llamadas participaciones. Esta dependencia a recursos federales de estados y municipios se ha agudizado en las últimas décadas debido a la pérdida en la capacidad de cobrar impuestos, siendo dependientes en gran parte de los ingresos que la federación les otorga por la vía de las contribuciones federales. De ahí que en los últimos años los impuestos de tipo federal hayan llegado a representar más del 90 por ciento de todos los impuestos recaudados por estados y municipios.⁸

1.5 Herramientas metodológicas e investigación de archivo

Para realizar el análisis de la competencia y agresividad de la estrategia de penetración del mercado de Hermosillo por parte de las tres cerveceras más importantes; dentro del cual se establecerá el predominio de una de ellas entre las décadas del sesenta y los ochenta. Ejemplo de este predominio fue la Cervecería Modelo, para el año de 1970 su mercado se extendía desde el sur del estado hasta Guaymas, y en la siguiente década, hubo una agresiva campaña por parte de esta compañía por cubrir hasta Hermosillo. Para 1980 los dos puntos fuertes de venta de esta compañía estaban en Ciudad Obregón y la capital del estado, Hermosillo.

⁸ El Ramo General 28 (Participaciones a Entidades Federativas y Municipios), controlado por la Secretaría de Hacienda se refiere a los recursos que se transfieren a las entidades federativas y a los municipios, correspondientes a las participaciones en ingresos federales e incentivos económicos, de acuerdo con la Ley de Coordinación Fiscal y los Convenios de Adhesión al Sistema Nacional de Coordinación Fiscal y sus anexos, así como de conformidad con los Convenios de Colaboración Administrativa en Materia Fiscal Federal y sus anexos.

Las referencias metodológicas se basarán en el Fondo de la Correspondencia de presidencia del municipio de Hermosillo, entre 1940-1985. Además, las Leyes de Alcohol contenidas en Archivo Histórico del Congreso del Estado, 1946-1976; y en el Archivo de FEMSA y el de Eugenio Garza Sada en Monterrey. En la Ciudad de México se consultará el AGN, Fondo de Industria y Comercio, Hacienda y Crédito Público y el Archivo Histórico del Banco de México.

Conclusiones

El resultado de la revisión historiográfica de un nutrido grupo de historiadores sobre la historia empresarial e historia económica de la industria cervecera mostró que era un tema vigente que se proyectó en trabajos académicos de tesis y artículos. Pero el estudio específico sobre del mercado de la cerveza en Hermosillo de largo aliento no había sido abordado a pesar de su importancia. En resumen, la trayectoria de las empresas cerveceras atrajo la atención entre otros, de los historiadores económicos para analizar sus formas particulares de expansión, innovación y mercadotecnia. Autores que mostraron un interés por analizar el comportamiento de esta industria desde su creación a fines del siglo XIX hasta la década de los cincuenta, cuando la escala de producción pasó de talla artesanal a un proceso industrial. En cambio, la industria cervecera de la década de los ochenta del siglo XX, se analizó desde la perspectiva de la historia empresarial e historia económica, se han examinado los aspectos que les permitieron consolidarse como grandes empresas cerveceras de México.

En este sentido, las cerveceras Cuauhtémoc, Moctezuma y Modelo, cobraron su importancia por la capacidad de producción y su proyección a nivel regional desde su

fundación porque fueron creciendo a la par de las necesidades que exigía la demanda con la aplicación de alta tecnología. Estas cerveceras crearon sus propios mercados y absorbieron otros ya creados por pequeñas cerveceras. La consolidación fue a largo plazo porque mantuvieron estrategias específicas de crecimiento y expansión. La importancia de que se aborden en esta tesis radica a que penetraron en el mercado de Hermosillo compitiendo entre ellas a partir de la década de 1950.

En el siguiente capítulo se analizarán los cambios profundos que experimentó la industria de la cerveza en México, caracterizados por haber impulsado cadenas de elaboración, conectadas con importantes eslabonamientos productivos que conformaron conglomerados empresariales bien organizados y altamente centralizados, mostrando la trascendencia en lo particular de este trio de cerveceras y sus formas de crecimiento en procesos de producción y mercado.

Capítulo II. Antecedentes históricos. El camino andado de las cerveceras en el país

Este capítulo tiene como objetivo analizar el devenir histórico del desempeño de las tres cerveceras nacionales Modelo, Moctezuma y Cuauhtémoc desde su fundación hasta la década los ochenta. El proceso de crecimiento empresarial desarrollado entre 1920 y 1950, prácticamente fue hacia adentro. Sufrió modificaciones en su estructura productiva y organizacional, en tanto que, después de los sesenta, especialmente a partir de los primeros años de esta década el crecimiento fue hacia afuera y de manera ascendente. Las cerveceras trataron de cubrir distintos puntos del mercado nacional rompiendo barreras de límites estatales porque en gran medida la política hacendaria así se los permitió.

En términos de industrialización, fueron proyectándose como grandes empresas cerveceras en el mercado nacional y no como pequeñas productoras de origen local, tal como habían figurado desde fines del siglo XIX. Cuando las tres compañías cerveceras empezaron a competir por los distintos puntos del mercado en Sonora -a mediados de la década de los cincuenta-, tenían atrás procesos de crecimiento empresarial muy dinámico y estaban dispuestas bajo estrategias agresivas, a posicionar sus productos como preferentes en Hermosillo, siendo éste el asunto a tratar en el presente capítulo.

2.1 Cerveza e industria

La cerveza era uno de los productos de consumo que se producía de manera artesanal en el primer lustro del Porfiriato. Al respecto, Román, (2016); Barrera, (1999); Gauss and Beatty, (2014); Guerrero, (2016); Mejorado y Gómez (2015) dan cuenta de la existencia de varios talleres caseros distribuidos en algunos estados de la República. Tres hechos marcaron la

importancia vital para que se instalara la industria cervecera en México a fines del siglo XIX. En primer término, la llegada de la industria moderna, “conformada por la introducción de la máquina que funcionaba con un motor central; la concentración de la fuerza de trabajo en grandes establecimientos y el ingreso del capital en el sistema productivo” (Casado, 2009, p.1).

En segundo, se instituyó la figura de sociedad anónima en el Código de Comercio de 1889 con lo que la organización de las compañías bajo la figura de sociedad anónima representó un vuelco organizacional porque se incorporaron a las sociedades un número importante de inversores y estimuló “el inicio de grandes empresas, al ofrecer certidumbre al capital, definir reglas de juego, y alentar con ello las inversiones locales y extranjeras” (Cerutti, 2019, p. 34). A principios del siglo XX se formaron compañías de gran tamaño con capitales cuantiosos. Tiempo que fue testigo del nacimiento de la industria de acero, cemento y petróleo, así como de empresas ferrocarrileras y fábricas de cerveza, jabón y cigarrillos (Recio, 2007, p. 156).

En tercer lugar, a considerar en el marco empresarial cervecero, fue la red ferroviaria porque agilizó el abastecimiento de las materias primas y productos terminados a través de sus casi 20 mil kilómetros a lo largo del país. Integró al centro-norte de México y la economía de Estados Unidos. Articuló gran parte del territorio nacional generando dinámicas regionales, y, por consiguiente, se sostuvieron las familias empresariales integradas por mexicanos, e inmigrantes que nutrieron ambos mercados (Cerutti, 2019, p.34).

Considerando que, de acuerdo con Haber (1989) quien señaló que a inicios de la década de 1890 los empresarios fundaron fábricas cerveceras en distintas partes de la República Mexicana y que la población las recibió con gran beneplácito. Ante el incremento

de las fábricas cerveceras⁹ el gobierno empezó a reglamentar la producción con el fin de mejorar la calidad, por un lado, pero por el otro cobrar los impuestos generados por la venta y la producción. En un inicio, las fábricas de cerveza se crearon como una industria doméstica con monopolios locales establecidos en las ciudades más importantes del país sacando del mercado -a través de esta estrategia de producción local-, la cerveza importada. En cuanto a la ampliación del mercado regional, la red ferroviaria favoreció a la integración de un mercado interno, el cual permitió el crecimiento de las cerveceras por medio del encadenamiento hacia atrás y hacia adelante.¹⁰ Hacia atrás los agricultores entregaban la materia prima (cebada) en la industria cervecera y esta su vez podía distribuir el producto terminado (cerveza) en los puntos de venta.

El impacto del ferrocarril facilitó que algunos talleres artesanales cerveceros fueran transformados en industrias modernas,¹¹ aunado a la política fiscal que permitió que se establecieran bajo el carácter legal de Sociedad Anónima (S.A.). Los cerveceros mexicanos aprovecharon las ventajas dispuestas en el Código de Comercio de 1889 para asociarse con inversionistas, principalmente extranjeros, dedicados al comercio y la minería, para formar sociedad anónima. Bajo la figura de sociedad anónima, las cerveceras locales incursionaron en nuevos mercados urbanos, a la par de admitir la competencia desde su posición regional. Ante la vigencia de un mercado nacional más integrado, las cerveceras operaron

⁹ Para 1899 existían alrededor de 69 cervecerías, pero solo cinco de ellas producían alrededor de 6000, 000 de litros de cerveza. Estas eran: Cervecería de Chihuahua, Cervecería Toluca y México, Cervecería Moctezuma, Cervecería de Sonora y la cervecería La Perla de Guadalajara, Jalisco (Recio, 2007, p. 20).

¹⁰ En términos de Hirschman “son aquellos en los que un productor local demanda de la industria local insumos que antes importaba” (Meisel 2008, p.204).

¹¹ Desde el planteamiento de Chandler la “empresa moderna” sustituyó a la pequeña empresa familiar. Este cambio lo especifica como capitalismo gerencial, donde la empresa ya no está dirigida por una persona o una familia, sino por directivos, y sujeta a los mecanismos de mercado, en la coordinación de las actividades de la economía y en la asignación de sus recursos (Chandler, 1996).

regionalmente y lo explotaron para crecer a través de nuevas estructuras comerciales, en lugares muy alejados de sus fábricas. Con mayores posibilidades de colocación del producto en el mercado, las compañías invirtieron en tecnología para aprovechar de manera conjunta el desarrollo científico e innovador, como la fabricación del hielo y la pasteurización. Desde la perspectiva teórica experimentaron un crecimiento vertical y horizontal, al grado de que, en menos de dos décadas, en cada industria regional se manifestaron estos aspectos de crecimiento industrial y expansión del mercado.

Las cerveceras Toluca y México, Cuauhtémoc y Moctezuma desde su fundación en el último tercio del siglo XIX, buscaron monopolizar los insumos para su producción en aras de lograr su crecimiento y expansión, aunque en un inicio dependieron de la tecnología europea y norteamericana, a mediados del siglo XX las empresas cerveceras tomaron sus propias medidas para desarrollar las tecnologías necesarias para colocar el producto en el mercado.

En este sentido, para elaboración de la cerveza se requerían de insumos importados como la malta y el lúpulo, pero así también de insumos locales principalmente agua, semilla de cebada. El agua local tenía cierta pureza que le daba un sabor especial que generaba la variedad o marcas de cerveza. Además de esos insumos se innovó en la elaboración de botellas, barriles, corcholatas, etiquetas y medios de transportación. En determinado momento, dependiendo siempre de la escala de la producción, la industria cervecera logró obtener todos los componentes en el país. Un factor importante para su crecimiento fue despojarse del velo de taller artesanal y constituirse en sociedad anónima incorporando a inversores como socios.

Durante el porfiriato la concentración industrial se desplegó en las del acero, el jabón y el papel y no se dio en la industria cervecera debido a las propiedades perecederas del

producto. La inexistencia de un transporte refrigerado impedía centralizar la producción nacional en una sola cervecería (Haber 1989). En ese aspecto, Barrera (1999) indicó que, al crearse a fines del siglo XIX las principales industrias cerveceras compitieron para lograr la penetración de sus productos en el gusto del consumidor en el ámbito nacional, y obteniendo en esa contienda una parte del mercado en las distintas regiones de México. Por esa razón Blanco y Romero (2016), destacaron que las cervecerías nacionales no solo desplazaron a las marcas extranjeras, sino que se volvieron exportadores de su producto. Para 1907 exportaron cerveza a Estados Unidos, Alemania, España y Guatemala. Asimismo, esta rama industrial estableció cadenas industriales para reducir costos de producción, integrando la mayoría de las empresas la producción de envases de vidrio para embotellar el líquido de manera automática y sacar el producto al mercado de manera más económica.

La popularidad y la rápida prosperidad de la industria cervecera fue debido a la producción de cerveza tipo ‘Lager’ embotellada y de baja fermentación. La primera compañía en sacarla al mercado fue la Compañía Cervecería Toluca y México, S.A., en 1880, industria que la procesaba con el método de fabricación mecánico. Además, durante el paso de elaboración artesanal a industrial, la Toluca y México se vio en la necesidad de adaptar nueva maquinaria, y, en consecuencia, la contratación de trabajadores especializados en la producción de la cerveza (Guerrero, 2006).

Con el surgimiento de la industria cervecera mexicana se desarrollaron geografías sociales y económicas diferenciadas con las que se reflejó vigorosamente los patrones demográficos de influencia regional (Gauss y Beatty, 2014). A fines del siglo XIX, el consumo se percibió con importante presencia en las áreas de clases social alta y con una incorporación desproporcionada de inmigrantes del centro de Europa, así como también de los estados cercanos a la frontera con Estados Unidos, pero a mediados del siglo XX, el consumo de

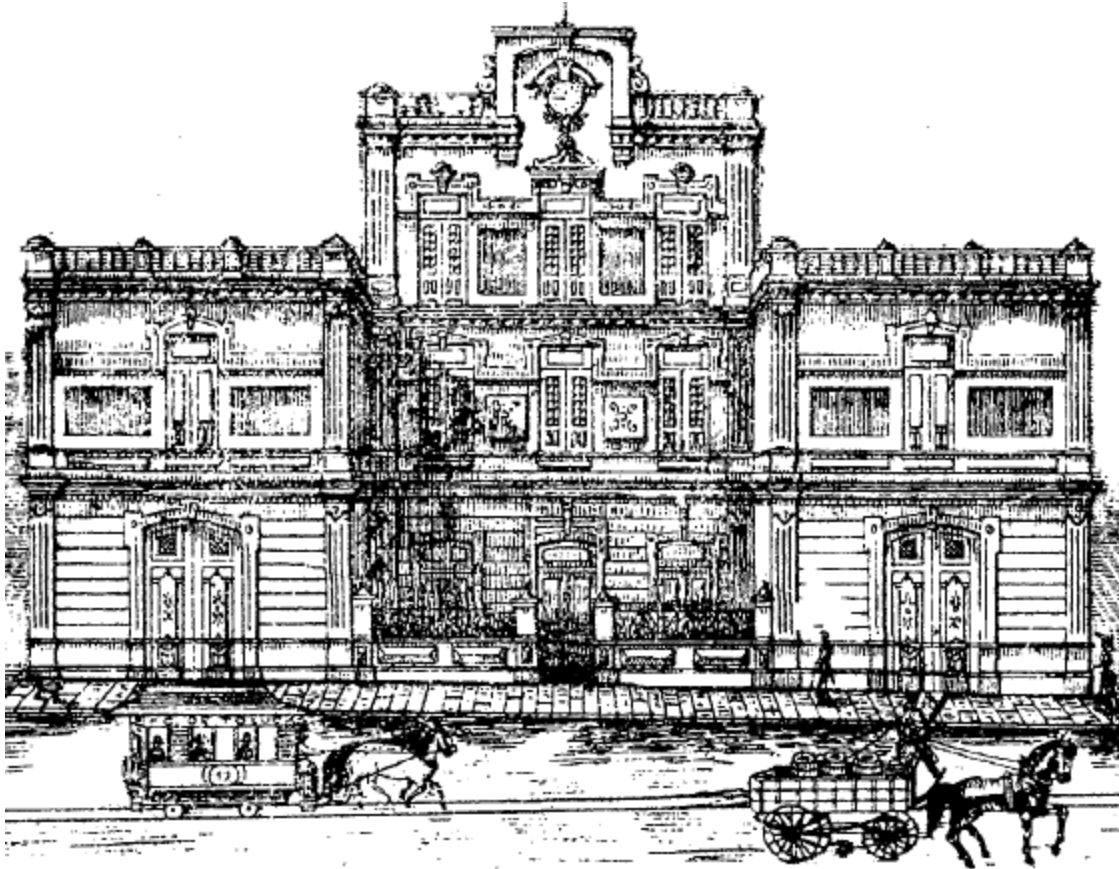
cerveza se había extendido más allá de sus enclaves regionales abarcando distintas clases sociales.

Con base en lo que mencionan Gauss y Beatty (2014), la diferenciación a partir del consumo per cápita de cerveza, va desde fines del siglo XIX el cual estuvo muy bajo, diversificándose gradualmente durante las primeras décadas del siglo XX, más allá de una élite urbana marcada desde la pequeña hasta la clase media, en la que se incluyó a trabajadores industriales y residentes rurales hasta cubrir en los años cuarenta a la mayoría de la población.

A mediados del siglo XX, cuando surgen nuevas aspiraciones y costumbres modernas bajo las perspectivas de la clase media emergente, asociadas a la evolución en la escala económica de México, se crearon nuevas oportunidades impulsando nuevas empresas, campañas de mercado y, finalmente, fusiones corporativas. A partir de ese momento, la historia de las tres cerveceras preponderantes (Cuauhtémoc, Moctezuma y Grupo Modelo) estuvieron ligadas de manera similar, en términos de producción, expansión y crecimiento de mercados (Gauss y Beatty, 2014).

2.2 La Cervecería Toluca

Figura 2.1 Fachada de la Cervecería Toluca y México en 1892



Fuente: Guzmán (1994).

El suizo Agustín Merendez,¹² fue quien inició la cervecería en la ciudad de Toluca en 1865 de manera artesanal y de baja escala que producía cerveza estilo casero llamada “sencilla”. Diez años después, otro suizo, Santiago Graf, la compró, teniendo un activo circulante de 10 mil pesos y planta laboral de 13 trabajadores (Barrera, 1999; Guerrero, 2006). Para tener una idea de la pequeñez de la factoría de Santiago Graf, Castañeda R. (1998) asienta que

¹² Díaz (2019), el apellido lo escribe Marendaz, y señala que su nacionalidad debe haber sido suizo-francés, y la forma de escribir el apellido aparenta ser la correcta, ya que el apellido efectivamente existe en Suiza. Mills lo escribe Merendez; Haber (1989) lo escribe Marentes.

“comenzó a operar la fábrica, con sólo seis pajas de agua (cerca de 2.26 litros por minuto). Este dato es un indicador de la pequeña escala de sus operaciones. La fábrica estaba ubicada en una casa de la plaza Zaragoza que había pertenecido a José María González Arratia, por eso era conocida como la cervecería Zaragoza” (p.164).

El rasgo de taller artesanal cervecero establecido por Graf en Toluca, tenía la característica de tener un único dueño, y dado la baja producción, el empresario no tenía dificultad en administrar su negocio. En ese aspecto, Barrera (1999), asentó que el nacimiento y la estructura de producción de la Cervecería Toluca y México, tuvo similitudes a lo acontecido en Alemania a finales del siglo XIX,¹³ en tanto concentraba su mercado de consumo en un ámbito regional y amparado en un sistema administrativo de carácter familiar. Un tipo de estructura que duró en Alemania hasta la tercera década del siglo XX en el 90% de sus cervecerías, cuando ya el sistema ferroviario cubría el mercado nacional y la estructura administrativa de otras empresas había evolucionado. Lo que se había iniciado como un reducido centro de producción en la década de los sesenta del siglo XIX, se convirtió en corporación enorme a fines del porfiriato con la razón social de Cervecería Toluca y México, S.A. Para 1910, el capital suscrito de la compañía había crecido en 2 millones de pesos,¹⁴ con

¹³ Chandler (1994), señaló que a fines del siglo XIX los alemanes construyeron rápidamente cervecerías lo suficientemente grandes como para obtener las ventajas económicas de la escala. Como era de esperar, las primeras empresas en realizar la inversión en las nuevas tecnologías de alto volumen dominando sus regiones. En 1911, menos del 10% de las cervecerías alemanas ya representaban el 37% del total de cerveza producida en el país. También Chandler (1994), asentó que a medida que la red ferroviaria alemana se completó, las principales empresas regionales: las de Dortmund en el oeste; Munich en el sur; Leipzig y Berlín en el centro, y Breslau en el este, empezaron a competir más entre sí y a participar más en el comercio de exportación, sin embargo, las organizaciones de dirección de las empresas regionales seguían siendo relativamente pequeñas y las empresas estaban controladas por familias. Antes de la Primera Guerra Mundial, al menos una empresa cervecera se trasladó más allá de sus fronteras regionales y, al hacerlo, creó una amplia jerarquía de gerentes (pp. 433-434).

¹⁴ Haber (1989) indicó que no tenía el registro del momento en que esta cervecería pasó de ser una empresa familiar al mando de Merendez, a una sociedad anónima, pero ya en 1898 la compañía aparecía en la Bolsa Mexicana de Valores con un capital declarado de 1.2 millones de pesos.

una producción anual de alrededor de un millón de litros de cerveza y una nómina de entre 650 y 800 trabajadores.

La compañía cervecera toluqueña puede considerarse la más antigua de las productoras no regionales, aunque se localizaba en Toluca, y su mercado principal fue la ciudad de México, también distribuía su producto en todo el centro del país. En 1885 alcanzó a producir entre 3 y 5 hectolitros diarios de cerveza, abasteciendo principalmente la demanda municipal,¹⁵ aunque desde un lustro antes, su producto llegaba a los alemanes afincados en Angangueo, Michoacán, en Real del Monte, Hidalgo y en la ciudad de México (Von Mentz, 1982). Atendiendo la industrialización en el contexto mundial, la Cervecería Toluca y México debió transformar su taller en una industria moderna para crecer y atender la demanda existente de cerveza, lo que no podía cubrir su pequeño taller de manera inmediata porque no tenía los requerimientos financieros, y la planta de trabajadores era solo de 50 y 10,000 pesos invertidos en maquinaria. Por lo que Santiago Graf, se vio en la necesidad de asociarse con un grupo de alemanes.

De esa manera Graf en 1890, dio el gran salto al gestar la Compañía Cervecería Toluca y México, constituyéndola como sociedad anónima, con capital proveniente de los llamados comerciantes-financieros (Barrera, 1999). Estos comerciantes-financieros participaban como accionistas en las nuevas empresas manufactureras mediante capital de riesgo, y no a través de la adquisición de títulos de deuda, lo cual los hacía accionistas importantes vinculándolos directamente con las operaciones y las decisiones estratégicas de las empresas. Los alemanes en México se involucraron en ramas industriales muy diversas: cementos, cerveza, vidrio,

¹⁵Una de las razones para la existencia de este extremadamente reducido mercado era que el producto terminado era perecedero, y los altos precios de transporte para su comercialización, debido a los medios deficientes de transporte y las trabas que representaban las alcabalas (Barrera, 1999, p.49).

textiles, jabón, explosivos, tabacos, acero y papel, entre otras. Dada esta diversificación fue posible al transformar a empresas, estrictamente familiares, en estructuras corporativas de tipo familiar (Castañeda, 1998). Los extranjeros interesados en invertir en la industria encontraron en la ciudad de Toluca, a finales de los años ochenta del siglo XIX condiciones favorables para el desarrollo de la industria cervecera, porque en la ciudad existían todos los servicios públicos.

Tabla 2.1 Accionistas de la Cervecería Toluca y México

Accionista	Núm. de acciones	%
Scholtz	4,495	41.9
Ignacio Iturbe	1,325	12.4
Santiago Graf (testamentaria)	1,250	11.7
C. Hackmack	843	7.9
Ernesto Schroeder	825	7.7
Carlos Kleinschmidt	500	4.7
C. Deuchler y Cía.	412	3.8
G. Lohse y Cía, y Sues	325	3
Carlos Etemaud	150	1.2
Enrique Renner	100	0.9
S. Wolf	100	0.9
Ernesto Otto	100	0.9
Ernesto Greaaert	100	0.9
José Klein	87	0.8
G. Mountandon	15	0.1
Total	Total: 10,725	Total: 100

Fuente: Guzmán (1994, 00. 60-61).

Este grupo, (ver cuadro 1) se integraba principalmente por los comerciantes europeos, sobre todo alemanes y franceses cuya ocupación económica en el país había generado flujos de capital, que los llevó a las operaciones bancarias y posteriormente a la industria. Inversionistas que por las ganancias obtenidas en el comercio y la minería contaban con la suficiente riqueza y liquidez como para financiar un proyecto de inversión orientado a la fundación de una industria en el país; sin embargo, ignoraban en la mayoría de los casos todo

lo referente a la industria y sus procesos productivos. Desde la óptica de Barrera (1999), Santiago Graf, como administrador de la cervecera, operó un monopolio de materias primas a través de la integración vertical, además del tener en su haber fábricas de vidrio y botellas, así como de corchos, empaques y etiquetas. Una industria moderna bajo la escala de planta, que lo llevó a producir 10 millones de botellas en 1904.

2.2.1 La estrategia de comercialización de Graf

Asociarse con empresarios de gran calado le permitió a Graf la conversión de la Cervecería Toluca y México en sociedad anónima, escalando de taller a industria una compañía que llegaría a ser reconocida a nivel nacional (Barrera (1999)). Para la primera década del siglo XX, la Toluca y México, había logrado consolidarse como el principal fabricante y distribuidor de cerveza en el centro de México, el Bajío y algunas zonas del norte.

Lo que favoreció a la Toluca y México para su consolidación como productora regional, en gran medida fue el acceso y la velocidad del transporte ferroviario que le acercó con otras regiones. Con el flujo constante de insumos y bienes terminados movidos por el ferrocarril, los socios de la Toluca y México invirtieron y sostuvieron una maquinaria costosa y un equipo de fuerza de trabajo permanente en operación que pronto se vertieron en utilidades. En suma, para el sistema de ventas, Graf se apoyó en el ferrocarril y el telégrafo.¹⁶ Entre ambos sistemas de comunicación la empresa pudo vender directamente a los expendios el volumen estrictamente necesario, reduciendo costos requeridos en capital de trabajo. Todo

¹⁶ En apoyo de esta idea, Guzmán (1994) manifestó que “El Ferrocarril comunicó a la ciudad de Toluca con varios estados de la República, dando la posibilidad de comerciar con ellos de una manera más rápida y sin asaltos” (p.33).

esto representó una revolución organizacional dentro de la cervecería. Graf tenía una capacidad de gerencia y estrategia de tal manera que diseñó una estructura de comercialización orientada al consumo en las regiones que abarcaban San Luis Potosí, Aguascalientes, Torreón, Durango, Chihuahua (Barrera, 1999)

A inicios del siglo XX, Graf ya mantenía una red de vagones y almacenes refrigerados para la distribución en 15 estados de la República. Estableció casas de depósito de cerveza e irrumpió en nuevos mercados en el que consolidó el arraigo del producto. Para ello, instaló casas refrigeradoras y proporcionó carros y mulas para repartir la cerveza a los lugares cercanos; de igual forma, a los puntos de venta los proveyó con sillas y mesas. Las ciudades de Celaya y Guadalajara cubrían el noroeste de la república y la ciudad de Puebla, el sureste. En 1908, la Toluca y México se amplió a Durango y Chihuahua gracias a los depósitos que instaló en Torreón y Coahuila. Para 1910, el mercado de la empresa toluqueña abarcaba los estados de Hidalgo, Querétaro, Guanajuato, Michoacán, Aguascalientes, Jalisco, Sonora, Sinaloa, Tamaulipas, San Luis Potosí, Chihuahua, Coahuila, Estado de México, Morelos, Distrito Federal, Yucatán y Veracruz (Barrera 1999, pp. 66-69).

Al incursionar en el mercado nacional, la compañía detonó una carrera de abierta competencia entre las cerveceras regionales por mantener el predominio y arraigo de su producto sobre las marcas recién llegadas. Esto dio origen a agresivas campañas publicitarias masivas, orientada a ampliar el mercado de las distintas marcas de cerveza y basada en la calidad y prestigio de los productos (Barrera, 1999). Como consecuencia de este sistema de distribución se amplió la demanda, lo que generó que la cervecería Toluca y México aumentara la capacidad productiva. Nuevos mercados, requerían nuevas inversiones en tecnología y tamaño de planta acorde para cubrir equilibradamente la oferta y la demanda.

La Toluca y México para mantenerse por encima de la competencia tuvo que contar con un flujo de insumos estable y seguro, dentro y fuera de la empresa; así como mantener una fuerza laboral y escala de planta en operación con ganancias. Esta transformación organizacional soportó el aumento del tamaño de los sistemas productivos dentro de la empresa (Barrera, 1999, pp.77-78). ¿Por qué la cervecería tuvo que integrar su propia red de distribución? Según el análisis de Barrera (1999) se debió a lo inadecuado de la comercialización del mercado; llevó a cabo dos estrategias, una defensiva y otra productiva. En consecuencia, la cervecería construyó su propia organización comercial y de adquisición de materias primas. El resultado fue positivo ya que al principio la creación de una red de compra y venta fue decisiva para asegurar la coordinación administrativa y mantener la capacidad productiva al cien por ciento.

Figura 2.2 Anuncio de los productos elaborados por la Cervecería Toluca y México

Sr. D. W. Shanks Sr. Ismael Melliza
 Sres. A. B. Cordero y Ca.
Agencia Internacional
 EN CEREALIZADA
 A CARGO DE
REDOLFO CRUZ
 Avenida Independencia no. 100 - Toluca, Chih.
 GESTIONA LA COMPRA-VENTA DE
MINAS, BOSQUES Y TERRENOS
 DE MÉRITOS RECONOCIDOS
 REFERENCIAS A SATISFACCION

Sombreros de paja y jipi.
Sombreros suaves y duros
 TODOS COLORES
 KNOX -y- STETSON
 Se limpian, tiñen y arreglan
 toda clase de sombreros.

Ketelsen & Degetau, Sucrs.
 VENDEN LAS EXQUISITAS CERVEZAS DE LA ACREDITADA
CIA. CERVECERA TOLUCA Y MEXICO, S. A.
"PILSNER" "LAGER" "EXTRA"
 ESTAS CERVEZAS, POR SU PROPIA CALIDAD, SE RECOMIENDAN A LOS CONSUMIDORES.
 Precios iguales á los de las demás Cervecerías del País.

Fuente: *El Correo de Chihuahua*, 4 de febrero de 1909

El esquema de producción y distribución en masa permitió a la Toluca y México sacar ventaja en la compra de insumos y en la venta y transportación del producto terminado, que significó para la empresa una barrera protectora frente la competencia. La aplicación de nuevas técnicas de comercialización en la nueva red de distribución, a través del apoyo a los depósitos de venta y las campañas de publicidad orientadas a enfrentar la competencia. En 1908, la publicidad desempeñó un importante papel en la competencia entre las distintas marcas de cerveza. Es de entenderse que, en este contexto, la publicidad fue decisiva en la ampliación y sostenimiento del tamaño de mercado. Ejemplo de lo anterior, fue la estrategia publicitaria para promover los depósitos de venta, basados en la calidad de la cerveza Toluca Extra, liderada por el director de la Toluca y México Gottwald, estrategia que tuvo como escenario la difícil situación financiera por la que atravesó el país entre los años de 1907 y 1908 y aumentada por la competencia de las otras cerveceras, (Barrera, 1999).

El concepto de producción y distribución que utilizó la Cervecería Toluca y México para ampliar su mercado fue desde la óptica integrada, determinante en gran medida para ampliar la capacidad y el proceso de elaboración, así como mejorar los tiempos de producción (Barrera, 1999). Sin embargo, la manera de procesar la cerveza en la Cervecería Toluca y México estuvo siempre sujeta a la contingencia de la naturaleza. Es decir, en los procesos químicos necesarios para la elaboración de la cerveza no se contaban con ninguna sustancia química ni procedimiento especial como acelerante para acortar el tiempo necesario en la elaboración de un hectolitro, que tomaba entre siete y nueve semanas. Un proceso de elaboración tan largo interfería ampliamente en la capacidad almacenada ya que los resultados para atender cualquier estrategia de mercado, impedía la forma de saber exactamente el comportamiento de la demanda del producto final (Barrera, 1999).

Por estas razones fue que la Cervecería Toluca y México realizó en la primera década del siglo XX, inversiones necesarias para adquirir tecnologías que facilitaron la instalación en masa de compresores refrigerantes de anhídrido de amoníaco¹⁷ en los expendios distribuidos en el país, así como nuevas técnicas de embotellamiento, obteniendo con ello ventajas en la distribución en masa y la reducción en costos alcanzados dentro de las economías de escala y alcance.

La organización empresarial que llevó a cabo la Compañía Cervecera Toluca y México para obtener el salto del tipo taller a industria, consistió en monopolizar las materias primas mediante la integración vertical, que fue una constante de las empresas industriales fundadas a finales del siglo XIX, con la finalidad de asegurar los insumos y abaratar los costos para ser una empresa autosuficiente, de tal manera, que conformaron la fábrica de hielo en Celaya y bodegas refrigeradas en distintas zonas de la República. En 1897, se instaló junto a la planta la Fábrica de Vidrio y Botellas, con ello la compañía logró extenderse hasta los 23 mil metros cuadrados de infraestructura. Gracias al impacto en el mercado, producto de dichas inversiones, la marca “Toluca Extra” obtuvo la medalla de oro en la exposición de París en 1900. Hecho que impulsó una campaña publicitaria vigorizada con carteles coloridos y promocionales de charolas y vasos para el servicio de la bebida. De este modo, el proceso continuó con la instalación de maquinaria para empaques y etiquetas.

¹⁷ Carl Von Linde, ingeniero alemán que inventó en 1870 un proceso continuo de licuefacción de gases producido en grandes cantidades, lo que estableció las bases para la moderna tecnología de refrigeración. Además, proporcionó tanto el impulso como los medios para llevar a cabo la investigación científica a bajas temperaturas y muy altos vacíos. Recuperado de <https://www.britannica.com/biography/Carl-Paul-Gottfried-von-Linde>

Figura 2.3 Cerveza Toluca Extra



Fuente: Museo del Objeto del Objeto

La creciente demanda de cerveza incentivó a la Toluca y México para buscar el incremento en la escala de planta y conformar una industria moderna y eficiente que enfrentó al recientemente integrado mercado nacional (Barrera, 1999). Fue así como, en la primera década del siglo XX, la cervecería logró consolidarse como la principal empresa productora y distribuidora de cerveza en el centro de México, incluso logrando introducir su producto en el resto del país. La empresa obtuvo ganancias considerables hasta 1911¹⁸. La revolución mexicana desarticuló la estructura productiva y distributiva de la cervecería Toluca y México, destruyendo la integración vertical que había logrado y los beneficios alcanzados hasta antes de la lucha armada al obtener economías de escala y alcance. Los cambios que “indirectamente generó la Revolución en los ámbitos económico, social e institucional hirieron fatalmente a la cervecería” (Barrera, 1999, p.3).

¹⁸ El margen de ganancia neta de la empresa según Barrera (1999) estuvo entre 6.70% en 1908, pasando en 1909 a 4.91%; cayendo en 1923 a -12.53% y finalmente en 1924 subir a 5.72%. Ganancias expresadas en pesos oro (p.143).

La empresa funcionó durante el periodo porfirista de una forma eficiente, ya que el tamaño que representaba dentro del mercado nacional era significativo. Puede pensarse entonces que la estructura de la cervecería se encontraba lejos de ser frágil, no competitiva o poco eficiente. De esta forma parece difícil creer que fuera su ineficiencia estructural lo que ocasionara la quiebra posterior a la Revolución, y hace pensar que más bien los problemas del movimiento armado generó la causa (Barrera, 1999). Además, la Revolución provocó una pérdida de presencia en los consumidores nacionales, no solo por la falta de circulante y referentes monetarios, sino también por la falta del transporte, lo que afectó directamente al mercado de consumo que la empresa había logrado conquistar durante largo tiempo.

En suma, las ventas se redujeron en los años más violentos del conflicto (1913-1915), únicamente cubría al Estado de México, mercado que representaba sólo 15% de su demanda nacional. La Compañía Cervecería Toluca y México no pudo solventar sus gastos por múltiples razones, pero la de mayor trascendencia fue la parálisis de la transportación vía férrea que afectó a las ventas y a la compra de materias primas, y el alza de las tasas impositivas al sector. Desde el estallido de la Revolución, las pérdidas de la compañía se fueron acrecentando, de tal manera que para 1917, las pérdidas ascendían a 326 mil pesos a causa de la escasez de insumos, la renta y compra de vagones. Con el aumento del precio de producción y las huelgas constantes, a inicios de la década de 1920, generaron que la compañía dejara de operar; pero fue hasta 1935, cuando vendió sus marcas a la Cervecería Modelo, S.A. (Guerrero, 2006).

Sin embargo, luego del periodo revolucionario cayó en un estado de franca decadencia, del cual no saldría hasta 1935 cuando la Cervecería Modelo la absorbió. En esta transición se hicieron necesarios cambios estratégicos como los realizó la Cervecería Cuauhtémoc al crear la Vidriera Monterrey en 1904 y superar a sus competidores en la

producción de cerveza. Por la rápida producción automatizada esta cervecera monopolizó rápidamente el mercado de los envases, lo que generó una ventaja comparativa frente a su competidor la cervecería Toluca y México que producía sus propios envases de vidrio, pero de manera artesanal: vidrio soplado (Guerrero, 2006).

2.3 La Cervecería Modelo, S.A.

Figura 2.4 Fachada de la Cervecería Modelo en 1925



Fuente: Cervecería Modelo – 92 años de orgullo y tradición.¹⁹

Hasta antes de la compra accionaria por parte de la Constellations Brands en 2016, el corporativo de Grupo Modelo presentó una integración vertical, ya que todo era propiedad de la empresa. En su haber tenía una integración hacia delante y hacia atrás, es decir, controlaba los insumos, la producción, la distribución y la venta de la cerveza (Martínez y Vargas, 2014, pp. 145-157).

Si se revisa la historia de la cervecera durante casi todo el siglo XX, se aprecia cómo logró crecer en el mercado cervecero nacional. En 1922 un grupo de panaderos y molineros

¹⁹ Recuperado de [Cervecería Modelo - 92 años de orgullo y tradición en la Ciudad de México - MonchiTime](#)

de origen vasco y otros emigrantes, se asocian para fundar una fábrica de cerveza, dando pie a la fundación de la Cervecería Modelo, en el mes de marzo del mismo año. Para la mayoría del grupo de españoles que constituyeron esa empresa, era algo totalmente novedoso y extraordinario (Herrero, 2004; Guerrero, 2006). En la aventura inicial fueron socios fundadores: Martín Oyamburu, Marcelino Zugarramurdi, Fermín Buades, Victoriano Loperena, Fernando Iriarte, Pablo Diez y Santiago Galas, además de otros accionistas menores (Herrero, 2004).

Braulio Iriarte fue el más importante inversionista, tanto por su riqueza y aportación a la empresa como por su presencia, influencia y trascendencia en la vida económica de los vascos, en particular y de la colonia española en general. Braulio Iriarte y Vicente Fernández de la Reguera a la cabeza de la idea, aportaron dinero y terrenos para una instalación moderna y completa para la fabricación de cervezas. Industria que estaría muy vinculada a la actividad empresarial de Braulio Iriarte, quien había desarrollado la empresa Levadura Comprimida Leviatán, S.A.,²⁰ elemento primordial para la panificación y repostería, sacándola del círculo de las empresas familiares, como una sociedad anónima con varios accionistas (Herrero, 2004 y Guerrero, 2006).

La cervecería se formó con un capital de dos millones de pesos, ampliándose a seis millones en 1927. Desde el principio la dirección de la fábrica quedó en manos de Pablo Iriarte, lo mismo que la presidencia del Consejo de Administración; los otros socios fundadores fueron los consejeros. A partir de 1930, se inició la reorganización de la planta,

²⁰ Iriarte tenía la experiencia de la fábrica de levaduras Leviatán y Flor, en donde empezó a manejar la malta con la cual también se procesa la cerveza, además de que conocía el medio de las semillas que se cultivaban en México y con una de las cuales se produce la cerveza. Estas razones y su interés por participar en una rama de la industria que estaba teniendo fuertes ganancias es lo que decide a estos vascos molineros el invertir en la formación de una gran planta cervecera (Herrero, 2004, p.93).

emprendiendo una estructura de ventas para abarcar el mercado nacional compitiendo con las otras cerveceras, y se contrataron, además, técnicos y especialistas cerveceros de procedencia europea especialmente alemanes. Poco antes de su muerte, Iriarte y su primogénito vendieron sus acciones a Martín Oyamburu y Pablo Diez, quienes por este hecho se convirtieron en los principales accionistas (Herrero, 2004, pp.160-161).

En la primera década de existencia de la Cervecería Modelo, los socios invirtieron en maquinaria especializada de calidad mundial y bajo la asesoría de cerveceros connotados como Alfred Schmedtje de la empresa norteamericana Anheuser.²¹ Desde el inicio se pensó en producir cerveza que fuera competencia frente a las elaboradas por la Toluca, Moctezuma y Cuauhtémoc y otras pequeñas marcas. Pablo Diez, otro inmigrante vasco, además de consejero fue encargado de llevar la contabilidad de la industria y fungió como apoderado de la firma. El maestro cervecero Schmedtje²² introdujo la elaboración del producto con malta y lúpulo para producir gas, a diferencia de las otras cervezas, aguas minerales y sodas con sabor que se producían en el país, lo que cambió el sabor de la cerveza. Tal innovación del producto aumentó la preferencia entre los consumidores. Otra de las innovaciones medulares

²¹ Para instalar la fábrica con innovadores adelantos tecnológicos, Iriarte y Fernández compraron a Fred H. Goetz, de Chicago, una maquinaria con valor de 358 715 dólares, la cual pagarían en ocho exhibiciones. El principal objetivo de los socios era fabricar cerveza de alta calidad y para ello debían encontrar un especialista con experiencia internacional en la elaboración de esta bebida. Contactaron a la empresa norteamericana Anheuser Busch (Reyna y Krammer, 2017, p. 92).

²² Este personaje fue diplomado por la American Brewing Academy. Trabajó en un principio en la cervecería más importante del mundo, la Anheuser-Busch, de Saint Louis, Missouri, desempeñando desde 1904 hasta 1922 el puesto de director técnico. La Cervecería Modelo lo contrató como jefe de elaboración y a él se debe la primera generación de cervezas Corona y Modelo. Uno de sus méritos fue no gasificar con gas carbonado sino con un tratamiento especial que le daba su propio gas al lúpulo y a la malta. El puesto que le ofrecieron fue de cervecero mayor y firmó un contrato por cinco años con un salario anual de 10 000 dólares oro americano, por lo que regresó en 1928 a Estados Unidos (Reyna y Krammer, 2017, p. 149).

de la empresa fue el modo de distribución del producto la cual especificó la estrategia de contar con distribuidores²³ en toda la república (Reyna-Kramer, 2017, p. 149).

Antes de que finalizara la década de los treinta Pablo Diez decidió comprar a Dámaso San Martín la Cervecería Toluca y México, que se encontraba en problemas. Hecha la compra, trasladaron la maquinaria a la planta de la Ciudad de México y contrataron a técnicos y obreros más experimentados. Se hicieron de las marcas Pilsner, Marzen, Buch, Toluca y Victoria. Con estas transformaciones apareció publicado en diversos medios periodísticos el lema “La Victoria es nuestra”. Con la adquisición de esta marca Diez eleva su producción de manera inmediata (Herrero, 2004 y Reyna y Kramer, 2017).

Bajo la dirección de Pablo Diez y aprovechando que en el país predominaban las fábricas pequeñas de cerveza, la Cervecería Modelo creció gracias a la adquisición de cinco cerveceras entre 1935 y 1966. Además, la Modelo reunió 25 millones de pesos en 1952 y realizó una serie de inversiones para modernizar las plantas que disponía por aquel entonces. En 1956, la Modelo llegó por primera vez como la empresa líder en el mercado mexicano de la cerveza, con una participación del 31,6%, seguida de Cuauhtémoc (29,9%) y Moctezuma (24,3%), mientras que el 14,2% restante correspondía a pequeñas cerveceras locales (Deshpandé, 2002, pp.1-2).

En concordancia con la propuesta de Deshpandé (2002), Guerrero (2006), desarrolló la hipótesis de que la Cervecería Modelo, S. A. se proyectó como una empresa privada-moderna, porque en primer término se apropió del mercado que desatendió la Compañía Cervecería Toluca y México, S.A. De esta manera se puede entender cuál fue la base del

²³ En este mismo proceso de reorganización, don Pablo poco a poco construye una estructura de comercialización por todo el país sirviéndose, en la mayoría de los casos, de inmigrantes españoles asentados en diferentes puntos importantes del país; así, aparecen dinámicamente grandes almacenes dotados de transporte para la venta y redistribución de la cerveza (Herrero, 2004, p. 95).

antecedente histórico directo que apoyó la consolidación del mercado nacional, claro, considerando a la empresa como un paradigma de la industrialización mexicana (Guerrero, 2006, pp. V y VI). Se percibe claramente que aprovechó la oportunidad de un mercado ya construido por otras cerveceras, lo que permitió penetrar con facilidad desde un periodo temprano.

2.4 La Cervecería Moctezuma, S.A.

Figura 2.5 Fachada de la Cervecería Moctezuma (circa 1887)



Fuente: Grandes casas de México²⁴

Durante el porfiriato, la ciudad de Orizaba, Veracruz, recibió un número importante de inmigrantes europeos que fueron quienes iniciaron la costumbre de tomar cerveza. Así, para

²⁴ Recuperado de <https://grandescasasdemexico.blogspot.com/2019/11/casa-suberbiecortina-en-paseo-de-la.html>

la penúltima década del siglo XIX se tenían establecidas pequeñas fábricas de la bebida ambarina basada en la cebada fermentada (Román, 2016, p.154). En ese aspecto, la cerveza era posible encontrarla en varios lugares de Orizaba, como la establecida en la céntrica Calle de la Principal, la cervecería La Inglesa que desde 1879, Carlos María Argumedo la había iniciado (Ortega, 2017).

De igual forma Donaciano Morales montó otra fábrica en Orizaba llamada La Mexicana en los rumbos de la calle de La Factoría. Todas estas cervecerías elaboraban “exquisitos y refrescantes néctares a la usanza tradicional, sin maquinaria, ni turbinas, ni enfriadores, ni nada de eso. Hoy día las llamamos ‘cerveza artesanal’” (H.E. Ortega, 2017, s/p). Para 1899, el estado de Veracruz tenía establecidas 23 cervecerías y siete de ellas estaban en Orizaba (Anuario Estadístico de República Mexicana Peñafiel, 1899, p.254).

Con los antecedentes antes descritos, no fue noticia que en dicha ciudad fuera fundada el 7 de septiembre de 1894,²⁵ la precursora de lo que sería la Cervecería Moctezuma, por Guillermo Haase y Compañía, integrada por los socios alemanes Guillermo Haase, Cuno Von Alten y Madame Emilia S. de Mantey. Dicha factoría quedaría muy cerca de la estación del ferrocarril.

La Compañía inició con una inversión de 30 mil pesos y su objetivo era fabricar cerveza, y para 1896 abrió la participación a inversores franceses, transformándose en sociedad anónima, cambiándole de nombre a Cervecería Moctezuma S.A,²⁶ Con esa acción la fábrica de cerveza aumentó su capital a 310 mil pesos, lo que significó un aumento de 280

²⁵ Aunque Orozco (1983) afirma que la empresa fue constituida el 31 de mayo de 1894 por un norteamericano llamado Guillermo Hasse con el nombre de Guillermo- Hasse y Cía. Don Guillermo, quien realizó una fuerte inversión siendo esta de \$ 30,000 y teniendo una producción de 480,000 litros anuales (Orozco, 1983, p.45).

²⁶ Bajo la escritura pública ante el Notario Lic. Manuel Montiel y Cámara, el 1 de julio de 1896 en la ciudad de Orizaba (Baldares 1986, p. 112).

mil pesos con respecto al capital original de 1894, es decir, un acrecentamiento de 1 033, 331 % en sólo dos años (Baldares 1986, p.112).

La Cervecería Moctezuma produjo cervezas tipo pilsner (cerveza clara y de color ligero) con los nombres de La luna, La flor, La hija de Moctezuma, las XX, la XXX y Juárez, que ganaron premios y medallas en las exposiciones de Puebla y París en 1900, galardones que decoraron sus etiquetas publicitarias (Pérez-Siller y Cremaussel, 2004). También contaba con fábricas de hielo e instalaciones de refrigeración en la Ciudad de México, en Veracruz, en Salina Cruz, en Santa Lucrecia y en Coatzacoalcos. Además, tenía una red de agencias y depósitos en las principales ciudades del país (Reyna y Krammer, 2012, p.8).

De 1901 a 1915 la Cervecería Moctezuma estuvo dirigida por Felipe Suberbie. El consejo de administración residía en la ciudad de México y estuvo dirigido sucesivamente por: H. Mantey, Ricardo Segura, Julio Limantour, Henri Tron, Ernest Pugibet y Adrián Carranza. En 1915 falleció Felipe Suberbie y su hijo Emilio continuó como director general hasta 1922. En ese año el consejo lo formaban como presidente, Adrián Carranza; vicepresidente Augusto Genin; secretario, Henry Pret. Los consejeros eran Justin Tron, Julio Aspe, además de Paul Cretenier y Jules Mendé que residían en París. Gustave A. Montaudon era delegado del consejo. Como comisario propietario estaba Antoine Reynaud, siendo su suplente Charles Regaert.

Para el año 1904 la fuerza trabajadora era de 163 operarios. En 1908 incrementó a 650 empleados y una fuerza motriz hidráulica de 1000 caballos de fuerza; tenía una producción anual de 200,000 barriles. En 1912 la Cervecería Moctezuma adquirió la Cervecería El Salto del Agua, y con ella la cerveza El Sol. No se encontraron datos posteriores a estos años. En su desarrollo, la Cervecería Moctezuma pasó por diversas etapas

en las cuales tuvo épocas de prosperidad y de depresión que fueron ligadas al proceso de desarrollo de México.

Desde la Revolución Mexicana hasta la Primera Guerra Mundial fueron épocas de crisis; la malta y el lúpulo no se podían importar, fue necesario un reajuste de personal y reducción de sueldos. Para el año de 1941, fue cuando propiamente se nacionalizó la empresa²⁷ al adquirirla Raúl Baillères y un grupo de empresarios la totalidad de las acciones de Cervecería Moctezuma, S.A. El valor de la operación fue de alrededor de diez millones de pesos de acuerdo con la escritura pública del día dos de junio de 1941 elevada ante el notario Graciano Contreras, e inscrita en la sección de comercio del Registro Público de la Propiedad de la Ciudad de México (Orozco, 1983).²⁸

La planta cervecera ubicada en Orizaba, Veracruz, adquirida por los empresarios mexicanos Raúl Baillères, Salvador Ugarte, Mario Domínguez y Ernesto Amezcua,²⁹ con el tiempo logró constituirse en un verdadero complejo industrial. Durante la década de los cuarenta y parte de los cincuenta, la Cervecería Moctezuma incrementó su capacidad en diversos aspectos demostrando en ese lapso una dinámica nueva, al restaurar la organización, modernizar los métodos de operación y ampliar la red de distribución. Además, obtuvo su propia energía mediante plantas propias e hidroeléctricas del gobierno, aunque en la compra

²⁷ Para Orozco (1983), el que la Cervecería Moctezuma S.A. estuviera en manos de extranjeros durante largo tiempo, fue el motivo de que no hubiese alcanzado un desarrollo tan grande como el de la Cervecería Cuauhtémoc, S.A. Justifica ese hecho porque gran parte de las utilidades que producía Cervecería Moctezuma, se fugaban al extranjero en lugar de reinvertirse en la misma empresa (p.36).

²⁸ Véase a Baldares (1986, p. 45) para referencia completa de la escritura pública.

²⁹ Conocido como el grupo empresarial BUDA, por las iniciales de sus apellidos: Raúl Bailleres, Salvador Ugarte, Mario Domínguez y Ernesto Amezcua. Ellos promovieron la compra de importantes empresas nacionales y la conformación de un centro de formación profesional a manera de actividad filantrópica [...] Las empresas adquiridas fueron: Cervecería Moctezuma (1941), que se fusionó en 1985 con Cervecería Cuauhtémoc; Grupo Peñoles (1961), principal corporativo minero en México; Palacio de Hierro, una de las principales tiendas departamentales de lujo en México (Almaraz, 2014, p.87).

inicial incluía una planta generadora de energía. Estas plantas abastecían de energía y fuerza a las fábricas de botellas, coronas y cajas de cartón anexas. El equipo de producción y envasado se complementó con una flota de camiones, propiedad de diversas empresas transportistas (Baldares, 1986, p.45).

Fue hasta en 1956, cuando Baillères y el grupo de empresarios le imprimieron una trayectoria diferente. Iniciaron un plan de estructuración, expansión y modernización de la Cervecería Moctezuma, con el objetivo de modernizar a la empresa cervecera. Este plan contempló en primer término, la creación en 1957 de la empresa Sílices de Veracruz (SIVESA) con el fin de autoabastecerse de botellas de vidrio. En segundo término, construyó una gran planta termoeléctrica para abastecer las ampliaciones de la fábrica en Orizaba, que pusieron en operación en de marzo de 1958, año que también adquirieron la Cervecería del Norte en Monterrey, N.L. Entre 1957 y 1963 emprendieron un plan de modernización y expansión con un costo de 400 millones de pesos para satisfacer el constante crecimiento del mercado. Este plan llevado a cabo en Orizaba dio como resultado abastecer a México con el más moderno centro de producción de cerveza en toda América Latina (Orozco, 1983).

Para 1961 la Cervecería Moctezuma construyó la Central de Malta. S.A., en Lara Grajales, Puebla con el fin evitar la importación de malta y de favorecer la integración vertical de la industria. Este complejo llegó almacenar 30,000 toneladas de cebada y 10,000 toneladas de malta. Era la más grande y la más tecnificada en su momento, ocupaba 90 obreros para su producción. Con la maltera, Raúl Baillères y socios otorgaron un grado bastante elevado de independencia a la industria cervecera al comprar solo del exterior, el lúpulo (Orozco, 1983). Para en 1980 la producción de la Cervecería Moctezuma alcanzó los 600 millones de litros anuales, muy lejos de los números con los que inició en 1894, cuando apenas produjo 48 000 litros anuales.

2.5 La Cervecería Cuauhtémoc, S.A.

Figura 2.6 Fachada de la Cervecería Cuauhtémoc (circa de 1898)



Fuente. Nuevo León y su historia con la cerveza³⁰

La Cervecería Cuauhtémoc, S. A., se constituyó en Monterrey en 1890 con un capital inicial de 150 mil pesos oro y antes de terminar el siglo XIX, se le habían invertido alrededor de un millón de pesos. José Calderón Penilla, comerciante regiomontano fue el que convenció a Joseph Schnaider de invertir en México. Calderón Penilla un prominente hombre de negocios y propietario la Casa Comercial “José Calderón y Cía.” de la ciudad de Monterrey, poseedor de una gran visión de negocios, buscaba establecer una cervecería³¹ en la capital neolonesa que produjera a gran escala esta bebida. Además, de que la Casa Calderón era distribuidora de la cerveza Schnaider (Cázares 2017, p.78).

³⁰ Recuperado de <https://cervecerosdemexico.com/2019/05/27/nuevo-leon-y-su-historia-con-la-cerveza/>.

³¹ Ya en 1886, Calderón Penilla había intentado establecer en Monterrey una fábrica de cerveza que llamó “El León” junto con una fábrica de hielo en el antiguo Molino de la Purísima, pero no alcanzó a despuntar, quizás por el poco tiempo que duró, la poca infraestructura o el sabor de la misma que no terminaba por convencer a sus degustadores (Cázares, 2017, p. 75).

Calderón Penilla murió el 25 de marzo de 1889, justo cuando estaba en tratos con Schnaider para instalar la cervecería. La viuda de Calderón, Francisca Muguerza Crespo, con ayuda de los directores de la Casa Calderón y Cía. Sucesores cerraron tratos con el cervecero Schnaider para el establecimiento de una cervecería. Quienes firmaron la escritura y los estatutos de la naciente negociación fueron don Isaac Garza y don José A. Muguerza. El Lic. Francisco Sada redactó los documentos que fueron protocolizados por el Notario Público don Tomás Crescencio Pacheco, el 8 de noviembre de 1890. Crearon una compañía anónima con el objeto de establecer y explotar una fábrica de cerveza llamada Cuauhtémoc (García Naranjo, 1990, p. 56). Este autor escribió que la Cuauhtémoc produjo en 10,000 hectólitros de cerveza en el año de 1891 y cinco toneladas de hielo al día, y un número de operarios no mayor a 70 y la fuerza de vapor que movía las calderas no pasaba de 30 caballos (García Naranjo, 1990, p. 18).

Aunque Flores (2011) difiere de esas cifras y apunta que originalmente la producción anual de la Cervecería Cuauhtémoc fue de 60.000 barriles de cerveza y 8,000 toneladas de hielo. De igual manera Flores afirma que la empresa aprovechó la estabilidad social y política que le brindó el porfiriato para expandirse, lo que hizo al final del régimen, la cervecera regiomontana tuviera “una capacidad de producción de 300 mil barriles de cerveza al año. Embotellaba diariamente 300 mil unidades y producía 750 toneladas de hielo, empleando 1,500 obreros” (Flores, 2011, p. 217).

Desde sus inicios la Cervecería Cuauhtémoc colocó sus productos en los mercados circunvecinos y muy temprano incursionó más allá de su radio natural para surtir a otras

plazas del país.³² Pero era difícil competir con las cerveceras locales, cuyos precios no se incrementaban por los fletes y los costos de transporte (Ortega, 2006, p 67).

Las grandes ventas registradas inicialmente excedieron la capacidad instalada, por lo que en 1895 se ampliaron los departamentos de lavado de botellas y de embotellamiento, así como las bodegas de fermentación. Hubo que construir nuevos edificios e invertir en maquinaria para duplicar la producción. Este fue “el primer paso de lo que sería un creciente proceso de ampliación y mejoras, tanto materiales como tecnológicas, que la compañía mantuvo hasta que se inició el proceso revolucionario” (Ortega, 2006, p. 274).

Algunas cifras revelan que las ventas de la Cervecería Cuauhtémoc hasta 1912 tenían un comportamiento normal, con operaciones récord de más de 16.5 millones de litros, pero las ventas bajaron de manera notable en 1913 -justo cuando empezaron los años más álgidos de la Revolución-, la baja se percibió en 11.7 millones de litros, aunque aclara que estas cifras fueron bastante superiores al promedio de la compañía antes de la Revolución Mexicana.

Abundando al respecto, uno de los efectos más graves que trajo la revolución fue la interrupción de las comunicaciones y el transporte ya que el auge manufacturero del porfiriato se había sustentado en la unificación del mercado conseguida por los ferrocarriles. Con esto, la Cervecería Cuauhtémoc redujo su producción en más de 80%, de una alta producción de 16.5 millones de litros en 1912, las ventas conjuntas de 1914 y 1915 (la

³² García de Alva (2005), le dedica dos páginas de su publicación a promocionar la agencia establecida por la Cervecería Cuauhtémoc en el puerto de Guaymas. Escribió que dicha agencia había tenido un desarrollo extraordinario “fácil es comprender que si en los primeros años, cuando la Cervecería Cuauhtémoc no tenía en esta región más que representantes viajeros, sus negocios pudieron elevarse a tan grande altura desde el establecimiento de su Agencia en Guaymas el desarrollo de esos mismos negocios ha sido extraordinariamente aumentado, al grado de que el año próximo pasado de 1906 realizó dicha agencia, solamente en el estado de Sonora, algo más de 50,000 cajas y 10,000 barriles de sus cervezas” (pp. 204-205).

cervecería estuvo ocupada durante la mitad de 1914 por el ejército de Pablo González) era de sólo 3.4 millones de litros, en tanto que las de 1916 alcanzaron únicamente los 2.8 millones, menos del 20% de la producción de 1912 (Banxico, 2002, pp.12-13).

Tras los difíciles años de la revolución se inauguró un ciclo de integración productiva, de reorganización operativa y de expansión en el plano de la distribución destinado a conquistar porciones sustanciales del mercado interno. Dicho proceso vivió un momento decisivo entre 1925 y 1960, cuando acompañó con energía las políticas que fue definiendo el nuevo Estado Mexicano, compartiendo el reto de la industrialización sustitutiva y disfrutando las ventajas y facilidades que se ofrecían al empresariado fabril (Cerutti y Ortega, 2003, p.202)

Por espacio de 35 años (1935 -1970), el grupo mantuvo como “core business”³³ la producción de cerveza, lo que se tradujo en una expansión geográfica. La consolidación productiva en derredor de la cerveza supuso -además de un progresivo procedimiento de integración vertical- la ejecución de operaciones en escala y la decisión de realizar una diversificación estrictamente relacionada. El grupo industrial fue organizado por un conjunto de plantas que en principio se dedicaban al abastecimiento intrafirmas, pero que a la vez podían atender segmentos del mercado interior. Durante las primeras décadas de operación, la cervecería estuvo firmemente enclavada en Monterrey, poco a poco se transformó en una empresa multiplanta capaz de ocupar espacios significativos del mercado regional en primera instancia y posteriormente, el mercado nacional (Cerutti y Ortega, 2003, p.204).

³³ El concepto de *core business*, en el ámbito empresarial, se refiere a la actividad que tiene la capacidad de generar valor y que resulta esencial para conseguir una ventaja competitiva de gran beneficio para la compañía. La traducción de *core business* al castellano podría ser competencia distintiva, competencia clave, competencia básica o giro del negocio.

2.5.1 Integración vertical de Cervecería Cuauhtémoc

La mayoría de las grandes empresas cerveceras en México, como la Toluca, la Cuauhtémoc y la Moctezuma experimentaron un proceso de integración vertical desde finales del siglo XIX porque no dependían en su totalidad para la producción de cerveza, de insumos extranjeros, sino que producían sus propios insumos salvo el lúpulo. Es decir, anexaron entre sus funciones diversos consumibles requeridos para su proceso productivo entre ellos, la malta, las etiquetas, las botellas y los embalajes. Esta forma de actividad obedece a criterios económicos, fiscales, organizativos o familiares. Fue imperioso por la carencia de materias primas que, en muchos casos se importaban con altos aranceles, además por las fallas del mercado interno que no siempre suministraba los requerimientos productivos con celeridad y operatividad. La mejor forma de comprobar el éxito era tener bajo control el acopio energético, materias primas, empaque, distribución, etc.

A continuación, se presenta un breve panorama de la integración vertical que vivió la Cervecería Cuauhtémoc en varias décadas a partir de los años veinte. Con relación a ese proceso, la Cervecería Cuauhtémoc desarrolló productos complementarios del proceso productivo, y desde mediados de los veinte inició un ciclo de integración productiva, de reorganización operativa y de expansión en el proceso de la distribución con la finalidad de conquistar porciones sustanciales del mercado interno. Dicho proceso vivió un momento decisivo entre 1925 y la década de los cincuenta (Pérez, Guzmán y Mayo, 2012, p. 124). Los directivos de la Cervecería Cuauhtémoc establecieron en 1929 la Compañía Comercial Distribuidora siguiendo la lógica de los mercados. Año en que marcaron el inicio de su expansión hacia otros puntos del país. Compraron la Cervecería Central en la ciudad de

México e invirtieron poco más de 207 mil pesos para ampliar la planta y dotarla de la maquinaria y aparatos necesarios (Pérez, Guzmán y Mayo 2012 p.125).

En cuanto innovaciones e integración vertical, incluyen algunos aspectos de estas formas de crecimiento. Uno de ellos fue el amoniaco, que, desde el inicio en la producción de hielo, la cervecería importaba de Estados Unidos el amoniaco necesario para su producción, así como para la refrigeración de las bodegas. En 1919, ante los problemas de abasto presentados con la entrada de ese país a la Guerra Europea, se construyó una planta de gas ácido carbónico denominada Planta de Fuerza Motriz y Refrigeración. También se hicieron innovaciones para la presentación de la cerveza embotellada, esta se embalaba en cajas de madera que no sólo resultaban pesadas sino también costosas. Ante esta situación, en 1927 se les sustituyó por cajas de cartón corrugado, instalándose una fábrica dentro de la Cervecería, que no sólo aportó empaques más económicos, sino que también generó recursos por la venta de cajas de cartón a diversas industrias del país. A principios de siglo, los corchos reforzados con alambre utilizados para tapar las botellas fueron sustituidos por corcholatas (conocidas en ese entonces como tapón corona), lo que facilitó el envasado y brindó mayor comodidad al consumidor. Las nuevas tapas se producían de lámina de metal en una pequeña fábrica dentro de la cervecería. Al igual que el caso anterior, en poco tiempo comenzó a atenderse el mercado local y para 1928, la capacidad de la fábrica era ya insuficiente para las necesidades de nuestro propio consumo y para atender a la venta al comercio. Se construyó entonces un nuevo edificio a un lado de donde estaba la fábrica de cajas de cartón y en 1929, se integró a Fábricas Monterrey.

Otra experiencia en el ramo de los artículos metálicos se gestionó en 1957, cuando se adquirió una planta para producir envases metálicos en Tecate, B. C., que abastecía de latas de aluminio a la fábrica de ese lugar y que fue la primera del país en vender cerveza en lata

bajo la marca Tecate. A lo largo de la existencia, la Cervecería Cuauhtémoc fue competente para desarrollar diversas estrategias para invertir y mantener un crecimiento sostenido y una expansión vertical, clave para su éxito. Además, la cervecera mantuvo un esfuerzo por intensificar la presencia en los puntos de venta más importantes de la república. El proceso expansivo fue posible porque la empresa desplegó cuatro estrategias de crecimiento: a) la adquisición de fábricas que ya se encontraban en funcionamiento; b) la compra de otras cerveceras; c) la fusión; y d) la construcción de plantas. Cada una correspondió a distintos periodos históricos y a situaciones económicas particulares (Ortega Ridaura, 2006, p. 276).

Conclusiones

Como se observó, el siglo XX fue testigo de la consolidación de tres grandes empresas en el seno de la industria cervecera en México, Cuauhtémoc, Moctezuma y Modelo. De igual forma, se identificaron los periodos trascendentales y las distintas estrategias políticas para el fortalecimiento de cada una de ellas. Las trayectorias de las principales cerveceras mexicanas Cuauhtémoc, Moctezuma y Modelo, se posicionaron al frente de pequeñas empresas locales y regionales, porque traspasaron al periodo de su nacimiento y se consolidaron, absorbiendo a las más pequeñas y alcanzando metas mucho más ambiciosas de mercado.

Este capítulo da pie al siguiente que mostrará la manera en que el gobierno federal atrajo los impuestos a la producción y consumo de cerveza en 1949. Se analizarán los mecanismos que estableció para atraer los impuestos a la producción y consumo de cerveza y desplazar a los estados de esta recaudación.

Capítulo III La federalización de los impuestos sobre producción y consumo de cerveza, 1948-1985

El objetivo de este capítulo es explicar los mecanismos que estableció el gobierno federal para atraer los impuestos a la producción y consumo de cerveza a partir de 1949 y sustituir a los estados de esta recaudación. Con el nuevo régimen instaurado después de la Revolución Mexicana, la federalización de los impuestos a la cerveza fue parte de una política de centralización de impuestos de los ramos productivos del sector secundario. La industria cervecera formó parte del sistema productivo, cuya derrama impositiva centralizó la Secretaría de Hacienda captar recursos. Aunque, debe hacerse notar que los impuestos a la cerveza les correspondían a los estados por tratarse en un inicio, parte del fomento a las industrias nuevas promovido por el presidente Porfirio Díaz, las cuales recibían exenciones de impuestos por un periodo de diez años.

Se plantean los antecedentes de las primeras normas de captación de impuestos a la cerveza y el papel que jugó la Asociación Nacional de Fabricantes de Cerveza en fomento y aplicación de la federalización de impuestos en el país. Asimismo, se abordan las tres convenciones fiscales nacionales convocadas para unificar las concurrencias en materia de impuestos y como antecedentes a la federalización de los impuestos a la cerveza.

Se analiza el papel del despacho de abogados como intermediario entre el gobierno federal y los estados para federalizar los impuestos a la cerveza. De manera paralela, se explica el convenio para implantar el sistema nacional de impuestos entre la federación, los estados y los municipios a partir de 1948, entre ello, los factores elementales que condujeron a las aprobaciones y/o rechazos a la federalización de impuestos a la cerveza y, finalmente, las

primeras oposiciones a la federalización de impuestos a la cerveza por parte de los gobiernos estatales.

3.1 Primeras normativas de captación de impuestos a la producción y consumo de cerveza

A partir de 1884, el gobierno de Porfirio Díaz incluyó a la base tributaria ligada al impuesto del timbre, las bebidas alcohólicas. El pago de impuestos sobre la cerveza se cobró en forma de estampillas, tanto para la producción como para el consumo. De esta forma la base impositiva a la cerveza se constituyó de acuerdo con el volumen presentado según el tipo de envase y de cerveza (ligera, clara, oscura); distinguiéndose entre cerveza nacional y extranjera. La tasa comprendía cuatro tipos de envase: a) botella, \$0.010 nacional y \$0.05 extranjera; b) media botella, \$ 0.005 nacional y \$0.03 extranjera; c) cuarto de botella nacional sin impuesto y extranjera, \$0.01 y d) barril u otro depósito similar, 5% nacional 10% extranjera, sobre valor de plaza.³⁴ Este impuesto se aplicó de manera unificada a la producción y consumo de Cerveza en todo el país; pero condicionado al volumen de la producción de cada industria, lo que implicó que las grandes empresas cerveceras tributaran mayores ingresos al erario (Márquez, 2004).

La tasación unificada fue muy difícil llevarla a la práctica porque a lo largo del país coexistían productores muy diversos, y no existía un sistema de comunicación terrestre que facilitara el traslado del producto de un punto a otro. Ante esta situación, la Secretaría de

³⁴ Es el precio rige que en cada localidad en un momento determinado para un producto o servicio. En cuanto a las mercaderías, existe una dualidad básica determinada por el precio del productor al revendedor o mayorista, y el de la segunda etapa del proceso económico, de los comerciantes o revendedores al público o consumidor, el minorista. En esa cadena se interponen a veces los precios meramente especulativos de la cadena de intermediarios o comisionistas. Recuperado de <https://argentina.leyderecho.org/precio-de-plaza/>

Hacienda implantó en 1885 un sistema de derrama consistente en distribuir entre todos los productores de cerveza un monto fijo. También este método fiscal trajo problemas a las fábricas de cerveza porque el impuesto estaba sujeto a la capacidad de producción de cada industria. El impuesto mostró un patrón de concentración muy alto para los grandes productores y los pequeños productores no pudieron competir con las grandes cerveceras.³⁵ Esta forma de captación fiscal se terminó el 6 de enero de 1919 cuando el gobierno del presidente Venustiano Carranza decretó el Impuesto Especial del Timbre con la Ley de Ingresos para el año fiscal de 1919, con él, sustituyó el impuesto implantado desde 1884 y extendió el cobro a vinos, licores y cervezas, tanto nacionales como extranjeras.³⁶ A partir de 1919, las cuotas se fijaron como un porcentaje respecto al precio de venta de primera mano de la mercancía (saliendo el producto físicamente de la fábrica).

El impuesto a la cerveza aplicado durante el gobierno carrancista se tasó con referencia en el precio al consumo (producto final) en los puntos de venta y no de los mililitros contenido en el envase. No obstante, en esta gama de las contribuciones federales existió una concurrencia fiscal en las que estados y municipios tenían el derecho de gravar la producción, distribución y venta de alcohol a través de distintos impuestos. Es decir, los estados y municipios podían ejercer impuestos adicionales al aplicado por la Secretaría de

³⁵ Con el sistema de derrama, el gobierno federal especificaba una cantidad mínima que los productores debían de pagar al erario, con base en su capacidad instalada. Si no se juntaba el mínimo, los productores eran responsables del faltante (Márquez, 2007, pp. 200-202). Si se observa, que la cantidad de cervecerías en el país en 1900 estaba cercana a la centena y los niveles de producción de las más pequeñas apenas llegaban a 500 y las que más grandes fluctuaba entre 800, 000 y 1,500,000 litros al año, se puede concluir que los toques de producción de las fábricas más grandes pudieron haber variado poco en la época que se implantó el impuesto mencionado arriba, aunque algunas por el movimiento armado hubieran desaparecido. Secretaría de fomento Colonización e Industria, Anuario Estadístico de la República Mexicana a cargo del Dr. Antonio Peñafiel, República Mexicana, 1900, Año VII, Núm. 7, p. IX, 70, 71. Citado por Recio (2004, p.20).

³⁶ Ley de Ingresos para el año Fiscal de 1919, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Estados Unidos Mexicanos (DOF, 06 de enero 1919). Recuperado de <http://sidof.segob.gob.mx/notas/4495851>

Hacienda y Crédito Público. Al respecto, los presupuestos de ingresos de estos dos órdenes de gobierno consideraban entre otros, los derechos relativos a licencias o permisos, así como para el consumo de cerveza. Además, los estados y municipios establecían cobros por derechos de inspección de los locales de venta y consumo. En muchos de los casos eran cobros anuales decretados en la ley de ingresos del estado,³⁷ o en el presupuesto de propios y arbitrios de los municipios (Recio, 2004, pp. 8-9).

Para robustecer y consolidar las regiones y los diferentes sectores de la población, la estrategia del gobierno constitucionalista de Carranza fue tratar de normalizar la captación de impuestos lo que hizo manifiesto su gran interés por centralizar todo tipo de ingresos, especialmente los impuestos. Venustiano Carranza consideraba que lo económico estaba ligado a lo político, por lo tanto, el control territorial por sus jefes militares le aseguraba los suministros.³⁸ Los aciertos, fracasos, resistencias y en general la problemática económica enfrentada durante esos años, sirvieron como base para los cambios en el sistema tributario posrevolucionario (Uthoff, 2006).

En ese sentido, los gobiernos revolucionarios hicieron cambios importantes en la política impositiva enfocada en el naciente sector cervecero, como se advierte con la decisión

³⁷ En el Presupuesto de egresos del año fiscal diciembre de 1936, enviado al Congreso del Estado de Sonora, por el gobernador provisional el general Jesús Gutiérrez Cazares, en el artículo octavo de este se estableció que el Impuesto sobre la Cerveza fuera a la de botella, la cantidad de \$0.05, y la cerveza de barril, \$0.02 por litro. Se concedía además a los Municipios, una participación del 20% (veinte por ciento) sobre el monto de dichos impuestos que se causaran en su jurisdicción. Presupuesto de egresos del año fiscal diciembre de 1936. Alcance al No. 2 del Boletín Oficial. Recuperado de <http://www.hndm.unam.mx/consulta/publicacion/visualizar/558a33017d1ed64f168e66ae?intPagina=12&tipo=pagina&palabras=cerveza&anio=1936&mes=01&dia=04>

³⁸ Hasta ese momento, los jefes militares habían actuado como dueños y señores absolutos de las plazas dominadas por sus tropas y frecuentemente que dispusieran la intervención o incautación de bienes propiedad de simpatizantes del enemigo y además que instituyeran contribuciones especiales y préstamos forzosos; que recaudaran impuestos y administraran aduanas y, que ordenaran la emisión de billetes que eran de curso obligatorio mientras conservaban el control militar de la región, pero que no valían nada una vez que lo perdían. (Lomelí, 2002, p. 314)

del presidente Álvaro Obregón de incluir a la cerveza como fuente de ingreso.³⁹ Obregón, a través del decreto sobre el Impuesto Especial del Timbre referente a las ventas de primera mano de bebidas alcohólicas, reformó la fracción III del artículo 2o. de la ley de Carranza del 6 de enero de 1919. El decreto exigía que a las ventas de cervezas de primera mano se les gravara una cuota del 32% en sobre el precio de venta de la producción nacional, y otro más, sobre el volumen contenido en los envases. No obstante, estas cuotas se modificaron durante el último año del gobierno de Obregón; al establecerse por decreto -de 21 de febrero de 1924-⁴⁰ un monto fijo de impuesto federal a los fabricantes de cerveza. Fue un impuesto cuya derrama para el año de 1924 se fijó en 3.5 millones de pesos entre toda la industria cervecera nacional y debía “derramarse” o ser aportada por todos los productores por medio de estampillas. Constaba de cuotas distintas según la presentación (barril o botella), que se fijaron en 0.045 centavos por litro en la presentación de barril y 0.125 en la presentación de botella. Con el decreto se estableció que cada año la Secretaría de Hacienda y Crédito Público fijaría el monto del impuesto y de las cuotas.

El presidente Pascual Ortiz Rubio expidió en 1930,⁴¹ la Ley de Impuestos Sobre la Fabricación de Cerveza y propuso un nuevo impuesto, el cual recayó sobre la producción

³⁹ El decreto estableció lo siguiente: Se reforma en los siguientes términos la fracción III del artículo 2o. del Decreto de 6 de enero de 1919, relativo al Impuesto Especial del Timbre sobre las ventas de primera mano de bebidas alcohólicas:

“Artículo 2o.—El impuesto se causará en las ventas de primera mano, sobre el precio de venta de la mercancía y el de sus envases, cuando éstos formen también parte de la operación, con arreglo a las cuotas siguientes:

III.—En las ventas de cerveza de producción nacional, 32 %”. Diario Oficial de la Federación. DOF. (24 enero de 1922). Recuperado de

http://dof.gob.mx/nota_to_imagen_fs.php?cod_diario=187745&pagina=341&seccion=1

⁴⁰ Decreto estableciendo un impuesto en forma de derrama para los productores de cerveza de elaboración nacional. 1º de marzo de 1924. Recuperado de

https://dof.gob.mx/nota_to_imagen_fs.php?codnota=4567015&fecha=01/03/1924&cod_diario=195480

⁴¹ Ley de impuestos sobre la fabricación de cerveza. Diario Oficial de la Federación. 2 de enero de 1931. Recuperado de

cuyas cuotas variarían según el monto de la recaudación de manera semestral. En el artículo segundo, la ley señaló que la cantidad recaudada en ese periodo de seis meses se esperaba rebasar los tres millones de pesos según el aumento de producción. Los conceptos por envase se cotizarían por litro de la siguiente manera: \$0.01 para la cerveza de botella, y \$0.005 para la cerveza de barril. Más aún, con esta tasación, en agosto de 1931 Ortiz Rubio publicó un decreto que estableció un impuesto adicional a la producción de cerveza.⁴² Las tasas serían de \$0.015 por litro de cerveza de botella y de \$0.005 por litro de cerveza de barril.⁴³

Como se puede observar, durante las primeras décadas posrevolucionarias, la aspiración del gobierno federal fue implantar un sistema tributario nacional tomando en cuenta los tres niveles de gobierno. Bajo esta perspectiva, lo que representó un potencial en impuestos era el petróleo, la cerveza, el azúcar, el henequén y la minería entre otros productos, asumiendo la federación lo relativo al petróleo y la minería. Sin embargo, entre la federación y los otros órdenes de gobierno se advirtió cierto desorden fiscal, y era constante que los distintos gobiernos federales hicieran alusión de manera concurrente al término “anarquía” para describir la situación imperante en el país por la falta de homogeneización

https://dof.gob.mx/nota_to_imagen_fs.php?codnota=4499550&fecha=02/01/1931&cod_diario=191333

⁴² Decreto que estableció un impuesto adicional a la producción de cerveza. Diario Oficial de la Federación. 1 de agosto de 1931. Recuperado de

https://dof.gob.mx/nota_to_imagen_fs.php?codnota=4528774&fecha=01/08/1931&cod_diario=193136

⁴³ Por esos mismos años, en 1935 el gobernador constitucional de Sonora, Ing. Ramón Ramos Almada, a pocos meses de su debut y despedida, el 30 de noviembre del año mencionado, expidió una ley que aplicaba un impuesto de primera mano sobre la cerveza que se producía en Sonora, tanto como a la de otros estados. A la cerveza de botella se le impuso \$0.05 centavos por litro y la de barril \$0.07 centavos por litro. Cabe advertir que en el artículo 12 establecía que los Municipios tendrían una participación del 20 por ciento sobre el monto del impuesto recaudado en su jurisdicción. Ley que establece un impuesto a la cerveza en el estado Alcance al boletín número 44. Recuperado de www.hndm.unam.mx/consulta/publicacion/visualizar/558a33007d1ed64f168e59c8?intPagina=9&tipo=pagina&palabras=cerveza&anio=1935&mes=11&dia=30

de impuestos. Dicho término era sinónimo de multiplicidad de impuestos, con poca utilidad y por la concurrencia de distintas autoridades sobre una misma fuente económica y con ello, la existencia de múltiples leyes, procedimientos y administraciones permitía la simultaneidad de dos soberanías tributarias, la federal y la de los estados libres y soberanos (Aboites, 2006).

Se puede concluir que al paso de los sexenios los gobiernos federales hicieron modificaciones cada tanto tiempo para crear nuevos impuestos directos e indirectos, que a partir de las convenciones fiscales derivaron en la firma de convenios entre la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y las entidades federativas y los municipios. Los convenios instauraban porcentajes de las participaciones de las contribuciones federales; retribución encaminada a derogar la coincidencia de soberanías tributarias y a formar una Hacienda federal poderosa (Aboites, 2006).

Luego de apagado el fuego revolucionario,⁴⁴ la industria cervecera nacional buscó normalizar sus actividades y entabló algunas demandas con los gobiernos de Carranza, Obregón y Calles con la mediación del abogado de empresas Manuel Gómez Morin.⁴⁵ La

⁴⁴ La década de los veinte y treinta se caracterizarían por el incesante intento de los gobiernos federal y estatal de aumentar los impuestos al sector. Esto implicó para la Asociación una continua labor de cabildeo ante la Secretaría de Hacienda y de los gobiernos estatales para proteger a sus agremiados. Gracias a ello y con la ayuda de su abogado consultor Manuel Gómez Morin, la ANFC logró la reducción del 33% para botellas de cerveza y del 50% para barriles. La ANFACER creía que los resultados positivos que había obtenido los debía a la labor ejercida por su abogado. En el informe de la Comisión Ejecutiva señalaba que “nos es grato manifestar que el éxito de nuestros trabajos ante la Secretaría de Hacienda y la solución de las más graves dificultades que se nos han presentado en el mismo Ministerio, las debemos en gran parte al celo, inteligencia y tacto desplegados por nuestro representante, Sr. Lic. Manuel Gómez Morin” (Recio, 2017, p.145).

⁴⁵ La década de los veinte y treinta se caracterizarían por el incesante intento de los gobiernos federal y estatal de aumentar los impuestos al sector. Esto implicó para la Asociación una continua labor de cabildeo ante la Secretaría de Hacienda y de los gobiernos estatales para proteger a sus agremiados. Gracias a ello, y con la ayuda de su abogado consultor Manuel Gómez Morin, la ANFC logró la reducción del 33% para botellas de cerveza y del 50% para barriles. La ANFACER creía que los resultados positivos que había obtenido los debía a la labor ejercida por su abogado. En el informe de la Comisión Ejecutiva señalaba que “nos es grato manifestar que el éxito de nuestros trabajos ante la Secretaría de Hacienda y la solución de las más graves dificultades que se nos han presentado en el

presencia de Gómez Morin fue de gran relevancia para definir estrategias para obtener en primer término, de parte del gobierno federal, las indemnizaciones tanto por el uso de las instalaciones de los industriales cerveceros como para el material rodante ferrocarrilero del que eran dueños antes de la época revolucionaria y; segundo, para tratar de lograr incentivos fiscales tanto de los gobiernos estatales como del gobierno federal, maniobra que tendrá como fuerza impulsora la Asociación Nacional de Fabricantes de Cerveza (ANFACER).⁴⁶

En la década de los veinte la industria cervecera tuvo una rápida recuperación llegando incluso a niveles de producción casi iguales anterior al conflicto revolucionario. La creación de la ANFACER permitió a sus miembros lo que no hubieran logrado al hacerlo individualmente, la fortaleza suficiente para enfrentar al gobierno y algunos competidores no incluidos en su formación.

3.2 Asociación Nacional de Fabricantes de Cerveza

Es pertinente mencionar y hacer hincapié, que, durante el porfiriato, en la revolución y aún durante los primeros años de la posrevolución mexicana, las fábricas cerveceras instaladas en los municipios abastecían el mercado local y muy escasamente lo hacían de manera regional. Debido a esto, el pago del impuesto del fabricante obedecía principalmente a las normas emitidas por los congresos de los estados y no por la federación. Los estados y municipios captaban impuestos por fabricación y consumo sin remitir informe a la Secretaría

mismo Ministerio, las debemos en gran parte al celo, inteligencia y tacto desplegados por nuestro representante, Sr. Lic. Manuel Gómez Morin” (Recio, 2017, p.145).

⁴⁶ En adelante ANFACER

de Hacienda Federal. La industria cervecera obedecía preponderantemente a las normativas estatales.

Los primeros cambios en las relaciones entre el gobierno federal e industriales cerveceros iniciaron con el presidente Venustiano Carranza bajo la Constitución de 1917 y se gestionaron en los Congresos de Industriales y Comerciantes efectuados en 1917. Estos congresos dieron pie para que los empresarios se organizaran e hicieran frente a un nuevo Estado revolucionario y presentar sus diversas y numerosas peticiones (Recio, 2017).

Aunque la actividad cervecera es una rama industrial del tipo manufacturero, los fabricantes de cerveza no se integraron de lleno en la creación de la Confederación de Cámaras Nacionales de la Industria (CONCAMIN) en el año de 1918.⁴⁷ Fue debido a estas circunstancias que, a principios de los veinte los empresarios cerveceros se organizaron para proteger sus intereses y manifestar diversas e importantes exigencias al gobierno de la República. En un período de significativas transformaciones políticas y económicas, y en la lógica de “sacar adelante a sus compañías, impulsaron la formación de un cartel cervecero que pretendía regular e igualar los precios de venta de las diversas empresas, para así evitar una disminución en sus ganancias en épocas de turbulencia económica” (Recio, 2017, p.237).

⁴⁷ El antecedente de la creación de esta cámara se ubica cuando el 13 de septiembre de 1918, durante una solemne ceremonia efectuada en el Palacio de Minería, 28 delegaciones industriales firmaron el Acta Constitutiva de la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos. En la misma sesión se eligió presidente a Don Adolfo Prieto, representante de la industria textil del Estado de México y gerente de la Fundidora de Fierro y Acero de Monterrey. Aunque la Cámara de Industria de Monterrey nunca se separó formalmente de la CONCAMIN, la distancia entre las dos organizaciones era muy clara. Un segundo elemento para explicarla es, desde luego, la gran autonomía de los regiomontanos, que desde un principio se había opuesto a que la ciudad de México fuera la sede de la Confederación, proponiendo en cambio su propia ciudad. La Cámara de Industria, Comercio y Minería de Monterrey gozaba de un gran prestigio e influencia locales, y de consideraciones por parte del gobierno federal. Los industriales regiomontanos se entrevistaban con el gobernador del estado, con el secretario de Industria y Comercio y aún con el presidente de la República sin la mediación de CONCAMIN (Puga, 1976, pp. 109 y 113).

La Cervecería Cuauhtémoc tomó cartas en el asunto y en febrero de 1922, con el impulso de Enrique Sada Muguierza gerente y director de la empresa, se fundó la ANFACER, organismo que actuaría como instrumento de gestión que canalizó en distintos momentos las demandas del sector cervecero ante el gobierno, y bajo la asesoría jurídica de Manuel Gómez Morín. La ANFACER se fundó con el objeto de impulsar y abrazar los lazos amistosos entre los diversos fabricantes que la integraran y con las demás asociaciones afines de la República; para gestionar de manera útil y eficaz la colaboración en negociaciones entre sí para defenderse y velar celosamente por los intereses generales de la industria cervecera; representar a estos intereses “ante cualesquiera personas, corporaciones y autoridades de la República e impulsar, por todos los medios que autorizan las leyes, el desarrollo de esta industria” (Recio, 2017, p. 142).

De acuerdo con los estatutos de la ANFACER, los miembros eran convocados a reunión una vez al año por lo menos, y en esas reuniones recibían orientación de su abogado Manuel Gómez Morin, con quien concretaron diversas peticiones ante el gobierno federal y los gobiernos estatales respecto a las medidas que según la visión de los cerveceros ponían en riesgo su futuro crecimiento (Recio, 2017, p.142). Al reunirse por primera vez con el presidente de la República, el general Ávila en enero de 1941, los industriales cerveceros le plantearon los lineamientos y problemáticas que su sector requería, enfatizando, la puesta en marcha de una homogeneidad en las tarifas alcabalatorias en los estados de la República, una mayor participación entre el gobierno y la industria cervecera a través de un programa de reconstrucción económica del país (Guerrero, 2005). Para el sector cervecero, las primeras décadas del México posrevolucionario estuvieron marcadas por el continuo afán de los gobiernos federal y estatal de aumentarles los impuestos lo que entrañó para la ANFACER una incesante labor de cabildeo ante estas órdenes de gobierno para defender a sus agremiados.

Desde su fundación, la ANFACER siempre buscó entablar negociaciones con la Secretaría de Hacienda para mejorar la situación fiscal de sus agremiados. Las estrategias de defensa dirigidas por su abogado consultor Manuel Gómez Morin fueron eficaces. Quedó demostrado cuando la unión de cerveceros logró en 1925 la baja en los impuestos de 33% para botellas y del 50% para barriles, negociación que se le reconoció en el informe de la Comisión Ejecutiva de la asociación cervecera a la Segunda Asamblea General Ordinaria del 30 de marzo de 1925. En dicho informe se señaló lo grato que fue manifestar el éxito de los trabajos ante la Secretaría de Hacienda y la solución de las más graves dificultades. Las soluciones a las dificultades ante la Secretaría se debieron en gran parte al celo, inteligencia y tacto desplegados por el representante de la ANFACER, el licenciado Manuel Gómez Morin (Recio 2017).

A lo largo del tiempo, los contribuyentes cerveceros agrupados en la ANFACER indefectiblemente no fueron un grupo pasivo para el pago de los impuestos ya que, por el contrario, pudieron ejercer una considerable influencia en el diseño de impuestos (Márquez, 2004, p. 4). Se puede expresar mejor esta idea si se piensa que la industria cervecera estuvo expuesta durante las tres primeras décadas del siglo XX a gravámenes en general, y que suponen una cuota tributaria. Es decir, en el ámbito de sus competencias los tres órdenes de gobierno (federal, estatal y municipal) buscaron sujetar a esta industria que enfrentó un “constante cambio en el incremento tanto de los impuestos federales como de los diversos estados que aplicaron impuestos a la introducción de cerveza mexicana producida en otros estados” (Recio, 2017, p. 142). Es decir, la cerveza debía pagar impuesto al pasar de una entidad federativa a otra pese a que el producto fuese mexicano.

Esa disparidad en los impuestos agravó la situación y dificultó la operación de las empresas cerveceras. Sucedió que los productos que ya habían sido gravados en el lugar de

origen volvían a ser gravados de nuevo al entrar a una entidad federal distinta al que se fabricó la cerveza, lo que impedía una mejor competencia en precio con los productos locales. Lo mismo ocurría en el porfiriato a pesar de la eliminación de las alcabalas. El resultado fue que la mayoría de las cervecerías se ajustaron a vender sus productos en las zonas aledañas a las fábricas y dejaron de comercializar sus productos a nivel nacional, lo cual acusó un serio retroceso en el desarrollo de la industria. Ante este escenario, tanto el gobierno federal como los productores hicieron su parte para remediar la situación.

3.3 El inicio de las convenciones fiscales nacionales para dirimir las concurrencias impositivas

A lo largo del siglo XX, la evolución de sistema de distribución de recursos entre los tres ámbitos de gobierno ha pasado por la federalización que se puede dividir en tres etapas: la primera, que parte de la coyuntura que sobreviene entre los años veinte y treinta en la que hubo separación y asignación de competencias tributarias a pesar de que se establecía la participación de las entidades federativas en el producto de los impuestos especiales basados en el párrafo último de la fracción XXIX del artículo 73 constitucional. La segunda, ocurrió entre los años cuarenta a sesenta, cuando las fuentes de ingresos tributarios exclusivos de la Federación aumentaron con la adición de supuestos a la fracción XXIX del artículo 73 constitucional y en la que la participación federal a los estados sustituyó a la separación y asignación de competencias tributarias, mediante los diversos intentos de coordinación fiscal. La tercera, suscitada en los años ochenta, en que se consolida la participación federal a los estados mediante la Ley de Coordinación Fiscal (Reyes, 2006, citando a Valls 1999, p.6).

En las cuatro primeras décadas del siglo XX, varios presidentes de la República se preocuparon por establecer un orden en las cuestiones fiscales con el fin de evitar la concurrencia en la aplicación de gravámenes. Uno de ellos, fue el general Álvaro Obregón quien el primero de septiembre de 1924, en su último informe a la nación manifestó que habría que reformar radicalmente el régimen fiscal mexicano para destruir la anarquía con los principios modernos, económicos y políticos-sociales, señalando que la Constitución ni siquiera delimitaba con claridad las jurisdicciones de tributación del gobierno federal, de los gobiernos de los estados y de los municipios, lo que daba lugar a muy frecuentes invasiones recíprocas que estorban o impiden, en algunos casos de sobreposición de gravámenes, el próspero desarrollo del comercio y la industria (Obregón, 2006).

Al final de su discurso, Obregón advirtió que de no establecer en la constitución las bases generales para organizar el sistema financiero nacional o los recursos fiscales de los Estados, esto sería la causa de una injusta repartición de los impuestos y del desorden fiscal reinantes en todo el país [y se lamentó] de la imposibilidad absoluta de “siquiera haber intentado, durante el tiempo que informaba, de hacer la necesaria reforma fiscal de la Federación” (Obregón, 2006, p. 283).

El repartimiento de los recursos entre los tres ámbitos de gobierno que conforman la federación mexicana es una de las cuestiones más complicadas y, de larga data que ha enfrentado el país desde su independencia. Ubicados en el siglo XX y posterior a la lucha armada de 1910, el primer intento de solucionar esta situación se dio en 1925, con el gobierno de Plutarco Elías Calles. En su primer informe expresó que estimó conveniente llevar a cabo una reforma constitucional para conseguir una separación racional en los campos impositivos entre los tres órdenes de gobierno, por lo que convocó a una Convención Fiscal. Calles manifestó que ésta se ocuparía del estudio de los varios regímenes de impuestos existentes

en la República, para poder desentrañar las nuevas bases de la futura organización fiscal (Elías Calles, 2006).

Elías Calles, también afirmó que en la Constitución de 1917 no se estableció convenientemente las atribuciones, pues si bien se definieron algunos rubros impositivos como propios del Gobierno federal, muchos otros no fueron asignados en exclusividad a algún ámbito de gobierno, por lo que se generó el problema de la múltiple tributación. Ante esta imprecisión constitucional y dada una estructura recaudatoria incipiente, desde las primeras décadas del siglo XX se realizaron tres convenciones nacionales de carácter fiscal que intentaron concertar entre los gobiernos estatales, municipales y federal los problemas de concurrencia fiscal, así como los apoyos a las entidades de más de recursos públicos (Moreno, 2014). Estas convenciones fiscales reunían a representantes de las haciendas locales y la federal para buscar soluciones que dieran seguridad jurídica al cobro de impuestos y evitar la continuación de “un sistema tributario arcaico, complicado, integrado por más de cien impuestos diferentes que se cobraban según la región del país (Reyes, 2006).

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público convocó en 1925 a la Primera Convención Nacional Fiscal, realizada del 10 al 20 de agosto. En su convocatoria se enfatizaron los problemas derivados de la falta de coordinación entre los tres órdenes de gobierno. Esta ausencia de coordinación en el uso de las fuentes impositivas tanto entre federación, estados y municipios como entre las entidades federativas propiciaba la rivalidad y daba lugar a verdaderas guerras económicas pues cada una de éstas contaba con su propio sistema de imposición (Astudillo, 2005).

Organizados en diversas comisiones, los participantes (Secretaría de Hacienda y Crédito Público y los encargados de las finanzas estatales y municipales de los diversos estados de la República) decidieron recomendar que era indispensable una Convención Fiscal

Nacional que se ocupara de proponer los impuestos que debieran causarse en toda la República, así como para uniformar los sistemas y de establecer las competencias de las distintas autoridades fiscales, en el entendido de que sus resoluciones serían obligatorias para toda la nación; que organizara un Cuerpo Consultivo Fiscal que estudiara y facilitara la ejecución de los acuerdos de la Convención. Exhortaron las comisiones a unificar todos los impuestos bajo un plan de arbitrios para delimitar los campos de imposición entre la Federación y los estados.

Asimismo, propusieron que los impuestos especiales deberían establecerse en acuerdo con la Federación y de las entidades federativas interesadas y que los impuestos especiales debieran desaparecer y que sólo se establecieran cuando fuera abundante la producción o por su alto valor y para artículos de consumo perjudicial. Que de existir este tipo de gravamen fuera uniforme. Los participantes en las diversas comisiones propusieron, además, que cuando un estado pretendiera gravar un producto regional, se pusiera de acuerdo con otros estados que gravaban el mismo producto.

El conjunto de reformas constitucionales propuestas en esta primera convención, eran correspondientes con los artículos 117, fracción III, 118 y 131, y adiciones al artículo 74 que deberían servir para una distribución de potestades privativas a cada orden de gobierno y que, a su vez, permitieran claridad en aquellas atribuciones concurrentes.

En 1926 Elías Calles envió un proyecto de reforma constitucional para hacer efectivas las recomendaciones de la primera convención, pero su petitoria fue retardada por el congreso. Ante la omisión de los diputados federales expidió leyes para tratar de eficientar el sistema de coordinación fiscal del país y resolver el problema de la concurrencia en la imposición. El presidente Calles propuso que la Secretaría de Hacienda fuera la ejecutora de un programa fiscal mediante la expedición de leyes por las cuales se les diera a los Estados

una participación en el producto de los impuestos federales. Calles estableció un impuesto adicional sobre la producción de la cerveza, a través de un decreto publicado el 16 de enero de 1928⁴⁸ que daría participación del gravamen federal a los estados que derogaran sus impuestos sobre dicho producto.

En el segundo artículo del decreto se estableció que el rendimiento del impuesto lo cobrarían directamente a los fabricantes los estados, territorios y el Distrito Federal. En dicha ley se instituyó que los estados beneficiarios obtendrían las participaciones siempre y cuando no gravaran la producción de cerveza o la venta de primera mano con otra clase de impuestos cualesquiera que fuse el nombre con que se los designara. De igual manera, se dispuso que la Hacienda Federal estaría facultada para aplicar el impuesto adicional o indicar, en su caso, las disposiciones necesarias modificar o derogar rubros impositivos. Al Decreto se acogieron los estados de Nuevo León⁴⁹ y Veracruz, quienes habían derogado sus impuestos locales.

Elías Calles pretendió lograr así una armonía en la tributación que procurara aliviar a los estados causantes a través de una participación en el producto de los impuestos federales y dentro de la libertad que les concedía su régimen interior, según determinadas bases y por medio de la celebración de acuerdos con los gobiernos locales. Calles al igual que Carranza

⁴⁸ En su artículo 3º el decreto estableció que el impuesto adicional sobre producción de cerveza se causaría y recaudaría de la forma siguiente: sobre cerveza de barril, 0.0073 centavos por litro; sobre cerveza de botella, 0.015 centavos por litro. Decreto por el cual se establece un impuesto adicional a la cerveza. 16 de enero de 1928. Recuperado de https://dof.gob.mx/nota_to_imagen_fs.php?codnota=4578187&fecha=16/01/1928&cod_diario=196178

⁴⁹ En la circular Núm. 21-3, de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a través del Departamento Técnico Fiscal., publicada en Periódico Oficial del Estado de Nuevo León se determinó que era de aplicarse en el Estado de Nuevo León, la cuota adicional al impuesto federal sobre producción de cerveza. establecida por Decreto de 13 de enero de 1928., en tanto que de que el Gobierno del Estado de Nuevo León, por decreto de 31 de diciembre, próximo pasado, había derogado todos los impuestos sobre producción y ventas de primera mano de cervezas. Periódico Oficial del Estado de Nuevo León. Recuperado de <http://www.hndm.unam.mx/consulta/resultados/visualizar/558a35057d1ed64f16af9f28?resultado=3&tipo=pagina&intPagina=9&palabras=cerveza>

intentaba unificar sus fuerzas en el país, entendió también que debería utilizar los impuestos para garantizar que los gobiernos locales (estados y municipios) tuvieran ingresos líquidos como los aplicados a la cerveza.

La Segunda Convención Nacional Fiscal, se efectuó en 1933 y en ella se reconocieron las atribuciones fiscales federales, estatales y municipales. El presidente Lázaro Cárdenas expresó en su primer Informe de Gobierno (en septiembre de 1935), que para la apropiada organización de un sistema nacional de arbitrios, se deberían elevar a la categoría de preceptos constitucionales las reglas que pudieran delimitar con toda precisión los retribuciones de cada una de las entidades que integraban el país, para impedir con ello la concurrencia de gravámenes sobre una misma fuente de imposición, a la anarquía reinante en materia fiscal y evitar que la incidencia en los impuestos continuara produciendo fenómenos perjudiciales que se convirtieran en serio obstáculo para el desenvolvimiento económico del país (Cárdenas, 2006).

En la segunda Convención Nacional Fiscal se sentaron las bases para la reforma de la fracción XXIX del artículo 73, que otorgó facultades exclusivas de tributación al Gobierno Federal en materia de comercio exterior, aprovechamiento y explotación de recursos naturales, instituciones de crédito y sociedades de seguros, servicios públicos concesionados, entre otros.⁵⁰ Respecto a la imposición al comercio y la industria, se llegó al acuerdo de que la legislación se expidiera y modificará por el H. Congreso de la Unión. La iniciativa debía

⁵⁰ La Comisión de Concurrencia y Reformas Constitucionales de dicha convención consideró en su dictamen final que la obra de coordinación iniciada por la Primera Convención Nacional Fiscal y no podía considerarse terminada, y que, por lo tanto, no debía dejarse su continuidad al arbitrio de una autoridad, sino debía establecerse y encauzarse como régimen permanente de organización fiscal del país. Al respecto sugirió la conveniencia de considerar a la Convención Nacional Fiscal como órgano de coordinación y consulta en materia fiscal, tanto para la Federación como para los estados (Serna, 2004, p.75).

ser presentada de común acuerdo entre la Federación y la mayoría de los estados (Serna, 2004). Además, que el rendimiento se repartiría entre la Federación, los estados y municipios en la proporción que las autoridades federales y locales acordarán en relación con el rendimiento de los impuestos establecidos en cada uno de los estados sobre la industria y el comercio. No obstante, los acuerdos alcanzados en la Segunda Convención -por haberse llevado a cabo al final del sexenio y con el inicio de la Segunda Guerra Mundial en puerta-, hicieron que las cuestiones hacendarias fueran postergadas, lo que implicó que no pudieron dictarse medidas de carácter legislativo que permitieran la materialización de las conclusiones (Reyes, 2004).

Luego de terminada la Segunda Guerra Mundial, el presidente Miguel Alemán señaló en su primer informe de gobierno que se proponía proseguir con el proyecto de reforma fiscal en su doble aspecto de legislación y de administración, y manifestó que estaban concluidos los análisis de diversas iniciativas de ley para la limitación del número de los impuestos en vigor y delimitar de los campos de acción de la Federación, los estados y municipios en materia tributaria con el fin de estructurar un verdadero sistema nacional de tributación que incluiría los arbitrios locales y municipales (Alemán, 2006). Al siguiente mes del informe, el 4 de octubre de 1947, el presidente Miguel Alemán convocó a la Tercera Convención Nacional Fiscal que se celebró en noviembre del mismo año, siendo secretario de Hacienda y Crédito Público Ramón Beteta Quintana. La convención, como en la anterior, reclamó la coordinación fiscal entre los tres ámbitos de gobierno, apremiando lograr la alianza económica nacional, debido a la pobreza de recursos de los estados y municipios. En su llamado, el Presidente Alemán suscribió que concluida la Segunda Guerra Mundial el país se encaraba al requerimiento de contar con más y mejores servicios públicos y que exigía además una economía pública fuerte y bien organizada, pero que a su vez, el gobierno federal

padecía del grave problema fiscal, que desde 1925 se le había calificado de complicado, antieconómico e injusto, era ya insostenible que por no haberse corregido sino por el contrario empeorado como resultado de la creación de nuevos impuestos tanto por la Federación como por los estados y los municipios (Alemán, 2006).

Desde la perspectiva del gobierno federal, el objetivo de la Tercera Convención Fiscal Nacional fue diseñar un esquema de Plan Nacional de Arbitrios, bajo la perspectiva de implementar un sistema nacional de distribución de todos los gastos públicos entre los contribuyentes. Proyectar la forma en que la Federación, los estados y los municipios se distribuirían los impuestos en relación con el costo de los servicios públicos, y en función de la capacidad de control sobre los causantes. De igual forma, determinar las bases de colaboración entre municipios, estados y gobierno federal en materia fiscal y buscar fórmulas accesibles de entendimiento, entre éstos y los contribuyentes para reducir al mínimo los gastos de recaudación y control de los impuestos.

Las distintas comisiones, que fueron integradas en el primer día de la convención, concluyeron que se debía nivelar en el país el gravamen de impuesto sobre el comercio y la industria; así como efectuar una legislación especial a los impuestos especiales sobre determinadas actividades comerciales e industriales y sobre explotación de recursos naturales y la industria, como la generación de energía eléctrica y el consumo de gasolina, benzol y productos ligeros del petróleo.

Las comisiones propusieron otorgar una participación razonable a las entidades federativas y municipios como compensación efectiva equivalente al 25% del aumento que registrarán los ingresos netos totales de la Federación. Estos ingresos en participación serían distribuidos en tres porciones determinadas, tanto para la Federación, los estados y municipios con la que se constituiría un fondo de reserva para ayudar a cualquier estado que

sufriera un déficit en su presupuesto o para impulsar el desarrollo económico de las entidades que lo necesitaran. Que se debería establecer el Plan Nacional de Arbitrios, compuesto por tres representantes federales, cinco representantes de las entidades federativas correspondientes a las zonas fiscales, dos representantes de los municipios, dos representantes de los causantes.

En las propuestas de la Tercera Convención Nacional estuvo presente el argumento de que las operaciones fiscales afectaban al desarrollo de la economía nacional y el progreso de la nación entera y como circunstancia directa, esto apoyaba la centralización creciente promovida por el gobierno de Miguel Alemán. En afinidad a lo antes expuesto el punto “más peliagudo” fue el cómo convencer a los estados de que esa centralización era benéfica para todas y cada una de las partes de la nación y que en consecuencia debían apoyarla sin reparos. Las fricciones surgían porque a los ojos de los funcionarios alemanistas, como antes los callistas o cardenistas, el ordenamiento fiscal sólo podría realizarse mediante la ampliación de las facultades federales (Aboites 2004, p. 198). El argumento de la anarquía fue uno de los componentes fundamentales y de mayor consenso entre los diversos grupos políticos concentrando facultades y derechos, a costa de constreñir y debilitar, hasta donde fuera posible, la soberanía local en un contexto económico que favorecía la integración del mercado interno, así como el desarrollo de ramos económicos que se traducían en mayor recaudación fiscal federal (Aboites, 2004).

Lo que significaba una obligación para los estados y municipio aceptar las resoluciones de la tercera convención y acatar el orden de las participaciones federales dichas recaudaciones emitidas por las entidades federativas. Para 1948, la Ley Federal de Impuestos sobre Ingresos Mercantiles sustituyó los numerosos impuestos federales y estatales al comercio y a la industria. A partir de esta ley, los estados se harían merecedores a una tasa

adicional del 1.2%, además de recibir 10% sobre la participación existente en otros impuestos federales. Con dicha ley quedó instaurada la coordinación entre la Federación y los estados, mediante la celebración de convenios por cuales los estados que lo firmaran derogaban o suspendían sus impuestos locales al comercio y a la industria.

La administración del impuesto estaría a cargo de los estados, quienes absorbían cuatro por ciento sobre la recaudación de dicho impuesto por gastos de administración, así como el 40% de los recargos y multas aplicadas en el procedimiento administrativo de ejecución. En 1948 también se publicó la ley que regulaba la transferencia de las participaciones de los ingresos federales a las entidades federativas y se creó la Comisión Nacional de Arbitrios para proponer y coordinar medidas en materia impositiva federal y local, así como para actuar como órgano consultor y gestor de la entrega oportuna de las participaciones (Reyes, 2004).

Cabe destacar que el argumento general para realizar las tres reuniones fue adecuar el sistema tributario mexicano, pues se consideraba que existía una anarquía fiscal⁵¹ definida la anarquía como “la concurrencia de los diversos sistemas tributarios sobre una misma fuente de riqueza” (Hernández, 2017, p. 200). Concuera el pensamiento anterior con las palabras del secretario de Hacienda y Crédito Público, Ramón Beteta cuando señaló que el problema de la concurrencia tributaria debía plantearse considerando que las distintas instituciones político-económicas que coexistían en el país debían tener posibilidades de

⁵¹ Hernández, (2017) escribió que “el desorden era tal que se conoce por ejemplo que permanecían más de 300 impuestos al comercio y a la industria, que obstaculizaban el libre tránsito de mercancías entre las distintas entidades del país” (p. 200). Hernández especificó al respecto que “la combinación de éstos variaba de una entidad a otra. En este sentido, se puede afirmar que los estados ejercían su poder de ‘gravar’ con efectividad y libertad. Debe destacarse, que de la recaudación por parte de los gobiernos locales existía una proporción que debía transferirse al gobierno federal, llamada la contribución federal. Esta se redujo de 25% antes de 1929 a 20% posterior a esta fecha y se elimina definitivamente a partir de 1947” (p. 200).

participar en el rendimiento del sistema tributario en proporción a las necesidades de los servicios públicos que cada una tiene encomendados; es decir, que la cuestión fundamental a resolver no es dividir conceptos, sino asegurar la suficiencia conjunta del sistema tributario (Beteta, 1951).

La Tercera Convención Nacional reconoció la disparidad en materia de imposición que regía a lo largo y ancho de la República sobre la producción y consumo de cerveza. Y fue la disparidad, uno de los considerandos principales de los diputados del Congreso de la Unión para aprobar en 1948 los cambios en la fracción XXIX artículo 73 constitucional.⁵² La legislatura adujo que la disparidad tributaria era un serio menoscabo del lógico progreso de la industria cervecera, la que se había visto trabada en su desenvolvimiento por la aplicación de tributos, cuyo cobro por las Entidades Federativas eran anticonstitucionales.⁵³ Lo que nos

⁵² Diario de los debates Cámara de Diputados. Legislatura XL - Año III - Período Ordinario - Fecha 19481221 - Número de Diario 36. Recuperado de https://www.constitucion19172017.pjf.gob.mx/sites/default/files/CPEUM_1917_CC/procLeg/048%20-%2010%20FEB%201949.pdf

⁵³ Al respecto de esta situación nacional valgan dos ejemplos: 1) En un mensaje fechado el siete de diciembre de 1937, enviado por los señores Vargas y Sierra de la ciudad de Acaponeta, comunicaban al Congreso que el Ciudadano presidente Municipal de esa ciudad, había acordado determinados impuestos por introducción de cerveza disposiciones que con marcada tenacidad vienen aplicando. El Congreso les responde que “ya se dirige a la Autoridad aludida sobre el particular, manifestándoles de antemano que de ser ciertos tales actos se vienen violando preceptos constitucionales y por consiguiente garantías individuales. Acta número 50 de la Sesión Ordinaria celebrada por el Honorable Congreso del Estado Libre y Soberano de Nayarit, el día siete de agosto de mil novecientos treinta y siete. Periódico Oficial del Estado de Nayarit. Fecha: 1937-12-08 Recuperado de <http://www.hndm.unam.mx/consulta/publicacion/visualizar/558a37987d1ed64f16db05f0?intPagina=2&tipo=pagina&palabras=cerveza&anio=1937&mes=12&dia=08>

Aboites (2004) muestra otra faceta de esa misma actitud de algunos gobiernos estatales cuando señaló que el presidente Ávila Camacho, literalmente regañó al gobernador de Sinaloa por la expedición de un decreto en 1941, que aumentó los gravámenes sobre la cerveza en Sinaloa. Indica que el mencionado decreto fijó una cuota de 30 centavos por litro, más 10% adicional para caminos y 20% municipal, lo que dio una carga total de 39 centavos por litro. Ante lo cual el presidente Ávila Camacho le manifestó al gobernador Rodolfo T. Loaiza que el decreto tenía un marcado sello alcabalariorio, que iba en contra del artículo 117 constitucional, lo que declaraba una “verdadera guerra económica a las [otras] entidades productoras”. Le advirtió que con esa cuota exorbitante sólo se conseguiría reducir la recaudación y favorecer el clandestinaje y la adulteración. El presidente Ávila Camacho conminó a T. Loaiza que “aceptara las participaciones federales de un centavo y medio por litro de cerveza que se consuma y de un centavo por litro que se produzca en esa entidad federativa, y expresaba su esperanza de que el mandatario local “removiera los obstáculos al régimen

refiere al siguiente punto que tratará los antecedentes de la federalización de los impuestos a la cerveza.

3.4 El despacho de abogados intermediario entre el gobierno federal y los estados para federalizar los impuestos a la cerveza

En el memorándum,⁵⁴ probablemente firmado por el abogado Jorge Cerdán Lara,⁵⁵ se esbozó que el logro definitivo de la federalización del impuesto sobre la cerveza se había fincado en los “inegables beneficios para el desenvolvimiento de la industria, el desarrollo de la campaña antialcohólica, la desaparición de barreras comerciales entre estados y la abolición de impuestos alcabalatorios” (s/p).

También señaló que el presidente de la República se dirigió con los gobernadores, de las entidades adheridas al sistema federal de participaciones, a través de extensas cartas el 20 de febrero y 10 de marzo de 1948, para invitarlos a continuar con la federalización, y que, a su vez, firmaran los convenios. De igual manera, el presidente exhortó a las entidades no adheridas al sistema, a incorporarse en él y firmaran el convenio.⁵⁶

El antecedente de esta situación lo encontramos cuando la Secretaría de Hacienda y Crédito Público contrató un despacho de abogados de la Ciudad de México, encabezado por

de participaciones, para lograr así una mejor coordinación fiscal en el ámbito nacional” (2004, pp. 216-217).

⁵⁴ AGN-1947. MAV, exp. 564.1/27.

⁵⁵ Coordinador del despacho de abogados que llevó a cabo el proceso de cabildeo con los gobernadores para que accedieran a la federalización de los impuestos cervecedores a la producción y consumo. En 1933 resultó electo diputado local y posteriormente fiscal del Estado de Veracruz ante la Convención Fiscal Nacional en el que realizó un brillante papel. El gobierno de Baja California también lo designó su representante ante la citada Convención. En 1936 se encargó de la Tesorería General de Veracruz para pasar después a ser electo gobernador constitucional del Estado de Veracruz para el periodo de 1940 a 1944. Al finalizar su gestión administrativa, se trasladó a la ciudad de México para continuar su ejercicio profesional como abogado. Recuperado de <http://segobver.gob.mx/juridico/gobernadores/73B.pdf>

⁵⁶ AGN-1947. MAV, exp. 564.1/27.

los licenciados Jorge Cerdán, Fernando Robert y Adolfo García Siller para trabajar la federalización de los mencionados impuestos y cabildearan a los gobernadores, quienes después de dos años recibieron diversos tipos de respuestas. Los abogados refirieron en su informe, que los gobiernos de los estados de Hidalgo, Nuevo León, Durango y Chiapas respondieron de manera inmediata y afirmativa.

En apoyo a estos hechos, en una tarjeta informativa enviada al presidente de la República, Miguel Alemán, fechada el 15 de septiembre de 1948 el licenciado Jorge Cerdán refirió que al estar:

ya estaba firmada por el señor presidente la iniciativa de reformas constitucionales relativa a la federalización de los impuestos sobre cerveza y dados los beneficios que de ella derivarán al erario federal, a los estados y a la industria misma. Era urgente que se obtuviera la aprobación oportuna por el H. Congreso y la mayoría de las Legislaturas, para que pudiera entrar en vigor en el año fiscal de 1949, y en que solo por ese concepto tendría un aumento de ingresos el erario, mayor de cinco millones de pesos.⁵⁷

En dicha carta (fechada el 15 de septiembre de 1948), el licenciado Cerdán informó al presidente Miguel Alemán que de los 31 estados, dos territorios y el Distrito Federal de la República, catorce habían aprobado la federalización de los impuestos de la cerveza, y tres más que estaban por firmar el convenio respectivo.⁵⁸ En el escrito se congratuló de que este apoyo a la federalización permitiría enviar a las Cámaras Federales la iniciativa de Ley

⁵⁷ AGN-1947. MAV, exp. 564.1/27.

⁵⁸ Aunque en la lista adjunta al documento figuraran 16 estados: Veracruz, Nuevo León, Tamaulipas, Coahuila, Puebla, México, Durango, San Luis Potosí, Guerrero, Hidalgo, Guanajuato, Morelos, Aguascalientes, Querétaro, Tlaxcala y Colima. AGN-1947. MAV, exp. 564.1/27

correspondiente, con lo cual “se lograría la unificación tributaria en el país, y en consecuencia la supresión de alcabalas y se impediría la anarquía fiscal”. El trabajo del despacho de abogados no estuvo exento de jaloneos, dimes y diretes y sobre todo reticencias a que los ingresos que obtenían los gobiernos estatales y los municipales pasaran a otra esfera, aunque se dejara establecido bajo convenio el concepto de participaciones en los impuestos a la cerveza.

3.5 Federalización de los impuestos a la cerveza: aprobaciones y rechazos

A pesar de que desde el periodo presidencial de Plutarco Elías Calles ya se ofrecía participación de los impuestos federales de la cerveza a los gobiernos estatales, estos mostraron reticencia a la federalización porque durante muchos años obtuvieron de los impuestos a la producción y consumo de cerveza, una fuente de ingresos generosa para sus estados y municipios. La labor de convencimiento hecha por el gobierno federal entre los años 1947 y 1948, logró el número necesario de miembros de la mitad más uno de los estados de la Federación y el Distrito Federal y los territorios que lo aceptaron en el último trimestre de 1948. Cifra que permitió federalizar los impuestos a la cerveza. Fue todo un logro que favoreció el ensanchamiento de la base tributaria de la Hacienda Federal, a pesar de la resistencia cuando no franca rebeldía de autoridades estatales y locales (Márquez, 2003, p. 31).

La respuesta final de los mandatarios estatales al presidente Miguel Alemán, de la aceptación del convenio de la federalización de los impuestos a la producción y consumo de cerveza, vía el despacho de abogados encabezados por Jorge Cerdán, mostró algunas discordancias a pesar de las aceptaciones. Ante el eminente cambio en materia de impuestos

a la producción y consumo de cerveza algunos gobernadores dieron muestra de sus objeciones⁵⁹ al gobierno federal sobre todo por la pérdida de ingresos. En las misivas, expusieron los quebrantos que sufrirían sus arcas y la necesidad de aplazar la federalización de los impuestos. De manera contraria a lo procurado por el Gobierno Federal, hubo gobernadores que, de inicio se opusieron y rechazaron la invitación presidencial. Uno de ellos, el gobernador de Chiapas César Augusto Lara Ramos expresó su desaprobación pues sacó cuentas en negativo y en detrimento de la salud financiera estatal, aunque al final decidió aceptar.

Acceder al deseo presidencial de la federalización de los impuestos a la cerveza implicaba en voz de Manuel Gudiño, gobernador de Colima, ir en retroceso pues los gravámenes locales aportaban 144 000 pesos al año (10% del ingreso total) y que no veía cómo aceptar una oferta que implicaba recibir un monto de apenas 15 600 anuales (Aboites, 2003). El gobernador de Campeche Eduardo Lavalle Urbina muy sutilmente demoró firmar el convenio, aunque en su estado no existiera algún concepto de impuestos de tipo alcabalatorio, y pidió aplazar la resolución del caso hasta que se definieran algunos criterios inciertos, especialmente aquellos referentes a la compensación.

Por su parte el gobernador nayarita, Gilberto Flores Muñoz, estuvo conforme en principio, con aceptar la invitación para federalizar el impuesto a la cerveza, pero en su respuesta señaló que se tendría que estudiar primeramente el cómo compensar el déficit que ocasionaría en sus finanzas, al dejar de percibir el estado anualmente alrededor de \$ 450 000 en impuestos a la cerveza, contra los \$ 75 000 que le daría al año el sistema de participaciones federales.

⁵⁹ AGN-1947. MAV, exp. 564.1/27

En esa misma posición se encontró el gobernador de Sinaloa, Pablo Macías Valenzuela, quien declaró en principio, no tener inconveniente en aceptar la invitación para federalizar dicho impuesto, pero que sería preciso que el monto de las participaciones en el impuesto federalizado alcanzara igual suma para evitar el desequilibrio presupuestal del Estado. Afirmó Macías que un millón de pesos, le reportaban al estado de Sinaloa los gravámenes a la producción y el consumo de cerveza.

El gobernador del estado de México, Alfredo del Mazo,⁶⁰ quien en una misiva enviada al primer mandatario en mayo de 1948 puso reparos a la federalización de los impuestos a la cerveza. El gobernador del Mazo aceptaba en conjunto el acuerdo, pero manifestaba que la cláusula IV, referente a que, si algún estado expediera disposiciones contrarias con la recaudación de las participaciones, la Federación quedaba relevada del compromiso de pagar a todos los demás estados la participación convenida. Dijo al respecto Del Mazo, que sería una injusticia para aquellos estados que cumplieran al pie de la letra sus compromisos, daño que se traduciría en serios estropicios económicos y presupuestales.

El gobernador de Sonora, Abelardo L. Rodríguez fijó su postura frente al presidente Miguel Alemán, haciendo énfasis que la centralización de facultades perjudicaba la soberanía y la autonomía de los estados y los privaba de importantes fuentes de ingresos, en algunos casos de manera completa. Aunque el general Rodríguez reconoce que la Federación no podría subsistir sin ingresos, observa que para federalizarlos no se hubiera establecido una norma doctrinal que delimitara jurisdicciones.

El general Abelardo L. Rodríguez a su vez hace una advertencia respecto que algunas grandes industrias cerveceras del país pugnaban desde tiempo atrás por la federalización,

⁶⁰ AGN-1947. MAV, exp. 564.1/27

para despojar a la pequeña industria de toda protección estatal, y que, por lo tanto, fuera natural que los estados trataran de conservarla y vigorizarla, no tanto por el interés del impuesto sino por proteger la industria misma y conservar fuentes de trabajo. Vaticinó que, si esta industria era substraída de la Jurisdicción local, dominarían fácilmente el país las grandes instituciones productoras, como verdaderos monopolios, con grave perjuicio de algunos estados. Por lo mismo, cabe hacer constar que no firmó el convenio.⁶¹

Merece una atención especial la presión ejercida por el despacho de abogados el caso del gobernador de Coahuila, Ignacio Cepeda Dávila. Uno de sus amigos y biógrafo, Roberto Orozco, periodista y presidente municipal de la ciudad de Saltillo en los sesenta, refiere que Cepeda Dávila desde el inicio de su mandato en diciembre de 1945, defendió el auténtico federalismo cuando los vocablos, federal y federalismo, se habían propagado en la elocuencia de los funcionarios defechos, pero que eran solo palabras lucidoras en la oratoria, pero inexistentes en la vida real.

Relata Orozco que Miguel Alemán Valdés, luego de su llegada al poder excedió la prolijidad centralista del Gobierno Federal e inició una reforma a la fracción XXIX del Artículo 73 constitucional para que la producción y consumo de cerveza fuera privativo del ámbito impositivo federal. Un gravamen necesario por ser importante fuente de ingresos en las tesorerías estatales y municipales, pero a los industriales de la cerveza les era complejo y oneroso. Para la Secretaría de Hacienda del gobierno alemanista era constitucionalmente imprescindible la colaboración de los congresos locales en la asignación del nuevo ramo privativo (Orozco, 2008, s/p).

⁶¹ En el Boletín Oficial del estado se encontró en sus publicaciones solamente un convenio entre el Gobierno del Estado de Sonora y la Federación, fechado en 1974. Ver anexo capítulo III

Al respecto, la Legislatura del Estado de Coahuila se negó a cumplir la obligatoriedad del acto jurídico, en tanto que diputados sabían lo importante que eran tales contribuciones para la “flaca economía” del estado (Orozco, 2008). Ante esta negativa, el Gobierno Federal puso en marcha una campaña de presiones diversas hacia el Ejecutivo de Coahuila durante el año de 1946 (Orozco, 2008).

Esto dio como resultado que las relaciones entre la Federación y Coahuila se tensaran, no obstante que el gobernador Cepeda le escribió con frecuencia al presidente Alemán y a los secretarios del Gabinete para plantearles proyectos y ofrecer la colaboración de los coahuilenses. Sin embargo, el gobernador Cepeda no obtuvo respuestas, pero si empezó a recibir presiones a través de telegramas y llamadas telefónicas de funcionarios de la Presidencia, de la Secretaría de Gobernación, de la Secretaría de Hacienda, de los industriales de la cerveza, del PRI, de los líderes del Senado y de la Cámara Baja, de los sindicatos cerveceros, etc. Los medios escritos nacionales empezaron a publicar calumnias e infamias contra el gobernador Cepeda y sus funcionarios (Orozco 2008).

Fueron muchos los esfuerzos de acercamiento de Cepeda Dávila con el presidente Miguel Alemán, y frente a esta presión, el 9 de julio de 1947 el gobernador coahuilense llamó a León V. Paredes, secretario de Gobierno, para decirle que los diputados habían aceptado convalidar la federalización de los impuestos a la cerveza. Ante el decreto respectivo que debían promulgar estas fueron sus palabras: "Firma tu primero esta iniquidad, así por lo menos el remordimiento de mi conciencia será menor" (Orozco, 2008, s/p).

El último esfuerzo de acercamiento del gobernador Cepeda Dávila con el presidente Miguel Alemán fue en julio de 1947, cuando le solicitó audiencia por medio del senador López Sánchez y fue recibido el día 16 de julio por el mandatario nacional, quien a pesar haber conocido con antelación el cambio de criterio de la legislatura coahuilense “aquella

audiencia devino gélida y silenciosa” (Orozco, 2008, s/p). Al día siguiente, ya en su casa, Ignacio Cepeda Dávila decidió suicidarse.

Este hecho, que conmocionó a los coahuilenses, demuestra que el despacho de abogados presionó a los gobernadores para que hicieran cambios en sus constituciones locales, mucho antes que se decidiera en el Congreso de la Unión modificar del artículo 73, adicionándole la fracción g) en diciembre del 1948 para federalizar los impuestos a la cerveza. El presidente Alemán Valdez quería que los cambios se hicieran en el menor tiempo posible y el despacho de Cerdán utilizó el poder omnímodo que ejercía el mandatario mexicano en esos momentos. El gobernador Cepeda de Coahuila como vimos no fue el único que se opuso, pero si el único que enfrentó las duras críticas de los medios impresos pagados por el gobierno y las empresas cerveceras para quitar los obstáculos en el camino de la federalización.

3.6 Las participaciones para los estados y municipios tras la federalización, 1948

En la iniciativa de ley con relación a la federalización de impuestos que el presidente Miguel Alemán Valdez envió a la Cámara de Senadores en octubre de 1948, manifestó que la situación económica de la República demandaba que el gobierno federal adoptara medidas eficaces para favorecer el desarrollo de la industria mexicana. El ejecutivo federal hizo hincapié, que para obtener buenos resultados era forzoso coordinar los regímenes fiscales locales y municipales con el Federal como única vía para remediar la anarquía fiscal que tan desastrosas consecuencias producía a la economía nacional (Alemán, 2006).

Alemán Valdez adujo que dadas las circunstancias en las que estaba el país no era posible incentivar a las distintas ramas industriales y promover la creación de nuevas manufacturas en las que la elaboración y el consumo de productos resultaran gravados de

forma excesiva en cada uno de los estados de la Federación. Con esta disposición del Ejecutivo Federal, se pusieron en marcha las conclusiones surgidas en la Tercera Convención Nacional Fiscal respecto a las propuestas hechas por la industria cervecera nacional. En ese sentido, el presidente Alemán manifestó que la industria de la cerveza se encontraba comprendida en las demandas surgidas de dicha reunión, y representaba un negocio de capitales importantes y fuente de trabajo para gran número de personas, al igual que constituían ingresos al erario cercano a los \$ 34.000,000.00 anuales, industria que no había podido crecer adecuadamente a causa de la anarquía que existía en materia fiscal.⁶²

En uno de los considerandos de la iniciativa para federalizar los impuestos a la cerveza, se asentó que debería servir para que la industria cervecera disfrutara de prerrogativas para el impulso productivo bajo el amparo de cumplir con el objetivo social de combatir el alcoholismo. En acatamiento del criterio expreso en el artículo 117 constitucional que afirma que el Congreso de la Unión y las legislaturas de los Estados dictarán desde luego, leyes encaminadas a combatir este mal social.

Con base en lo anterior el presidente Alemán justificó que se propiciara el recurso de apoyar el consumo de una bebida a la que se le exaltaba por su elaboración higiénica y por su escasa graduación alcohólica y en favorable remplazo al de otros productos de mayor graduación, ya que la experiencia había confirmado tanto en países extranjeros como en el nuestro, que el alcoholismo debería ser perseguido mediante medidas indirectas y no por disposiciones drásticas cuyo resultado final fuera contraproducente.

⁶² (AGN-1947. MAV, exp. 564.1/27)

En el documento se percibe que el secretario de las Comisiones Unidas de Estudios Legislativos de Hacienda, Joel Pozos León puso a consideración de la asamblea legislativa la iniciativa de ley que envió el Presidente de la República, Miguel Alemán, -con fundamento en la disposición contenida en la fracción primera del artículo 71 constitucional,- para su estudio y aprobación ya que tenía el objetivo de incluir captación de impuestos a la producción y consumo de cerveza y modificar así, la fracción XXIX del artículo 73 de la Constitución. Pozos León expuso a los Diputados las razones para tal modificación:⁶³

era de todos conocida la anarquía concerniente a tributos fiscales en materia de cerveza observada en el panorama nacional, lo que ocasionaba la desconfianza, la fabricación defectuosa y la competencia ilícita y desleal, y otros perjuicios que sufrían los industriales de la cerveza por la disparidad cuando sus productos son llevados a través de algunos estados de la República.⁶⁴

Señaló Pozos León que el presidente de la República había indicado que esta anarquía entrañaba un desequilibrio constante y parafraseó lo dicho por el presente Alemán Valdez de que industria cervecera era el sustento de muchos trabajadores nacionales y sus familias, lo que llevó a la necesidad de que se estudiara a través de las convenciones nacionales fiscales celebradas en los años de 1925, 1933 y 1947, para unificar el sistema tributario, que una vez aprobado, daría estabilidad a dicha elaboración. Pozos León observó también que, en los considerandos de dicha ley, Miguel Alemán aludía que los gobiernos de los estados que

⁶³ Todos estos considerandos no parecen en la minuta que se reseña en la sesión de la Cámara de Diputados del día 21 de diciembre de 1948. Suárez (1962) escribió extensamente al respecto y de su publicación se nutre este párrafo.

⁶⁴ Diario de los debates Cámara de Diputados. Legislatura XL - Año III - Período Ordinario - Fecha 19481221 - Número de Diario 36
https://www.constitucion19172017.pjf.gob.mx/sites/default/files/CPEUM_1917_CC/procLeg/048%20-%2010%20FEB%201949.pdf

concurrieron a las tres convenciones nacionales, en su gran mayoría aceptó la tesis de que la tributación sobre la producción y consumo de cerveza se hiciera federal, dado que, desde el punto de vista integral, los erarios estatales no resultarían afectados en sus recursos, sino por lo contrario, aprovecharían mayores coeficientes por la simplicidad y control de las contribuciones. Sin mayor discusión y por unanimidad de noventa votos fue aprobada la reforma de la fracción XXIX del artículo 73 constitucional y pasó al Senado para sus efectos constitucionales.

El 20 de diciembre de 1948, en el Senado de la República se expuso el proyecto de la Ley de Ingresos de la Federación para 1949, que envió Miguel Alemán. En ese presupuesto se estableció que la producción de cerveza en el territorio nacional causaría un impuesto de ocho décimas con veinticinco centésimas por litro (\$ 0.0825), y que de este impuesto se otorgarían a los estados, municipios, Territorios y Distrito Federal, las participaciones de (\$ 0.01) una centésima de centavo por litro de cerveza producida en las entidades federativas en las que existan fábricas de cerveza. Que se les otorgarían (\$ 0.0175) diecisiete y medio de milésima de centavo por litro de cerveza que se consumiera en las entidades federativas.

De esta participación correspondería (\$ 0.015) quince centésimas de centavo) al gobierno de la entidad consumidora y (\$ 0.0025) veinticinco milésimas de centavo) se distribuirían por dicho gobierno entre los municipios del estado respectivo. Se hacía patente que las participaciones únicamente se entregarían a los gobiernos de los estados, Territorios o al Distrito Federal, si estos no decretaban, ni mantenían los impuestos sobre producción o venta de cerveza que señalara la ley del impuesto a la fabricación de cerveza y su reglamento. Se facultaba al Ejecutivo Federal para aumentar un (\$ 0.0175) diecisiete y medio de milésima de centavo a la cuota por litro del impuesto sobre producción de cerveza, cuando se realizara la federalización de los impuestos a la cerveza por medio de la reforma constitucional

respectiva o cuando el convenio propuesto por la Secretaría de Hacienda a los Gobiernos de los Estados para federalizar dichos impuestos haya sido aprobado por la totalidad de los Estados.

Para compensar la merma que sufrirían los estados productores de cerveza en sus presupuestos, se autorizó (\$ 0.05) cinco centésimas de centavo por litro para la constitución de un fondo de compensación para los estados que sufrieran quebranto en su recaudación con la federalización de los impuestos a la fabricación de cerveza y medio centavo por litro para aumentar las participaciones sobre producción concedidas a las entidades federativas. Además, se autorizaron tres cuartos de centavos por litro para aumentar las participaciones por consumo concedido a las entidades federativas. La iniciativa fue aprobada por ochenta y cinco votos contra tres de la negativa, y fue aprobada en lo general junto al dictamen de la comisión, sobre la iniciativa de la Ley de Ingresos de la Federación, para 1949.

3.7. Convenio para aplicar la federalización de los impuestos en estados y municipios, 1948

El convenio que celebraron Gobierno Federal y los gobiernos de los estados tenía en su contenido como antecedentes, que tanto el secretario de Hacienda y los gobiernos de los estados consideraban que era indispensable, para el fortalecimiento de la economía del país, instaurar de un sistema nacional de imposición donde la Federación, los Estados y los Municipios tendrían los recursos necesarios para la correcta prestación de los servicios públicos a su respectivo cuidado. El convenio hizo ver que en las convenciones fiscales reunidas en 1925 y 1932, los convocados llegaron a la conclusión de que para favorecer el desarrollo industrial del país era indispensable que no existieran barreras que impidieran la

libre circulación en toda la República de los artículos producidos en cualquier entidad, para ello era necesario la unificación entre los impuestos aplicados.

Al respecto se señalaba que desde hacía varios años la Federación venía esforzándose por concretar la substitución de los diferentes impuestos, con que los estados gravaban la producción y venta de cerveza, con una participación en el Impuesto Federal que distribuía entre los Estados productores y los consumidores, garantizara a unos y otros un ingreso adecuado. Asimismo, que el propósito de la Federación al promover la federalización de los impuestos sobre producción y consumo de cerveza había sido, no solamente unificar la tributación del impuesto recabado sobre este producto sino, además, impulsar la producción de esta bebida que, desde el punto de vista de la salubridad general convenía que substituyera a bebidas de alta graduación alcohólica que, hasta esa fecha, habían tenido gran consumo en el país.

De importancia para los estados firmantes era el último considerando, contenido en la ley de Ingresos de la Federación, para el año de 1949, en su artículo 5° que concedía a los estados, municipios, territorios y Distrito Federal, participación en la cerveza producida y consumida dentro de sus respectivas jurisdicciones condicionando la entrega de esas participaciones a la supresión de los impuestos sobre producción o venta de cerveza determinados en la Ley Federal de la materia.

De igual forma se afirmaba que la misma Ley de Ingresos en su artículo 11° facultó al Ejecutivo para aumentar las participaciones concedidas a los estados, territorios, Distrito Federal y municipios [solo] en el caso de que la totalidad de los Estados aprobaran un convenio para federalizar los impuestos sobre producción y consumo de cerveza, preparado por la Secretaría de Hacienda. Se asentaba en dicho convenio que por los antecedentes expuestos, y reconociendo ambas partes contratantes la necesidad y conveniencia para el

país de ir estructurando un régimen fiscal dentro del cual se asegure a la Federación, a los estados y a los municipios, la obtención de recursos suficientes, el gobierno firmante se comprometía a promover ante la H. Legislatura Local, a más tardar dentro de los 30 días de la firma del convenio, la abrogación de las leyes y disposiciones que dentro de la letra y espíritu del artículo 5° de la Ley de Ingresos de la Federación fueran incompatibles con la percepción de las participaciones en el Impuesto sobre producción de cerveza a que el mismo artículo se contrae.

El convenio estableció que para la formalización de la federalización de impuestos a la cerveza se requería de incorporación de la totalidad de los estados de la República al régimen de participaciones. Bajo esos criterios se establecieron las participaciones y quedó asentado en el convenio que se liquidarían y pagarían a los gobiernos de los estados a partir del año fiscal de 1949, condicionado su pago a la fecha en que tuviera efecto la derogación de las leyes y disposiciones que gravaban la cerveza de la manera local.⁶⁵ Para tal efecto, el despacho de abogados le hizo llegar al gobernador de un determinado estado de la República el convenio, al mismo tiempo que se le hacía saber que el congreso estatal debía hacer los cambios en las legislaciones que tuvieran que ver con la producción y consumo de cerveza.

Por su parte la Secretaría de Hacienda y Crédito Público estaría obligada a liquidar y a pagar las participaciones a los gobiernos de los estados -de acuerdo con el artículo 5° de la Ley de Ingresos de la Federación para el año de 1947-, misma que estableció el valor de un centavo por litro de cerveza producido dentro del territorio, y que se sumaría a éste, un

⁶⁵ El convenio establecía que este quedaría sin efecto si los gobiernos de los estados no cumplían la obligación adquirida en el mismo, el de promover en su oportunidad ante las legislaturas de los mismos la aprobación de una reforma constitucional por virtud de la cual se reconocía y sancionara la facultad exclusiva de la Federación para establecer impuestos a la producción y al consumo de cerveza, con la obligación de otorgar a los estados, una participación en el rendimiento de dicho tributo si demostraban con la publicación e órgano oficial que se habían derogado.

centavo tres cuartos por litro de cerveza consumido dentro de los límites estatales aun cuando no hubiese sido elaborada dentro del estado. De la participación por consumo de cerveza, correspondería a cada uno de los municipios del estado, un cuarto de centavo por litro sobre el volumen distribuido en su jurisdicción.

La federalización de los impuestos a la cerveza fue un acierto para el ejecutivo federal como se puede apreciar en la tabla 3.2, porque si bien es cierto el porcentaje cobrado a los dos renglones impositivos poco varió, ya que entre las décadas de 1950 e inicios de 1970 se mantuvo en menos de los ochenta centavos por litro, estando inclusive por debajo que fue de cuarenta y seis centavos por litro (\$ 0.46) en 1976. En los setenta rebasará los cien centavos, manteniéndose en un peso setenta y cinco centavos por litro (\$1.75) entre los años de 1978 a 1980.

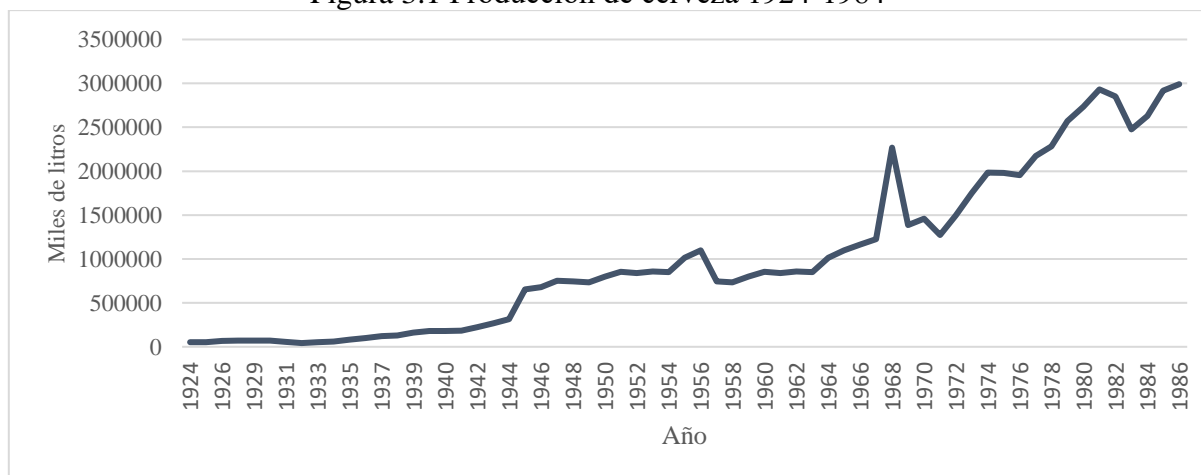
Tabla 3.2 Recaudación de impuestos por concepto de producción y consumo de cerveza

		PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE CERVEZA					
Año	Impuesto producción y consumo	Tesorería de la Federación.	Entidades Federativas			Municipios	
		Parte proporcional	Normal	Adicional		I. Normal	Adicional
1949	0.0825 (Ocho centavos y un cuarto por litro)		\$ 0.015 (Un centavo y medio por litro de cerveza)	\$ 0.0025 (Un cuarto de centavo por litro)	\$ 0.01 (Un centavo por litro)		
1955	0.18 (Dieciocho centavos por litro)		Del \$0.067 (seis centavos y siete milésimas)	Del \$0.067 (seis centavos y siete milésimas) un % distribuido por el congreso local a los municipios.		\$0.015 (un centavo y medio por litro)	0%
1959	\$.18 (Dieciocho centavos por litro)		\$0.06 (seis centavos por litro)	\$0.015 (un centavo y medio por litro)	\$0.015 (un centavo y medio por litro)		0%
1967	\$0.22 (Veintidós centavos por litro)	\$0.06 (seis centavos por litro)	\$0.08 (ocho centavos por litro)	\$0.015 (un centavo y medio por litro)		\$0.015 (un centavo y medio por litro)	0%

1970	\$0.82 (Ochenta y dos centavos por litro)		\$0.08 (ocho centavos por litro)	\$0.015 (un centavo y medio por litro)		\$0.015 (Un centavo y medio por litro)	0%
1974	\$1.07 (Un peso con siete centavos por litro)	\$0.41 (cuarenta y un centavo por litro)	\$0.51 (cincuenta y un centavo por litro)	\$0.115 (Once centavos y medio)	\$0.035 Tres y medio centavo por litro)		0%
1976	\$.046 (Cuarenta y seis centavos por litro)		\$0.125 por litro	\$0.028 por litro		\$0.009 por litro	0%
1978	\$1.75 (Un peso setenta y cinco centavos por litro)		36.6% de \$1.75	7.9 % de \$1.75		2.8% de \$1.75	0%
1979	\$1.75 (Un peso setenta y cinco centavos por litro)		36.6% de \$1.75	7.9 % de \$1.75		2.8% de \$1.75	0%
1980	\$1.75 (Un peso setenta y cinco centavos por litro)		36.6% de \$1.75	7.9 % de \$1.75		2.8% de \$1.75	0%

Fuente: Elaboración propia, información publicada en del Diario Oficial de la Federación de 1924-1980 Reformas al artículo 73 inciso g constitucional en materia de Producción y Consumo de Cerveza

Figura 3.1 Producción de cerveza 1924-1984



Fuente: Elaboración propia con base en INEGI Estadísticas Históricas de México. Tomo II. (3a edición)

Si a estos porcentajes se les contrasta con el nivel de producción expresado en la tabla 3.3, siguiendo una línea ascendente, se puede apreciar que las recaudaciones contenidas en el cuadro 3.2, de una muestra de una década (1953-1963), rebasan con mucho lo sugerido por el despacho de abogados al mando de Cerdán, que señalaba que con la federalización se

podrían obtener un monto cercano a los 5 millones de pesos (Suárez, 1962 p.164). Como ejemplo, se puede percibir que en la figura 3.1 la producción de cerveza a nivel nacional fue ascendente, aunque tuvo momentos mínimos de quiebres o caídas en las producciones que se acentuaron entre 1970 y 1974. La crisis económica de 1973 también afectó al mercado nacional para la producción de cerveza. Por ello, el atractivo en la recaudación de impuestos se presentó en los periodos de auge a partir de 1959.

Tabla 3.3 Recaudaciones de impuestos sobre la producción y el consumo de la cerveza.

Año	(Millones de pesos corrientes)
1953	68.154,471.43
1954	77.684,575.67
1955	121.502,025.42
1956	134.714,649.45
1957	133.927,755.94
1958	129.689,447.68
1959	141.636,457.20
1960	138.549,720.30
1961	138.291,889.86
1962	153.265,789.08
1963	151.630,724.60

Fuente: Suárez (1962, p.164)

Las participaciones establecidas en el convenio que amparó la ley sobre los impuestos a la producción y consumo de cerveza de 1948, correspondientes al estado de Sonora y sus municipios, no se aplicaron porque el gobernador en turno, Abelardo L. Rodríguez (1943-1948) no estuvo de acuerdo con la federalización, y fue posible hasta el gobierno de Alejandro Carrillo Marcor (1975-1979) con quien se concretó el convenio para el estado y los municipios de Sonora pudieran ser acreedores sobre las participaciones. Una década que Sonora estuvo ausente de esos recursos, aunque también se estableció que quienes no lo

hicieran les correspondían por ley participaciones, pero de poca cuantía y que eventualmente los hizo suyos el gobierno estatal. Fue por eso que ante la junta de presidentes municipales del estado de Sonora, sobre la organización fiscal municipal, celebrada en septiembre de 1962, el presidente municipal de Hermosillo, Eduardo Loustaunau Ruiz presentó una propuesta sobre las participaciones de algunos impuestos que la Ley de Ingresos del estado no contemplaba a los municipios,⁶⁶ entre ellos los gravámenes sobre producción agrícola, compraventa de gasolina y derivados de petróleo, así como los de la fabricación y venta de alcohol y bebidas alcohólicas.⁶⁷

El munícipe hermosillense puso en la mesa del debate que los ingresos normales con que contaban los municipios eran insuficientes para cubrir sus más ingentes necesidades, y considerando las exigencias administrativas que demandaba un municipio de la categoría de Hermosillo. Municipio que había visto aumentar su población en una forma extraordinaria en los últimos diez años, mientras que los recursos fiscales municipales no concordaban con su desarrollo económico. Enfatizó Loustanau Ruiz que el crecimiento demográfico implicó una mayor ampliación en la prestación de servicios públicos, y que, si el estado no acudía en auxilio económico de los municipios, estos se verían en la imposibilidad de emprender obras de beneficio colectivo que contribuyeran a su desarrollo, situación que generaría que la gestión administrativa se obstaculizara en la atención de los servicios públicos reclamados con tanta urgencia y derechos por parte de la ciudadanía. Por las razones expuestas, el munícipe hermosillense considero de “ingente necesidad se hiciera una revisión

⁶⁶ Entre ellos el impuesto al Predial, del 25%; Semovientes un 10%; Comercio, el 30%; Expendios de alcohol y bebidas alcohólicas, un 50%; Registro de automóviles (Placas), un 50%; Juegos, \$20,00 y Motocicletas \$10.00 por placa.

⁶⁷ Así como sobre el consumo de gasolina, Automóviles Ensamblados en el País, Llantas y cámaras de hule, y sobre los Ingresos Mercantiles sobre la cerveza.

concienzuda” del régimen fiscal municipal para darle mayor amplitud a sus fuentes de ingresos. Para tal efecto sometió a la consideración de los reunidos que se pidiese al ejecutivo estatal que por su conducto exhortase al congreso del Estado reformara o adicionara la Ley de Ingresos del Estado, para conceder a los municipios una participación en los impuestos que percibía en los impuestos enumerados líneas arriba.

Es posible que el presidente Loustanau haya conocido las reformas a varios artículos de la Ley del Impuesto sobre la Producción y Consumo de Cerveza, aprobadas por el Congreso de la Unión el 31 de diciembre de 1959 y por eso su insistencia de que los tomaran en cuenta para mayores recursos. Como antecedentes a las participaciones a los municipios sobre los impuestos a la producción y consumo de cerveza en Sonora, la información publicada en el Boletín Oficial del Estado de Sonora el 29 de octubre de 1960 tiene referencia en el tiempo, a lo acontecido en otros estados del país. Por lo que se refiere a la cantidad de (\$ 0 01.5) un centavo y medio a favor de los municipios tlaxcaltecas por litro de cerveza consumido en su circunscripción⁶⁸ el Congreso de la Unión, dispuso que dicha participación se distribuyera en la proporción que señalara la Legislatura

⁶⁸ El criterio para distribuir esta participación posiblemente más correcto y equitativo pudo haber sido en función al número de litros de cerveza consumidos en cada uno de los municipios del estado. Sin embargo, el legislativo local consideró materialmente imposible precisar este dato por parte del gobierno del estado, misma imposibilidad por parte de los fabricantes y distribuidores por lo que se estimó pertinente que esta participación debía distribuirse en función al número de habitantes que tuviera cada uno de los municipios, según los datos que arrojó el último censo. De esta forma, los municipios del estado estarán percibiendo en forma directa y expedita, cada mes, y sin gasto alguno, las cantidades que les correspondan por este concepto y que sumadas a los ingresos derivados de sus propias fuentes y de las participaciones en los correspondientes tributos estatales y en los demás tributos federales, contribuirán con mayor medida a dotarles de los recursos necesarios para sufragar los gastos inherentes a los servicios públicos que les corresponde impartir. Nota: texto contenido el Decreto Núm. 31, que concede participación a los Municipios del Estado de Tlaxcala, en el Impuesto Federal sobre el Consumo de Cerveza. Recuperado de <http://www.hndm.unam.mx/consulta/publicacion/visualizar/558a3ad07d1ed64f17005993?intPagina=3&tipo=pagina&palabras=participaciones&anio=1960&mes=06&dia=22>

En Sonora, el congreso local publicó el 29 de octubre de 1960 en el Boletín Oficial la Ley número 58 que constituyó la distribución en las participaciones en el consumo de cerveza correspondientes a los municipios del estado, pero no en base a como se estableció en Tlaxcala, sino de conformidad con la fracción III del artículo de la Ley del Impuesto Sobre Producción y Consumo de Cerveza del 23 de diciembre de 1954, en la que se estableció \$00.15 (un centavo y medio) que por litro de cerveza que se consumiera en los municipios de los estados, que a decir verdad era el mismo porcentaje que Tlaxcala manejó para sus municipios.

Tabla 3.4 Participaciones para los municipios (1960)⁶⁹

Ciudad	Población	Proporción
Hermosillo	118,051	15.16.55 %
Cajeme	124,162	14.99.92 %
Guaymas	53,687	6.98.91 %
Puerto Peñasco	5,541	5.42.48 %
Nogales	39,812	5.17.18 %
Etchojoa	38 451	4.96.27%
Huatabampo	29 935	3.52.90%
Álamos	24,525	3.13.81 %
Cananea	21,048	2.67,48 %
Agua Prieta	17,248	2.21.19 %
Empalme	22,485	1.88.10 %
Bácum	13,969	1.65.08 %
Magdalena	12,070	1.57.16 %
Benjamín Hill	4,923	1.19.68 %
Sahuaripa	9,304	1.18.45 %

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Boletín Oficial del Estado de Sonora, 1960.

⁶⁹ Distribución de las participaciones del centavo y medio en el consumo de cerveza correspondientes a los municipios importantes del estado de Sonora, 1960. Boletín Oficial del estado de Sonora. 29 de octubre de 1960.

<http://www.hndm.unam.mx/consulta/publicacion/visualizar/558075be7d1e63c9fea1a3cc?intPagina=1&tipo=publicacion&anio=1960&mes=10&dia=29>

Con datos del VIII Censo General de Población de 1960. Recuperado de [VIII Censo General de Población 1960 \(inegi.org.mx\)](http://inegi.org.mx)

Como puede apreciarse en la tabla la población de estas quince localidades sumaban 526,841 de un total de 783 378, de la población sonorenses en el momento del censo de 1960 mismas que representaban poco más del 60%. También el decreto contenía el porcentaje de los demás municipios que fluctuaron en el rango de las milésimas. También se puede observar que de estas quince poblaciones diez están ubicadas en el corredor que comprende la carretera 15, lo que facilitó el transporte terrestre de la cerveza.

Se puede concluir que si bien el decreto estableció los porcentajes a distribuir es preciso manifestar que tanto lo analizado primeramente en el AMH como en las estadísticas del acervo histórico del Banco de México, no se encontraron datos de las cantidades que permitirían conocer cuántos litros se consumieron aproximadamente en al menos en las quince localizadas en el cuadro tal.

3.8. Primeras reacciones contrarias a la federalización de impuestos a la cerveza

Francisco J. Santamaría, gobernador del estado de Tabasco en telegrama enviado al presidente de la República, expuso que la federalización de la cerveza afectó el presupuesto estatal con \$923 477.19, suma que dejó de percibir de manera directa el erario estatal. El gobernador le expresó al presidente Miguel Alemán que, al no recibir esos ingresos, ocasionó al estado trastornos “de graves consecuencias morales porque se multiplicaron expendios cerveza y aumentó contrabando de aguardiente”, sin que Tabasco hubiese obtenido un centavo por concepto participación, pidiendo que se atendiera en este asunto.⁷⁰

⁷⁰ En contrario, al gobernador de Chiapas si se le brindaron consideraciones, a decir del licenciado Cerdán quien manifestó en un escrito al presidente Alemán, en julio de 1948 que “como insiste muy justamente el señor Gobernador de Chiapas en sus puntos de vista relativos al quebranto que pudiera

En el reverso de la moneda, la Sexta Delegación de Maestros en Ciudad Camargo, Chihuahua, -vía telegrama expresó su reconocimiento a través de su dirigente Prof. Inmundo Porras F., por la cesión impuesto cervecero para aumentar sueldos al magisterio estatal. Secundándola la secretaria general de la subdelegación en Chínipas, Chihuahua, la profesora Josefina Caballero, quien agradeció y felicitó el acuerdo de federalización del impuesto a la cerveza, y solicitó al gobierno estado que de lo que se recaude en el futuro se ampliaran los sueldos de los maestros en aras de “seguir laborando empeñosamente en la educación”.⁷¹

La delegación de maestros del Sistema Estatal de Chihuahua, asistentes al Segundo Congreso Nacional de la Educación realizado en Acapulco, Guerrero, solicitó la intervención del presidente de la República para que el gobierno chihuahuense destinara los impuestos de la cerveza, que desde de enero de 1949 fueron centralizados para la resolución de los problemas económicos que afectó al magisterio dependiente del gobierno del estado. La delegación expresó la federalización, restó al erario estatal de dos millones de pesos, impidiendo el aumento de sueldos al magisterio, que ya había sido acordado por el ejecutivo de la entidad. Basaban su petición tomando en consideración que eran conocidas por el mandatario federal las pésimas condiciones de vida entre los servidores de educación adscritos al gobierno del estado, “cuyo sueldo inicial de \$ 150. 00 pesos, es insuficiente y mucho más bajo que el de los maestros federales (156.00) y, por otra parte, tomando en

sufrir el Estado con el cambio de sistema impositivo, tanto en mis diversas entrevistas personales con él, como en información escrita que estoy enviándole con instrucciones de la Secretaría de Hacienda, le he manifestado que dicha Secretaría de Hacienda está capacitada para compensar debidamente ese quebranto, por los medios legales que establece la Ley de Ingresos para la Federación, de 1948, lo que seguramente hará que desaparezca la resistencia que en ese aspecto ha estado impidiendo que el Estado de Chiapas ingrese al sistema copartícipe. AGN-1947. MAV, exp. 564.1/12

⁷¹ AGN-1947. MAV, exp. 564.1/12

cuenta que como estado fronterizo el atender de vida se cotiza en base a la moneda americana”.⁷²

Conclusiones

La federalización de impuestos no tuvo los efectos de derrama económica esperada en los estados y municipios, particularmente en Sonora porque no hay constancia de la entrega de dichas participaciones. Sin embargo, cabe aclarar que lo único que se encontró en la documentación del archivo municipal se relacionó con las participaciones federales sobre recursos minerales y forestales y en algunas ocasiones se mezclaban o se agregaban a estos los relativos a las bebidas alcohólicas en un concepto general.

En cambio, el gobierno federal a través de la Secretaría de Hacienda percibió y cumplió los objetivos trazados desde el Congreso de la Unión cuando se incluyó a la cerveza en el artículo 73 Constitucional para federalizar los impuestos sobre producción y consumo. Quedó manifiesto también el descontento de varios gobernadores al dejar de recibir cantidades que hasta 1949 habían percibido por el tributo que causaban las cerveceras. Los estados y municipios tuvieron que sufrir con las consecuencias sociales del exceso de consumo, porque a pesar de que se ampliaron los puntos de venta gracias a los beneficios que las cerveceras recibieron por la federalización, el estado de Sonora no obtuvo máximos ingresos fiscales durante mucho tiempo. Recordemos que con el pretexto de que la cerveza era considerada como la de menor riesgo a la salud y establecida constitucionalmente para

⁷² AGN-1947. MAV, exp. 564.1/11.

combatir el vicio del alcoholismo. En este sentido, no había trabas para el libre tránsito para las diferentes marcas y presentaciones en el territorio mexicano de las compañías cerveceras.

Luego de la federalización de los impuestos a la producción y consumo de cerveza, las trayectorias de las cervecerías Cuauhtémoc, Moctezuma y Modelo en el mercado mexicano y extranjero correrán en paralelo. A partir de la mitad de la centuria mostrarán un desarrollo similar que culminará en la década de los ochenta cuando cada una de las compañías cerveceras proyectasen una importante posición en el mercado consumidor de la cerveza, dejando fuera en el camino a pequeñas empresas del ramo y absorbiendo otras, en la carrera por aumentar la producción a gran escala. La dinámica de ascenso trajo consigo particulares formas de expansión en la innovación y mercadotecnia que fue posible apreciar desde el momento que se constituyeron en un oligopolio donde una de ellas mostrará preponderancia.

Capítulo IV. Reglamentación de la venta de cerveza en cantinas y expendios en Hermosillo, 1952-1973

El objetivo de este capítulo es estudiar las restricciones al consumo de cerveza a partir de la puesta en vigor del Reglamento de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza en el municipio de Hermosillo en 1952, y exponer la confrontación de algunos presidentes municipales con las compañías cerveceras por los problemas sociales que se derivaban por la libertad de consumo en el contexto de la federalización de los impuestos a la producción y consumo de cerveza de 1948. El reglamento estatal de cantinas y expendios de 1952 testimonió que diversos decretos relativos a la cerveza, que fomentaron su consumo como una bebida no embriagante, no tuvieron los efectos deseados en el combate al alcoholismo, lo que provocó choques entre las autoridades municipales y la asociación de cerveceros entre 1952 y 1974.

La federalización de los impuestos a la cerveza marcó el fin de la etapa más acelerada de modernización hacendaria impulsada por la federación con las modificaciones introducidas al artículo 73 constitucional, donde se incluyó a la cerveza (Aboites, 2003, p. 216). Los principales motivos para federalizar los impuestos a la cerveza fueron que su producción estaba gravada en condiciones desiguales en los estados. Así también, para el consumo de cerveza, los impuestos locales implicaban medidas proteccionistas que impedían la venta de cerveza fabricada en otras entidades porque causaba impuestos alcabalatorios al cruzar de un estado a otro.

4.1. El impacto de la federalización de impuestos en Sonora

Con la federalización de los impuestos a la producción y consumo a la cerveza en 1948, el Ejecutivo Federal consideró el propósito de que la industria de la cerveza dispusiera con facilidades para su desenvolvimiento, atenta a la finalidad social de atacar el vicio al alcoholismo. Se estimó que era preferible al efecto el procedimiento de favorecer el consumo de una bebida que por su elaboración higiénica y su escasa graduación alcohólica sustituyera en mucho al de otros productos con alto contenido de alcohol. Para fortalecer esa postura de combatir el vicio a través de una bebida con menor grado de contenido alcohólico, utilizaron la argucia de incluir el artículo 117 constitucional que establecía que tanto el Congreso de la Unión y las legislaturas de los Estados dictarán leyes encaminadas a combatir el alcoholismo. Estrada (1957), Ortega y Gutiérrez (1968) reconocieron este hecho como un estímulo indirecto del Estado a la industria cervecera, cuyo propósito social era combatir el alcoholismo, particularidad que favoreció el consumo de cerveza por considerar que se trata de una bebida desprovista de los inconvenientes que presentan las de elevado porcentaje alcohólico.

Inmediatamente de la federalización de los impuestos a la cerveza, los empresarios cerveceros obtuvieron licencias de alcohol en todos los estados de la República lo que ocasionó problemas de índole económico y social. Un ejemplo, fue la queja que hizo el gobernador de Tabasco Francisco J. Santamaría en 1949 (consignada en el capítulo III). Santamaría se lamentó por la federalización de la cerveza, debido a que el presupuesto de su estado había sido mermado por lo que ocasionó numerosos trastornos económicos y graves consecuencias morales. Además, hizo ver que se multiplicaron sin tasa los expendios de

cerveza, al grado que fue imposible reprimir o controlar con triste perjuicio para el pueblo, sin “haber obtenido un solo centavo por concepto de participación”.⁷³

Para el caso del consumo de cerveza en Sonora en cambio, se generalizó al fundarse la Cervecería de Sonora en 1895. Empresa que desde sus inicios buscó establecer expendios para incrementar el consumo de sus productos en la región. En Hermosillo, la fábrica de cerveza formó tempranas alianzas con los cantineros para la exclusividad de sus productos que llegaron a tener gran aceptación entre la clientela. A partir de los años 30 la cervecera logró expandirse hacia algunas localidades de Sonora y sur de Sinaloa. Anterior a la federalización de los impuestos a la cerveza, la primera cervecería que incursionó fuertemente en Sonora fue la Cuauhtémoc que desde sus inicios y hasta 1940, empleó una estrategia de mayor producción a través de la introducción de nuevas generaciones de maquinaria y equipo. La cervecera neolonesa abandonó la estrategia tradicional de mantener su mayor producción en la ciudad de Monterrey, N.L. durante la segunda guerra mundial debido a las restricciones que limitaba la importación de equipo nuevo. En cambio, amplió las capacidades de producción, mediante la compra y absorción de pequeñas cerveceras locales y la introducción de equipo usado, a partir de los años cuarenta para finalizar en los sesenta.

Luego de adquirir la Cervecería de Tecate en 1954, la Cervecería Cuauhtémoc incrementó a gran escala la capacidad de producción de la planta, que pasó de 40.000 a 115,000 hectolitros a lo largo de los años sesenta, sin introducir equipo nuevo solo adaptando algunas máquinas usadas, particularmente en el área embotelladora. Bajo este esquema, entre 1952 y 1955 las plantas adquiridas por la Cervecería Cuauhtémoc tuvieron mayor producción

⁷³ AGN-1947. MAV, exp. 564.1/12.

que la matriz de Monterrey. Esto permitió que las filiales de la Cervecería Cuauhtémoc ampliaran su mercado en las entidades que les correspondía naturalmente debido a su localización. Esta fue la razón que la planta en Tecate aumentara su producción de en 73% para el período considerado (Estrada, 1957). Solo en 1955, la Cervecería Tecate, S.A vendió el 92% de su producción a dos estados: Baja California y Sonora. Anteriormente, en el año de 1952 les habían destinado el 66%, el resto lo distribuyó a otros estados, algunos de los cuales no concurría, como Aguascalientes, Chispas, Chihuahua, Hidalgo, Oaxaca, Tamaulipas y Yucatán (Estrada, 1957).

Con la participación en mayor medida de la Cervecería Cuauhtémoc en el mercado sonorense a inicios de los cincuenta, empezó un auge de lugares de venta y consumo de cerveza, principalmente en Hermosillo. Sin embargo, a la Cervecería Cuauhtémoc no le fue fácil posicionar a la cerveza Tecate en el estado, por las alianzas mantenidas por décadas entre la Cervecería de Sonora y los cantineros. Anterior a la compra de la cervecera tecatense por la Cuauhtémoc a inicios de 1950, la Cervecería Tecate, bajo la denominación Tecate del Pacífico, S.A.,⁷⁴ estableció en Hermosillo una agencia de distribución, e intentó obtener un permiso para un expendio de cerveza en la Plaza Zaragoza, con motivo de las fiestas de carnaval, a lo que el presidente Hilario Olea objetó que, debido a un pacto con la Unión de Cantineros, solo a través de ella se otorgaban permisos. Al respecto, Verdugo (1998) indicó que “todas las cantinas del estado estaban controladas por la Cervecería de Sonora” (p. 496).

Esta contrariedad hizo cambiar de estrategia de ventas a la Cervecería y se acercó a sus posibles clientes a través de los abarrotes o changarros. A partir de esta estrategia muchos pequeños comercios ubicados en las colonias de la capital sonorense se convirtieron en

⁷⁴ Queja de Tecate del Pacífico al presidente municipal Hilario Olea. AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 128, carpeta 102, 1950).

puntos de venta de la Cuauhtémoc. Fue una inundación de expendios disfrazados, a los que la compañía cervecera además de surtirlos de sus productos los apoyaba con el pago de las licencias de alcoholes que en muchos casos quedaron a nombre de la compañía.

4.2 El Reglamento de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza en contraposición a la federalización de impuestos

Frente al incremento desmedido de puntos de venta de cerveza a inicios de 1952, la Unión Municipal de Propietarios de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza de Hermosillo envió una queja al Ejecutivo Estatal, con copia al presidente de Hermosillo. La Unión denunció que en los abarrotes existía la venta de cervezas y que, si bien, estaba dentro de la ley, esa franquicia se había “viciado” apartándose por completo de la finalidad que perseguía el gobierno, porque la venta debía hacerse únicamente en botellas, latas, etc., cerradas para llevar.

La agrupación de cantineros y expendios le hizo ver a la autoridad que este punto primordial y básico se hacía a un lado, que además de aglomeraciones y malos espectáculos en las tiendas, los afectaba de manera aguda porque afirmó la Unión, la ‘ley para los expendios y cantinas era muy severa y exigente’, que imponía obligaciones costosas, de aseo, higiene, buen aspecto, etc., además de que los agremiados pagaban impuestos sobre venta y consumo. Como tales requisitos no se aplicaban a los abarrotes y similares, afectaba sus intereses.⁷⁵ Al final, poco o nada pudo hacer el presidente municipal Hilario Olea, porque como señaló en su respuesta a la Unión, que al ser de incumbencia del Gobierno del Estado el asunto tratado, el municipio acatarían lo que dispusiera al respecto.

⁷⁵ Carta de la Unión Municipal de Propietarios de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza de Hermosillo. AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 128, carpeta 102, 1950).

Desde finales del siglo XIX a las cantinas y expendios de cerveza en el estado de Sonora fueron regulados través de leyes y reglamentos expedidos por el Congreso del Estado. A lo largo del siglo XX en Hermosillo la reglamentación pretendió siempre responder a proteger el interés público. En ese sentido, en Hermosillo, los negocios en los que se consumía y expendía alcohol de alto y bajo contenido, la cerveza incluida, fueron reubicados o clausurados conforme la población creció. Inclusive fueron algunos prohibidos en la zona aledaña al mercado municipal en la década de los veinte. Además, los reglamentos de horarios de comercio en Hermosillo contemplaban la venta y consumo de alcohol, solo en horarios denominados especiales por rebasar la medianoche, al igual que los prostíbulos y cabarés.

Algunas disposiciones establecían diferencias entre lo que se consideraba una cantina y los expendios de cerveza. Se especificaba a estos últimos como lugares donde no se consumieran ni expendieran otras bebidas alcohólicas, únicamente cerveza. De igual forma, las cantinas se les otorgaban categorías dependiendo de la ubicación de la población donde estaban establecidas. En el transcurrir del siglo XX el número de expendios de bebidas embriagantes existentes en Hermosillo fueron aumentando, así, en 1944⁷⁶ el número de cantinas eran 41, junto a 24 cervecerías (expendios de cerveza al menudeo). Mismo año en el que la autoridad consignó la no existencia de tiendas, tendajones y estanquillos con venta de vinos, licores, cerveza, etc.

Según la información enviada anualmente por los municipios a la Secretaría de Economía para conocer los datos del número de cantinas, expendios y otros negocios donde se consumiera alcohol para el año de 1946, en Hermosillo había sólo 9 cantinas de las 41 de

⁷⁶ AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 118, carpeta 71, 1944).

1944 y había aumentado el número de cervecerías a 47, incluyendo una en Villa de Seris y dos en Bahía Kino. Ya se vendía cerveza en 10 restaurantes. En 1949⁷⁷ vecinos aledaños a la cantina La Tropiconga, ubicada en la esquina de las Calles Segunda (Enrique García Sánchez) y Nuevo León pidieron que fuera clausurada en vista de que con frecuencia se registraban notorios escándalos provocados por personas de ambos sexos, quienes eran mal ejemplo para criaturas.

Figura 4.1 Cantina La Tropiconga



Fuente: En Manuel Hernández. Hermosillo a través del tiempo.

La ciudad de Hermosillo en el censo de 1950 consignó 54 503 habitantes dejando atrás lo 30 503 del censo de 1940. Para el final de década de los ochenta había alcanzado la cifra de 340,779 habitantes. Todo este crecimiento demográfico se originó por la ampliación del fundo legal de Hermosillo en 1942, que produjo un crecimiento de la mancha urbana y posteriormente también, como se abordará más adelante por el desarrollo de la costa, porque

⁷⁷ AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 125, carpeta 92, 1949).

había opciones laborales en la zona. El aumento poblacional provocó también un gran impacto en la ciudad, haciéndola una de las más importantes dentro del estado. El progreso de la ciudad hizo necesarios más servicios e infraestructura, como redes de agua potable, electricidad, drenaje, etc., pero también más seguridad policiaca situación que favoreció a las compañías cerveceras para incrementar los puntos de venta y consumo; los problemas sociales asociados al consumo excesivo de alcohol aparecieron y las quejas frente a la autoridad municipal estuvieron a la orden del día.

Una queja que evidenció esta situación fue elevada por el presidente de Hermosillo Hilario Olea Jr., al gobernador del estado en noviembre de 1950.⁷⁸ El munícipe hizo saber al ejecutivo estatal que las sociedades de padres de familia de las escuelas y los maestros encargados de las mismas le expusieron continuas demandas acerca de que era intolerable el tráfico de bebidas embriagantes amparado con el pretexto de que podía venderse cerveza sin cortapisa, aun cuando no era posible remediar el mal en la proporción deseada, y valiéndose de ese argumento, también se vendían otras bebidas embriagantes, como los mezcales. En su carta el presidente Olea externó al gobernador que era verdaderamente patético el cuadro de numerosas familias, que quedaban en la más completa miseria por el vicio de los jefes de familia, que entregaban casi íntegramente el producto de sus afanes a quienes en forma tan infame se beneficiaban con un tráfico censurable de alcohol.

También los empresarios agrícolas e industriales hicieron llegar las quejas al presidente municipal en turno por la falta de mano de obra en las áreas de trabajo a causa del exceso de embriaguez. Con base en el Código Sanitario federal del 31 de diciembre de 1949, el munícipe envió al Congreso una iniciativa reglamentaria para establecer los lugares y

⁷⁸ AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 127, carpeta 102, 1949).

horarios de venta de bebidas alcohólicas y cerveza con las facultades que les confería la Ley de alcoholes de 1931, misma que fue expedida por el gobernador Rodolfo Elías Calles,

El cabildo de Hermosillo hizo las pertinentes investigaciones para contener este ambiente e hizo los estudios para reglamentar las cantinas y expendios. Encontraron que el problema del exceso en el consumo de cerveza tenía secuelas sociales los días lunes por la ausencia de mano de obra en los campos agrícolas de la Costa de Hermosillo y la actividad económica citadina. A la administración del Hilario Olea no le dio tiempo para implementar un reglamento de cantinas y expendios. La siguiente administración municipal, que encabezó el Dr. Domingo Olivares (1952-1955), envió al Congreso del Estado lo que se había iniciado en la anterior, un reglamento de cantinas y expendios.

Las medidas tomadas por los presidentes municipales de Hermosillo derivaron en el Reglamento de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza, cuya libertad de venta tiene sustento en la federalización de los impuestos a la producción y consumo de la cerveza de 1948. La aplicación del reglamento ocurrió en tres periodos distintos en la ciudad de Hermosillo, entre los años 1952 y 1974 afectando de manera directa las prácticas de venta a nivel nacional promovidas por la ANFACER. Agrupación que cobijaba a varias industrias cerveceras que cubrían el mercado nacional: Cuauhtémoc, Moctezuma y Modelo.

Los reglamentos sobre cantinas y expendios de Hermosillo y Cajeme, Sonora, fueron expedidos en forma simultánea, en el último trimestre de 1952. El cabildo hermosillense aprobó el respectivo reglamento el 6 de noviembre, y al siguiente día, el congreso lo ratificó con algunas modificaciones, porque a decir de esa representación, cada uno de los artículos contenía manifestaciones de la campaña contra el vicio que se estaba llevando a cabo en el Municipio de Hermosillo. Anteriormente, el 29 de septiembre de 1952, el cabildo de Cajeme había aprobado su reglamento.

El Reglamento de Cantinas y Expendio de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza de diciembre de 1952 de Hermosillo, pretendió impedir el consumo excesivo de cerveza los sábados por la tarde y el domingo todo el día. El sábado por la tarde los trabajadores agrícolas e industriales acudían a las cantinas y los expendios de cerveza después de concluir la jornada laboral, e incluso para continuaban con el consumo el domingo. La ingesta de cerveza y bebidas alcohólicas causaba impacto negativo en la jornada laboral los días lunes por la ausencia de mano de obra. Los puntos de venta de estas bebidas eran los estanquillos, tendajones y fondas, además de expendios y cantinas.

La situación apremiante de ausencias los lunes no era privativo de Hermosillo, sino también de Ciudad Obregón, pues presentaban el mismo problema por las súbitas olas migratorias que ofertaba la agricultura comercial de la zona costera del noroeste, donde se vislumbraba el inicio de auge del algodnero. Las zonas agrícolas de la Costa de Hermosillo y el Valle del Yaqui presentaban de manera simultánea al aumento poblacional, un incremento en los puntos de ventas de cerveza.

En Hermosillo, las nuevas cantinas y expendios se ubicaron a lo largo de la calle Veracruz, camino que conducía a la Costa de Hermosillo. Así también, en las calles contiguas al Jardín Juárez y a la estación del ferrocarril, donde se establecieron algunos congales, cabarés, salones y clubes, además de cafés, fondas y estanquillos. Que si bien, estos establecimientos de venta de cerveza y licores atendían a la población fluctuante que arribaba a la ciudad de Hermosillo por negocios, también atendía a los trabajadores del campo y jornaleros agrícolas, pues el Jardín Juárez era el centro turístico y comercial de esos años cuando la población serrana arribaba a la ciudad a realizar sus compras y a realizar todas clase de trámites.

Dos cosas serán una constante en este análisis sobre la reglamentación de venta y consumo de cerveza. En primer término, la forma de convencimiento de la industria cervecera que los impuestos hubieran sido elevados a rango constitucional y en segundo término que su producto era saludable y sobre todo que no era una bebida embriagante. Frente a esto, los gobiernos locales se encontraban que los problemas sociales como el alcoholismo y la violencia los rebasaban y la única manera de enfrentarlos era la legislación sobre los lugares de consumo y sus horarios de operación. De tal manera que los reglamentos hicieron reaccionar a los involucrados y siendo el Congreso del Estado de Sonora el intermediario entre los quejosos en ambos sentidos vale aquí establecer las diferencias del actuar de los tres.

4.3 1953: Primera reforma al reglamento de cantinas y expendios de bebidas alcohólicas y de cerveza de 1952

Las reacciones de la industria y los expendios cerveceros contra el Congreso del Estado provinieron de tres sectores que atacaron cada uno artículos del reglamento que les convenía modificar. El primer frente lo encontramos en la dueña de la Cervecería de Sonora, Genoveva Fierro, viuda de Hoefffer quien no estuvo de acuerdo con el Decreto 22 aprobado por el Congreso del Estado en diciembre de 1952, por lo que a principios de abril de 1953 solicitó al congreso local ⁷⁹la modificación del artículo tercero y cuarto del Reglamentos de Cantinas, Expendios de Bebidas Alcohólicas y Expendios de Cerveza de los Municipios de Hermosillo y Cd. Obregón, Sonora. En estos reglamentos se señalaban los horarios de la venta de cerveza en estas localidades, donde la Cervecería de Sonora cubría una importante parte de su

⁷⁹ Carta de Genoveva Fierro Vda. de Hoefffer al Congreso del Estado. Archivo Histórico del Congreso del estado de Sonora (t. 591, expediente Núm. 22, noviembre 6 de 1952).

mercado. En aras de afianzar la producción de cerveza, la viuda de Hoefffer fundó su argumento en la Ley Federal de Impuestos a la Producción y Venta de Cerveza, porque no indicaba prohibición ni proscripción para el libre comercio de cerveza. De manera contraria, esta ley sugería el consumo de cerveza contra otras de mayor contenido alcohólico y como único medio efectivo para combatir el alcoholismo por tratarse de una bebida sana, reconocida universalmente como saludable por los ingredientes alimenticios con que se elabora.

Además, Genoveva se apoyó en el Decreto Presidencial de febrero de 1951 para indicar que la cerveza no se consideraba una bebida embriagante por contener menos de 5% de alcohol y por lo tanto se recomendaba ampliamente su consumo, sin restricciones ni trabas de ningún sentido. Para ella, los reglamentos para Hermosillo y Ciudad Obregón establecían restricciones perjudiciales para la libre venta de cerveza en ambos municipios.

La impugnación de Genoveva ante el Congreso del Estado tuvo reflexiones con lo que sucedía en otros estados del país donde la industria cervecera y los fabricantes tenían el apoyo de sus gobiernos para trabajar libremente y sin obstáculos de ninguna naturaleza. El matiz que quería hacer notar era que repercutía en el mejoramiento económico, tanto para el gobierno por la captación de impuestos, como para el desarrollo de la empresa.

Genoveva fue enfática en hacerle ver a los diputados que el consumo y venta de cerveza estaba debidamente amparado por la legislación federal para ser utilizada contra el combate al alcoholismo y su fomento estaba avalado por considerarse una bebida sana, higiénica, que no daña al organismo. Lo que pretendía llevarse a cabo con el reglamento era todo lo contrario a lo establecido en los decretos federales contenidos en la Constitución Federal en su artículo 73.

El segundo frente lo constituyó el Comité Ejecutivo del Sindicato de Trabajadores de Expendios de Cerveza, Cantinas, Almacenes y Fabricas de Licores del Estado de Sonora⁸⁰ el cual secundó las observaciones hechas por la dueña de la única cervecería sonorenses. El comité en pleno del sindicato solicitó a los legisladores la modificación a la fracción segunda del artículo tercero que fijaba una distancia de 500 metros entre cantinas y expendios de bebidas alcohólicas y de cerveza; porque si entraba en vigor esa disposición no quedaría una sola negociación de estos giros dentro del perímetro de la ciudad y dejaría sin empleo a más de 150 empleados de esos centros de trabajo.

De igual manera el sindicato exigió modificar la fracción primera del artículo cuarto que establecía que las cantinas y expendios de bebidas alcohólicas estarían abiertas al público todos los días ordinarios desde las ocho de la mañana hasta las doce de la noche, con excepción de los domingos cuando debían cerrar a las dos de la tarde, para abrir el lunes a las 8 horas. Argumentaron que cerrar las cantinas a las dos de la tarde del sábado y el domingo todo el día, los trabajadores de los establecimientos dejarían de percibir el ingreso para subsanar los gastos indispensables de sus hogares. Por otra parte, provocaría la venta de licor en casas particulares.

El tercer frente fue el Sindicato de Trabajadores de Expendios de Cerveza, la Unión de Propietarios de Expendios de Cerveza, A.C.,⁸¹ que solicitó a los legisladores locales modificar la fracción tercera del artículo cuarto del reglamento de cantinas y expendios de Hermosillo. El sindicato objetó esta fracción que obligaba el cierre de los expendios de

⁸⁰ Carta del Comité Ejecutivo del Sindicato de Trabajadores de Expendios de Cerveza, Cantinas, Almacenes y Fabricas de Licores del Estado de Sonora al congreso de Sonora. Archivo Histórico del Congreso del estado de Sonora (t. 591, expediente núm. 22, noviembre 6 de 1952).

⁸¹ Carta del Sindicato de Trabajadores de Expendios de Cerveza, la Unión de Propietarios de Expendios de Cerveza, A.C. al Congreso del Estado. Archivo Histórico del Congreso del estado de Sonora (t. 591, expediente núm. 22, noviembre 6 de 1952).

cerveza los domingos y los días festivos porque afectaría considerablemente la economía de las empresas donde laboraban sus agremiados. La asociación sindical observó también, que la ley de referencia era inequitativa, toda vez que la autoridad municipal no consideró dentro de la fracción referida a las cantinas de los hoteles y casinos, restaurantes, fondas, loncherías, changarros, refresquerías y centros recreativos. Al igual que debió incluir a los bailes organizados por las Juntas Vecinales en los barrios y colonias a las que se les permitía vender cerveza toda la noche. La solicitud fue directa para que se tomara en cuenta que se procediera de manera justa en el reglamento de referencia.

Antes estas peticiones, el presidente de Cajeme, Rodolfo Elías Calles también reaccionó y estuvo en desacuerdo en que se reformaran los Reglamentos de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza vigentes en los Municipios de Cajeme y Hermosillo. Elías Calles en una carta dirigida al Congreso del Estado⁸² manifestó que los reglamentos de cantinas y expendios de ninguna manera impedían el libre comercio de cerveza. Hizo hincapié que la finalidad era evitar hasta donde fuera posible, no el uso, sino el abuso del consumo de cerveza que, por más que por precepto[constitucional] se les haya declarado no embriagante, “la verdad era que produce la misma embriaguez que cualquiera otra bebida alcohólica”, y la Cervecería de Sonora no podría negar ese hecho evidente, enfatizó.

El presidente municipal cajemense contestó duramente a la Cervecería de Sonora. Criticó que había hecho una lectura errónea a la Ley de impuestos sobre producción y consumo de cerveza de 1948, con el afán de conseguir que se admitiera el tráfico de cervezas sin ninguna tasa, en cualquier día y hora, en cualquier lugar y sin sujeción a ningún

⁸² Carta del presidente de Cajeme, Rodolfo Elías Calles al Congreso del Estado. Archivo Histórico del Congreso del estado de Sonora. (t. 591, expediente núm. 22, noviembre 6 de 1952).

ordenamiento municipal. Rodolfo Elías Calles aclaró que el decreto al que hacía referencia Genoveva Vda. de Hoeffler, suponía a la cerveza como bebida no embriagante al poseer un contenido alcohólico inferior a un 5%, pero que eso no privó a los Ayuntamientos la facultad para reglamentar las actividades de los expendios de cerveza de acuerdo con las particulares necesidades de cada región, sin afectar la libertad de comercio. El presidente municipal de Cajeme no estuvo dispuesto a ceder las peticiones de la Cervecería de Sonora porque era el mismo presidente quien defendía el reglamento que buscaba cuidar el orden cotidiano de los particulares y la tranquilidad de la sociedad.

A final de cuentas, Rodolfo Elías Calles se postuló en contra de los argumentos de la Cervecería de Sonora en la carta que envió al Congreso. Quería impedir no solo la venta de cerveza los sábados por la tarde y el domingo todo el día, sino también que los diputados no reformaran los reglamentos de cantinas y expendios de Hermosillo y Cajeme. Aunque sus razones tenían sustento en el Código Sanitario Federal del 31 de diciembre de 1949, lo que buscaba era hacer cumplir el reglamento de 1952 y suspender las licencias de aquellos expendios y cantinas ubicadas a menos de quinientos metros de una escuela, hospital o edificio público y en centros de trabajo, ejidos y poblados.

Asentado lo anterior, Elías Calles afirmó que en la fracción tercera del mismo artículo cuarto del Reglamento se imponía a las cantinas y a los expendios de cerveza la obligación de cerrar los días ordinarios. Lo que permitió mantener el orden público o el interés general en las comunidades agrarias o de colonos ya que, al reducirse el horario de actividades de los expendios de cerveza, se consiguió que los jornaleros, después de terminadas sus tareas semanales los sábados en la tarde, no pudieran recurrir al uso inmoderado de cerveza a la que por lo general eran muy afectos, no para aprovechar sus propiedades alimenticias y saludables, sino para embriagarse. Lo que desmentía lo afirmado por la dueña de Cervecería

de Sonora señaló Elías Calles, en el sentido de que “el uso de la cerveza es el único medio efectivo para combatir el vicio del alcoholismo, como si este vicio pudiera corregirse con el vicio mismo”.

Elías Calles recalcó que en cuanto a la limitación del número de cantinas y de expendios de cerveza, con relación al número de habitantes que se estableció en el artículo 18 del reglamento, no pudo haber sido más acertada. Pues tendió a impedir que las poblaciones del municipio y, sobre todo, los centros ejidales y de colonos estuvieran saturados de estos establecimientos que, en la práctica, se convirtieron en verdaderas piqueras y en focos de desórdenes; además de incrementar la criminalidad, ocasionaban graves trastornos en la economía familiar de los ejidatarios y colonos. La reflexión iba dirigida a que si el Ayuntamiento de Cajeme se había propuesto combatir el vicio del alcoholismo -por todos los medios posibles que dictaba la experiencia y que no esquivaba la ley-, no podían fallarle a la ciudadanía en virtud de una mal concebida libertad de comercio de cerveza.

El grave problema expuesto por el presidente municipal era que nadie podría consumir licores fuertes durante los días y horas de cierre de cantinas; pero sí podrían consumir cerveza libremente, a ciencia y paciencia de las autoridades y en cantidad suficiente para producir la embriaguez, desvirtuándose así la noble finalidad perseguida. El municipio cajemense estaba incapacitado para conservar el orden público en todos los poblados rurales porque estaban diseminados en todo el Valle. Para atender a la vigilancia se requeriría de un grupo numeroso de policías que el Ayuntamiento no podía sostener. Rodolfo Elías concluyó en abierto ruego al Congreso del Estado, que tomara en cuenta las consideraciones expuestas y desechara la solicitud de reformas al Reglamento de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza, presentada por la Cervecería de Sonora, S.A. por imprudente.

Con todo lo que enumeró el presidente municipal de Ciudad Obregón, Rodolfo Elías Calles contra la reforma al reglamento de esta ciudad, al final logró su cometido y no sufrió cambios el reglamento de Cajeme. En contrario, el presidente municipal de Hermosillo, Dr. Domingo Olivares, no contrapuso ninguna observación ante el Congreso. Los empresarios y trabajadores de la venta de cerveza sonorense salieron victoriosos; la reforma se llevó a cabo el 21 de octubre de 1953.⁸³ Esto se debió a que mientras el presidente municipal de Cajeme se concentró en rebatir la petición de la Cervecería de Sonora cambiar algunos artículos del reglamento, el Dr. Olivares dejó un vacío y no consideró pertinente elevar ante el Congreso alguna refutación,⁸⁴ lo que permitió que las peticiones del Sindicato de Trabajadores de Expendios de Cerveza, Cantinas, Almacenes y Fábricas de Licores del Estado de Sonora se llevaran a cabo.

⁸³ Modificaciones al Reglamento de Cantinas y Expendios de Hermosillo. Archivo Histórico del Congreso del Estado de Sonora. (t. 591, expediente núm. 22, noviembre 6 de 1952).

⁸⁴ Sin embargo, queda constancia que en el acta 4 del 3 de abril de 1952, que -motivado por un escrito de la Cervecería de Sonora, S. A., pidiendo que el Ayuntamiento de Hermosillo derogara la disposición dictada sobre la restricción o negación de permisos para la apertura de nuevos expendios de cervezas y cantinas; aduciendo en apoyo de su solicitud que si bien es cierto que el Código Sanitario Federal establece disposiciones restrictivas sobre las cantinas que expenden toda clase de bebidas alcohólicas, la cerveza estaría excluida de tales restricciones por no considerarse como bebida alcohólica. Puesto a discusión el asunto en el pleno del cabildo,- el presidente, Dr. Domingo Olivares hizo una amplia exposición acerca de las razones de restringir en lo posible la multiplicación de expendios de cerveza, que se apoyó, dijo, "en los perjuicios que recibe la colectividad con el uso inmoderado de cerveza, pues es muy discutible la afirmación de que la cerveza no debe considerarse como bebida embriagante, ya que en la vida diaria se ven las borracheras y escándalos que se originan con la libación de este líquido, perjuicios que indiscutiblemente son más extensos y graves si existe la facilidad para el consumidor de encontrarse a cada vuelta de la esquina con un expendio de cerveza; que, además, mientras más expendios existan, más difícil es para la policía ejercer la vigilancia necesaria para evitar los escándalos y desmanes que se originan en dichos centros que por otra parte, más perjudicial es aún el libre consumo y venta en los campos agrícolas en donde los campesinos gastan su jornal en satisfacer su vicio al alcoholismo, dejando a su familias en la más espantosa miseria y trastornando las labores agrícolas". Vistas las anteriores consideraciones se acordó decir a la empresa peticionaria, que no ha sido el ánimo de este Ayuntamiento la NEGACIÓN ABSOLUTA DE PERMISOS para expendios de cerveza, sino el limitarlos en lo posible, estudiado en cada caso el mayor o menor perjuicio que reciba un sector de población con un nuevo establecimiento de esta índole". Archivo Municipal de Hermosillo: fondo correspondencia presidencia (caja 128, carpeta 102, 1952).

La modificación a la fracción segunda del artículo tercero disminuyó el radio de 200 metros entre expendios y cantinas y las escuelas y cien metros de centros culturales, templos, hospitales etc.; y a la fracción primera del artículo cuarto del Reglamento de Cantinas y Expendios de Bebidas alcohólicas y de cerveza en el municipio de Hermosillo de fecha 6 de noviembre de 1952, se suprimió y se modificó la fracción segunda quedando de la siguiente manera: las cantinas y expendios permanecerán abiertos de lunes a sábados de las ocho a las veinticuatro horas y el domingo hasta las 14 horas y cerrarán los días festivos marcados en el calendario, como el 5 de febrero, 21 de marzo, 5 de mayo, 16 de septiembre, 20 de noviembre y 25 de diciembre. Con las reformas al reglamento de cantinas y expendios, la Cervecería de Sonora también salió victoriosa.

4.4 1961: Segundo intento de reforma y aplicación al reglamento de 1952

Entrada la década de los sesenta, la ciudad de Hermosillo mostró un fuerte crecimiento en el perímetro llamado sector norte; se crearon las colonias Balderrama y Olivares hacia el norte y hacia el poniente la colonia El Choyal. De tal manera que el mayor crecimiento poblacional de la ciudad capital residió entre los ejes de las calles Reforma, José María Mendoza, Veracruz, también llamada carretera a Bahía Kino, hasta la calle Soyopa en lo que hoy es el Estadio Héctor Espino. El crecimiento de la ciudad de Hermosillo fue debido en gran parte, al arribo de cientos de migrantes del sur del país para la pizca del algodón en la Costa de Hermosillo y el Programa Bracero, que alentaba el paso y estadía permanente de estas personas que se instalaron en la ciudad.

Para 1961, al gobierno municipal de Hermosillo se le presentaron problemas de control sobre el exceso de consumo de bebidas embriagantes de alto y bajo contenido

alcohólico, entre ellas, la cerveza. La Cervecería Cuauhtémoc y otras del ramo, declararon que el municipio no les podía poner limitantes a la venta y consumo de cerveza, alegando en su defensa los decretos federales de 1948 sobre los impuestos a la producción y consumo del producto, que contemplaban a la cerveza como bebida no embriagante por su contenido alcohólico de 4.5 grados.

El comercio de cerveza en el país se encontró con dos restricciones que frenaba su progreso. La primera, contenida en la Ley Federal del Trabajo que desde su base al publicarse la primera ley el 28 de agosto de 1931, estableció en su Artículo 116, (vigente) que en los centros de trabajo está prohibido el establecimiento de expendios de bebidas embriagantes, prohibición que es efectiva en un radio de cuatro kilómetros de los centros de trabajo ubicados fuera de las poblaciones. Para los efectos de esta Ley, “son bebidas embriagantes aquellas cuyo contenido alcohólico exceda del cinco por ciento.”⁸⁵

La segunda restricción está comprendida en Código Sanitario federal del 31 de diciembre de 1949, y expresaba que “a partir de la vigencia de esta Ley y por término de cinco años, las autoridades sanitarias federales y locales, negarán permisos de apertura a expendios de bebidas embriagantes, y clausurarán las que con infracción de esta disposición se establezcan”. Esta limitación, que inició en el periodo presidencial de Miguel Alemán, será continuada en los periodos de Adolfo Ruiz Cortínez y Adolfo López Mateos. Estas dos restricciones fueron fundamentales para que al paso del tiempo las compañías cerveceras adecuaran sus estrategias de ventas en el país.

Si analizamos las distintas clases de negocios contenidas en el formato para recabar datos de los expendios de bebidas embriagantes en el país, que por décadas utilizó la

⁸⁵ Modificaciones al Reglamento de Cantinas y Expendios de Hermosillo. Archivo Histórico del Congreso del Estado de Sonora (t. 591, expediente núm. 22, noviembre 6 de 1952).

Dirección General de Estadística de la Secretaría de Industria y Comercio veremos que es muy clara para entender las restricciones al consumo de cerveza. En la clasificación mencionada el término expendio comprendía a las cantinas, pulquerías, cervecerías llamadas también expendios, restaurantes, fondas y figones, tiendas, tendajones y estanquillos. Otros giros en la clasificación estadística eran los exclusivos de vinos y licores; los almacenes con venta de vinos y licores en envase cerrado. Finalmente, estaban los cabarés y salones de baile, así como los casinos y centros recreativos con venta de vinos y licores.

En el transcurrir del tiempo, también los restaurantes y fondas fueron puestos en la mira de las empresas cerveceras como opción para realizar sus productos frente a las restricciones arriba citadas. En 1959 el gerente de la Cervecería de Sonora Eduardo S. Murrieta⁸⁶ le solicitó al presidente municipal que se derogaran los horarios a los que estaban obligados las cantinas y expendios porque argumenta que cuando el H. Ayuntamiento impuso esta limitación en las horas de trabajo de los referidos expendios, no existía la cantidad de restaurantes y fondas que se habían establecido en los últimos años, “precisamente alentados por la circunstancia de que al cerrar los expendios de cerveza a las 2 de la tarde, dichos restaurantes y fondas permanecen abiertos hasta altas horas de la madrugada, suplantando en forma indebida e injusta las actividades que legalmente corresponden a los expendios de cerveza”.

Los abarrotes o changarros fueron habilitados por las cerveceras con licencia en mano para vender sus productos. En marzo de 1959, un inspector Municipal comunica a la Presidencia que, en los comercios establecidos en los distintos barrios de la ciudad, se expendía cerveza sin límite hasta altas horas de la noche, observándose grupos de gentes en

⁸⁶ Carta del gerente de la Cervecería de Sonora al presidente Hilario Olea. Archivo Municipal de Hermosillo: fondo correspondencia presidencia (caja 134, carpeta 122, 1959).

completo estado de ebriedad. El secretario del Ayuntamiento, Carlos Genda le solicita al jefe de la policía que se ordene la vigilancia a dichos comercios en los que, si bien podían expender cerveza en botella o bote cerrado, de ninguna manera debería permitirse que se abran los recipientes que las contienen y mucho menos que se consuma en los propios establecimientos, por lo que, al sorprenderlos en este caso, deberían ser infraccionados.

Para esta década, los distribuidores de cerveza utilizaron los mismos argumentos que en su momento puso en escena la dueña de la Cervecería de Sonora en 1953, para apoyar las bondades que habían de la cerveza la mejor opción para combatir indirectamente el alcoholismo. Prueba de ello es un documento de 1962,⁸⁷ contenido en AMH sin firma, un texto que parece calcado de lo que escribió Mariano R. Suárez ese mismo año sobre la industria cervecera y los beneficios de beber el líquido ambarino y no las bebidas de alto contenido alcohólico. Los problemas delictivos están presentes en Hermosillo, una ciudad cercana a los 120 mil habitantes según el censo de 1960. Existen evidencias de esta problemática para el año de 1962. En abril el presidente Eduardo Loustaunau exhortó al delegado de policía de la comunidad de El Carmen para que en lo sucesivo se abstuviera de permitir “bailes de especulación sin previo permiso” porque tenía conocimiento que esto daba “motivos a que los trabajadores se embriaguen y dejen de asistir a sus trabajos”, lo que perjudicaba obras que estaba realizando el Gobierno del Estado.⁸⁸

En agosto del mismo año, el presidente municipal en funciones, el primer regidor, Emilio Buelna le expresó al jefe de la Policía que se tenían informes que el C. Rodolfo García, propietario de una caseta de refresquería ubicada en la calle Gándara entre Nogales y

⁸⁷ Documento aislado sin referencia a otros documentos. Archivo Municipal de Hermosillo: fondo correspondencia presidencia (caja 137, carpeta 130, 1962).

⁸⁸ Archivo Municipal de Hermosillo: fondo correspondencia presidencia (caja 137, carpeta 130, 1962).

Michoacán, expendía cerveza con exceso, lo que daba lugar a que en dicho puesto se originaran escándalos con perjuicio del vecindario. En ese mismo mes, por medio de un oficio al gobernador del estado, Luis Encinas, el presidente Eduardo Loustaunau Ruiz (1964-1965), le informó que no obstante las reiteradas exhortaciones hechas al señor Enrique Lee, propietario del restaurant El Herradero de Villa de Seris, en el sentido de abstenerse de vender cerveza con exceso en su establecimiento, y que debía concretarse a la venta de este líquido exclusivamente con las comidas. Señaló el presidente municipal, que Enrique Lee dejó de lado tales recomendaciones, originando que constantemente se desarrollaran escándalos en el interior del establecimiento.

Esta realidad motivó al presidente municipal de Hermosillo, Eduardo Loustaunau el buscar mantener el control sobre el consumo excesivo de estas bebidas, a pesar de ver desbordada su capacidad de supervisión. Para amparar su intervención el gobierno municipal recurrió al uso de las facultades que determinaba el reglamento de 1952 en cuestión de los horarios. Con el reglamento de 1952 buscó salvaguardar y hacer valer los horarios establecidos en Propios y Arbitrios del municipio vigentes para el año de 1961. Ante la determinación del munícipe, las muestras de inconformidad de ANFACER, que en representación de las cerveceras trataría de hacer ver que el mercado o los puntos de venta estaban en peligro en caso de que se acataran las disposiciones del reglamento.

En navidad de 1961 Mariano R. Suárez,⁸⁹ director de la ANFACER, dirigió una carta al presidente municipal de Hermosillo Eduardo Loustaunau Ruiz, para hacerle ver enfáticamente “el preponderante papel que tiene la cerveza como vehículo idóneo en la lucha

⁸⁹ Carta de Mariano R. Suárez, director de la ANFACER al presidente Municipal Eduardo Loustaunau Ruiz. Archivo Municipal de Hermosillo: fondo correspondencia presidencia (caja 137, carpeta 130, 1962).

contra el alcoholismo en nuestro país, y en consecuencia la necesidad de brindarle facilidades a su venta y consumo”. Suárez manifestó también que “el mandato constitucional de combatir el alcoholismo”, -contenido en el Artículo 117 de la Constitución- se había afectado en común, tanto por el Gobierno Federal como por los Gobiernos de los Estados con la práctica tradicionalmente de dar facilidades a la venta y el consumo de cerveza.

Suárez escribió de manera insistente que era preferible favorecer el consumo de cerveza porque sustituía ventajosamente al de otros productos por su escasa graduación alcohólica ya que, la experiencia había demostrado tanto en países extranjeros como en México, que el “alcoholismo debía ser combatido mediante medidas indirectas y no por disposiciones drásticas”. Además, Suárez solicitó al presidente municipal Loustaunau, que a la cerveza se le otorgaran facilidades para su venta en Hermosillo, ya que se hallaba clasificada en forma distinta a otras bebidas de contenido alcohólico. Enfatizó Suárez que al aplicarse el reglamento de 1952 se entorpecerían las ventas de las empresas afiliadas a Asociación Nacional de Fabricantes de Cerveza en Hermosillo.

Eduardo Loustaunau categóricamente respondió al directivo de la ANFACER,⁹⁰ Mariano R. Suárez, que de ninguna manera su autoridad trataba de limitar la venta de cerveza dentro del municipio, sino de contener la venta inmoderada y que los expendios de cerveza no se convirtieran en verdaderas cantinas. Loustaunau Ruiz, hizo hincapié al directivo cervecero que el ayuntamiento no había violado el Artículo 73 Constitucional en su Fracción XXIX en el sub-inciso G) inciso 5), porque de ninguna manera había impuesto gravamen a la venta de cerveza en el que se reserva a la Federación establecer contribuciones a la cerveza.

⁹⁰ Carta de Eduardo Loustaunau Ruiz a Mariano R. Suárez, director de la ANFACER. AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 137, carpeta 130, 1962).

La respuesta del presidente Loustaunau Ruiz a la súplica de Suárez,⁹¹ respecto a no involucrar a la cerveza con otras bebidas dotadas de alto contenido alcohólico, fue que no hubo violaciones al Código Sanitario Federal de 1951, el cual no hacía referencia a la venta de cerveza y no había fundamento legal en este lineamiento que considerara a la cerveza específicamente como bebida clasificada en bajo contenido alcohólico. Aunque en ese sentido, el Reglamento de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza en el Municipio de Hermosillo de 1952, identificó a la cerveza como bebida de bajo contenido alcohólico, y que, en dicha reglamentación se establecieron los requisitos a cumplir por toda la industria que elaborara cerveza y la comercializara en Hermosillo.

Finalmente, Loustaunau solicitó al director de la Asociación de Fabricantes de Cerveza tramitar ante la Secretaría de Salubridad y Asistencia una lista pormenorizada de las marcas de cerveza cuyo grado alcohólico fuera inferior al cinco por ciento o bien, que se publicitara si todas las cervezas mexicanas debían considerarse dentro del citado porcentaje. La respuesta breve de Suárez a Loustaunau se concretó en un escueto telegrama, donde se le informó lo siguiente: todas las cervezas mexicanas sin distinción de marca tienen menos de cinco por ciento de contenido de alcohol.

En resumen, Loustaunau no accedió a los requerimientos de la ANFACER de no aplicar las reformas del reglamento de 1952, ni mucho menos dejar de lado su cumplimiento porque consideró que no había motivo alguno para someterse a las peticiones de Suárez. Los fabricantes de cerveza tenían planeado cubrir un mercado cada vez mayor. O más bien, cubrir con puntos de venta la ciudad de Hermosillo a la par al crecimiento poblacional. Los desencuentros en esta segunda petición -1961- a la no aplicación modificación al reglamento

⁹¹ Carta de Eduardo Loustaunau a Mariano R. Suárez director de la ANFACER. AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 137, carpeta 130, 1962).

para reconocer a la cerveza como una bebida no alcohólica, entre el presidente municipal en turno, Eduardo Lostaunau y el director de Fabricantes de Cerveza fueron las normativas contradictorias entre la vigilancia del consumo y el fomento a la producción a través de la federalización de los impuestos a la venta y consumo de cerveza que recaía directamente en las participaciones que generaban recursos a los erarios locales.

4.5 1974: amplió de horarios para el consumo de cerveza: tercer intento por aplicar el reglamento de 1952

Hermosillo y su territorio estaba conformado por una población que rebasaba los doscientos mil habitantes en 1970. La zona rural del municipio había logrado incrementar su población y Bahía Kino y el recién creado poblado Miguel Alemán o Calle 12 ya figuraban como puntos de crecimiento. La importancia que había adquirido Bahía Kino como centro turístico y destino de playa fue a partir de la misma década, cuando el gobierno federal estableció el distrito de riego de la costa de Hermosillo y simultáneamente cede al Gobierno del Estado de Sonora la cantidad de 1,120 hectáreas para construir el fundo legal del poblado de Bahía de Kino.

De las 1,120 hectáreas asignadas, 245 se destinaron para el desarrollo del poblado de Kino Viejo y otras 868 hectáreas se asignaron al Patronato de Kino Nuevo para impulsar fraccionamientos y el establecimiento de infraestructura turística. Los servicios fueron introducidos al nuevo asentamiento turístico iniciándose el crecimiento de la zona, generando fuentes de empleo en la construcción de residencias, trabajos domésticos, y en la prestación de diversos servicios tanto en las casas de nacionales y norteamericanos como en restaurantes y hoteles que se abrieron en la localidad.

A mediados de la década de 1970, por los constantes reportes de los inspectores sobre desmanes y riñas en los campos agrícolas, el Ayuntamiento de Hermosillo tomó medidas para evitar el consumo excesivo de bebidas alcohólicas que alcanzó no solo la ciudad de Hermosillo, sino también la región turística de Bahía Kino y el poblado Miguel Alemán. El 22 de enero de 1974, el presidente municipal de Hermosillo Alfonso Aguayo Porchas, emitió un comunicado a través de la Dirección de Inspección y Vigilancia a los propietarios de expendios de cerveza, administradores y encargados de cantinas, expendios de bebidas alcohólicas para señalar los días y horarios que debían permanecer abiertos dichos establecimientos.

Aguayo Porchas tenía interés, basados en las apreciaciones de carácter social que debía tomar en cuenta la presidencia municipal y, sobre todo, con base en el Reglamento de Cantinas y Expendios de 1952, estimó que debía poner orden y tranquilidad en el área urbana y rural, desde El Molino de Camou hasta la Costa de Hermosillo. Observó a través de las inspecciones realizadas en el municipio, que los establecimientos que tenían permisos de alcohol, incluyendo los abarrotes y restaurantes no acataban los horarios establecidos en el reglamento. Aguayo Porchas tomó una enérgica decisión e hizo valer el artículo cuarto, fracciones tercera y cuarta del referido reglamento aprobado con el Decreto 22, que establecía los horarios de venta de cerveza.

Bajo estas consideraciones Porchas le notificó a la Cámara Nacional de Comercio local (Canaco)⁹² que desde el 22 de enero se aplicaría el reglamento en los giros comerciales, considerados dentro del ramo de venta y consumo de cerveza como restaurantes, fondas y abarrotes. El horario establecido por el reglamento era de lunes a sábado desde las ocho de

⁹² Aviso del gobierno municipal del Hermosillo a la CANACO Hermosillo. AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 158, carpeta 176, 1974).

la mañana hasta las doce de la noche, y los domingos desde las ocho de la mañana hasta las dos de la tarde. El reglamento facultaba a la autoridad municipal realizar con total independencia, el cierre de los locales que no cumplieran con el reglamento. Porchas estaba convencido de que podía bajar la ingesta de cerveza si los establecimientos cumplían con el reglamento.

La localidad que presentaba mayor problema era Bahía de Kino, dónde los inspectores reportaban constantemente ventas de cerveza fuera del horario establecido. Para abatir el problema, Porchas exhortó a los propietarios o encargados de restaurantes del Poblado Miguel Alemán y Bahía Kino a acatar los horarios. En esa zona no solo se presentaba el problema con los jornaleros agrícolas, sino con el arribo de turistas los fines de semana.

Los restauranteros se opusieron totalmente al presidente municipal Alfonso Aguayo Porchas y al secretario del ayuntamiento, Óscar Cárdenas Verdugo. De inmediato el 23 de mayo de 1974, un grupo de restauranteros de la región turística de Bahía Kino y todos los comerciantes y propietarios de negocios dedicados al giro de restaurante con venta de cerveza en las comidas pidieron en una carta⁹³ que consideraran a Bahía de Kino como un centro turístico reconocido, inclusive a nivel internacional por la afluencia de turistas del sur de Estados Unidos. Los restauranteros no estaban dispuestos a acatar el reglamento, sino todo lo contrario, solicitaron que se les otorgaran facilidades para el desarrollo y funcionamiento del servicio restaurantero, donde se destacaba la venta de cerveza los sábados y domingos para no causar molestias y perjuicios a los clientes que acudían al descanso y diversión esos días.

⁹³ Carta de los restauranteros de la región turística de Bahía Kino al presidente municipal de Hermosillo Alfonso Aguayo Porchas. AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 158, carpeta 176, 1974).

Los restauranteros pidieron una revisión al reglamento de 1952 por tener cerca de 23 años de vigencia y, tomando en cuenta la importancia que tenía la bahía para la atracción de turistas, lo consideraban improcedente. Los restauranteros hicieron notar, que cuando se emitió el decreto Bahía Kino era apenas una playa de pescadores. Sin embargo, con el paso de tiempo, la bahía adquirió otra dimensión y en consecuencia la diversificación de sus actividades. Los restauranteros pusieron por encima la naturaleza de la cerveza, en torno a si era o no una bebida embriagante. La discusión que ya había sido puesta sobre la mesa desde la época de Miguel Alemán por la graduación de 4.5 grados, no era considerada como una bebida embriagante. Ante la interrogante ¿Cómo categorizar y clasificar la cerveza en el Municipio de Hermosillo? Sugirieron, en tono de burla, que este tipo de bebidas se dejaría de fabricar o se restringiría su venta.

Los restauranteros de Bahía de Kino pidieron a Aguayo Porchas y al secretario del Ayuntamiento que Kino se considerara como un centro turístico similar a otros destinos de playa en el país, y se les concediera la ampliación de horario para el consumo de cerveza en las comidas. Los domingos después de las dos de la tarde se concentraba el arribo de comensales y turistas. Único día que la clase trabajadora asistía a la playa, al igual que los turistas internacionales venían a pasar momentos de solaz esparcimiento.

En su defensa y para obtener la extensión de los horarios de venta de cerveza en los restaurantes, los propietarios invitaron al presidente municipal para que fuera personalmente a los cabarés de los hoteles de Hermosillo como el Gándara, San Alberto, Internacional, o en Bahía de Kino el Posada del Mar, Kino Bay, El Galeón, La Caverna del Seri, etcétera, y se diera cuenta que los señores salían en condiciones por demás punibles y abordaban sus automóviles de último modelo y, que por ser influyentes, las autoridades nada les decían. Los restauranteros querían que se considerara que más de sesenta familias vivían de los negocios

de Bahía Kino. Comprendían alrededor de 300 personas que resultarían afectadas en caso de cerrar los domingos a las dos de la tarde, lo que prácticamente impedían el mantenimiento de estos negocios. Es importante hacer notar que los dueños de los negocios de Bahía de Kino radicaban en Hermosillo, por lo que había que viajar constantemente entre un punto y otro.

Hasta aquí el problema era entre los expendedores de cerveza y el ayuntamiento de Hermosillo que buscaban no cumplir con la fracción cuarta del reglamento de 1952, relacionada con los horarios de venta. Por otra parte, el problema mayúsculo que entabló el presidente municipal de Hermosillo fue con Escobar y Córdova director la ANFACER, porque con sus argumentos impedía obtener los resultados sociales positivos esperados. La ANFACER en voz de Andrés Escobar y Córdova reclamó el 8 de abril de 1974⁹⁴ al presidente Aguayo Porchas, casi en un tono amenazador, para que se acatara el mandato constitucional de combatir el alcoholismo, contenido en el Decreto de 1951, para preferir la cerveza como una bebida de bajo contenido alcohólico como sustituto a bebidas eminentemente tóxicas, como ya se había expresado el Ejecutivo Federal al atraer los impuestos a la producción y consumo de cerveza.

Escobar y Córdova trató de imponer su autoridad por encima del presidente municipal Aguayo Porchas de una manera por demás cínica, citando el artículo 96, Reglamento de Cantinas y Expendios de 1952 citado que establecía que las bebidas como la cerveza, siempre que estuvieran embotelladas podrían venderse libremente y que este ordenamiento por ser materia de salubridad general del país obligaba a todas las autoridades tanto federales, como estatales y municipales a dar facilidades de venta. Finalmente el gerente de la ANFACER buscó

⁹⁴ Carta de Andrés Escobar y Córdova director de la ANFACER al presidente municipal de Hermosillo Alfonso Aguayo Porchas. AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 158, carpeta 176, 1974).

que Aguayo Porchas entendiera la postura de su organización de mantener la industria cervecera activa, ya que aseguró que no pretendían que existiera libertinaje de consumo de cerveza y mucho menos bajo el amparo de la Asociación, pero habría que reconocer que la cerveza era una bebida sana, elaborada bajo normas estrictas y de rigurosa higiene, de escaso contenido alcohólico y poseedora de ciertas aportaciones nutritivas, para la que pedían libertad con orden para su comercio.

Fue evidente que el gerente de la ANFACER, Escobar y Córdova, por ningún motivo iba a permitir que el sistema productivo que representaba disminuyera las ventas anuales, y mucho menos en un mercado recién dominado. Por lo tanto, estaba dispuesto a suspender la venta en las agencias, depósitos y despachos a las dos de la tarde los días domingo; pero dijo: “hay que subrayar que justo los domingos después de las dos de la tarde, las ventas de cerveza alcanzaban volúmenes estimables”. Escobar y Córdova no hizo alusión a los empresarios de Bahía de Kino y sus peticiones.

La postura del presidente de Hermosillo, Aguayo Porchas frente el gerente de la ANFACER en relación con la carta del 27 mayo de 1974, fue en su respuesta⁹⁵ demostrarle que la autoridad municipal era la responsable de vigilar el orden permanente en la comunidad que normaba el Bando de Policía y Buen Gobierno de Hermosillo; y aunque en la Constitución se asentó el ejercicio del comercio de la cerveza, estableció un término de libertad, en Hermosillo fue necesario imponer reglamentaciones que estuvieran acordes con la seguridad y tranquilidad que demandaba la sociedad.

Aguayo Porchas remarcó que era una verdad irrefutable que el municipio invirtiera mayores presupuestos en procurar una mayor protección para sus gobernados, propósito casi

⁹⁵ Carta de Alfonso Aguayo Porchas presidente municipal de Hermosillo a Andrés Escobar y Córdova director de la ANFACER. AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 158, carpeta 176, 1974).

nunca logrado a satisfacción por razones de diversa índole, principalmente, por el imperativo constante de mayores y mejores servicios policiacos derivados del fuerte índice delictivo que se generaba por el uso de bebidas diversas de variable contenido alcohólico y que estaba plenamente demostrado en el consumo desmedido de cerveza en sus diferentes categorías y marcas. Ante esa postura, Aguayo Porchas argumentó que el motivo para hacer valer el reglamento de cantinas y expendios de 1952 fue para equilibrar razonadamente el consumo de bebidas de diferente contenido alcohólico en el municipio, sin llegar en ningún momento a la prohibición y, en cuanto al interés turístico, se determinó establecer horarios diferenciales en los sitios o centros gastronómicos y de diversión, necesarios para cubrir ese importante renglón comercial.

Al finalizar la carta, el presidente municipal de Hermosillo, expresó de manera terminante al gerente de la ANFACER, que no fue la intención de la autoridad municipal acogerse a una ley o decreto como instrumento para resolver los ancestrales problemas sociales, morales y económicos que padecía la sociedad hermosillense, como tampoco lo hizo en términos prohibitivos, como posiblemente se hubiera interpretado, sino equilibradamente reglamentados para proteger a las clases económicamente más débiles.

Una vez más la ANFACER estuvo en contra de la aplicación del reglamento de 1952. Todavía en diciembre de 1974, le comunicó al presidente Aguayo Porchas que el Congreso de la Unión reformó la Ley de Impuestos sobre Producción y Consumo de Cerveza con el que aumentarían las participaciones para Sonora, al igual que todos los estados del país. La labor de convencimiento de Escobar y Córdova era persistente para obtener libertad para la venta del producto los domingos hasta las doce de la noche.

A finales de 1974 el presidente municipal, Alfonso Aguayo Porchas recibió dos noticias que vendría a cambiar el panorama transcurrido en el año. El anuncio de la clausura

de un expendio en el poblado Miguel Alemán, que por algún tiempo fue causante de problemas de alcoholismo entre los jornaleros agrícolas, cierre que inicia con los informes de los inspectores del municipio que dieron cuenta de la problemática al presidente municipal, y la segunda, una misiva de Andrés Escobar y Córdova donde le informa de los cambios ocurridos en la legislación sobre los impuestos a la cerveza y las participaciones a los estados y municipios.

A mediados de noviembre de 1974⁹⁶ dos inspectores generales del municipio le hacen llegar al presidente municipal Alfonso Aguayo un informe como encargados de la zona rural de Hermosillo. Relataron los funcionarios que en sus recorridos por Bahía Kino y el Poblado Miguel Alemán o Calle 12, habían estado detectando grandes cantidades de cerveza que se consumía en los diferentes campos agrícolas. Averiguaron que el origen de las compras era el expendio por cartón cerrado que se encontraba en la Calle 12, propiedad de Ramiro Quintero Ochoa.

Las compras eran motivadas por la restricción que tenían los restaurantes y fondas de no permitir consumo de cerveza y licores después de las 14:00 horas, los viernes y sábados. Refirieron los funcionarios que la gente al darse cuenta de que se suspendería la venta en los restaurantes del lugar se preparaba comprando sus cartones en el mencionado expendio. Estimaron los inspectores, que las medidas sobre horarios establecidos en restaurantes y abarrotes habían tenido el acatamiento necesario, pero la venta de cerveza en grandes cantidades de dicho depósito propiciaba que la gente luego de haber sido suspendida la venta en los restaurantes, se fuera a lugares donde la vigilancia y nuestra acción y de la policía era sumamente difícil. Este trasiego de cerveza ocasionaba problemas de riñas y pleitos. La gente

⁹⁶ Informe de los inspectores en su recorrido por Bahía y Kino el Poblado Miguel Alemán (Calle 12). AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 158, carpeta 177, 1974).

se iba a tomar, ya fuera debajo de los árboles, en galeras que ya existen o en lugares apartados, donde posteriormente se suscitaban conflictos.

El gobierno municipal elevó la queja al gobierno del estado y por medio del tesorero del Estado se dio cumplimiento, tanto a la ley de alcoholes como del reglamento de cantinas y expendios del municipio de Hermosillo para clausurar el expendio.⁹⁷ Un argumento de peso fue que el expendio de la Calle 12 se encontraba ubicado a menos de 350 metros de la escuela primaria del lugar y 20 metros de la iglesia católica. El ayuntamiento hizo valer su potestad impresa en la ley de no seguir otorgando su anuencia para la operación del mencionado expendio. Además, el dueño del expendio incurrió en una grave falta, la del trasiego de cerveza que movilizaba a los campos en un vehículo automotor, que también fue motivo de infracciones por parte de las autoridades. A finales de noviembre de 1974, el expendio fue clausurado.

El otro anuncio hecho por Escobar y Córdova⁹⁸ fue que el gobierno federal había aumentado la tasa de participación a los estados y municipios de los impuestos a la cerveza. El directivo le hizo ver a Aguayo Porchas que, en base al consumo estimado de 1974, podía calcularse que las entidades federativas percibirían en 1975, como participaciones un total de 1,055 millones, es decir, 388 millones de pesos más que en 1974, y que los municipios recibirían en ese mismo año un total de 195, o sea una diferencia de más de 84 millones. Le hizo saber que 10 millones sería la cantidad aproximada que le tocaría a los municipios sonorenses, y Hermosillo sería uno de los que mayor participación recibirían de la Federación.

⁹⁷ Expediente Caso Ramiro Quintero Ochoa. Expendio calle 12. AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 158, carpeta 177, 1974).

⁹⁸ Carta de Andrés Escobar y Córdova al presidente municipal Alfonso Aguayo Porchas. AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 158, carpeta 177, 1974).

Y tal vez, la alegría que demostró el directivo cervecero al presidente municipal estaría en relación directa a que los puntos de consumo en el municipio de Hermosillo habían aumentado. En enero de 1974, se consignó en la estadística que la ciudad capital tenía 35 cantinas; 144 cervecerías y expendios; 156 restaurantes y fondas. Bahía de Kino tenía 7 cervecerías y expendios y 7 restaurantes y fondas, y en el Poblado Miguel Alemán existían 7 cervecerías y expendios y 6 restaurantes y fondas.

Conclusiones

En suma, se puede concluir que después de la federalización de los impuestos a la producción y consumo de cerveza en 1948, las compañías cerveceras trataron de justificar el gran volumen de ventas por suponer que era en beneficio económico del país. No obstante, los presidentes municipales de Hermosillo tuvieron confrontaciones constantes con la ANFACER, porque este organismo empresarial, no solo quería permanecer de manera activa en el mercado, sino ampliarlo considerablemente año con año. La postura de los restauranteros ante el consumo afectaba directamente a las autoridades municipales para defender los horarios de venta.

La federalización trajo consigo importantes metas para el Ejecutivo Federal en 1948 para poner orden en la fiscalidad mexicana, pero se contrapuso al Reglamento de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza y a la decisión de los presidentes municipales por la libre venta de cerveza. Los tres presidentes de Hermosillo y el de Ciudad Obregón en su momento, estuvieron a favor de la aplicación del reglamento, en tanto que los fabricantes de cerveza y las organizaciones que los respaldaron se oponían rotundamente a la operatividad de la normativa que rige los puntos de venta de cerveza; buscaban el libre

consumo los sábados y domingos. La especificidad en los puntos de venta y consumo de cerveza contenida en la legislación local fue la mejor respuesta que esgrimió la autoridad ante la posición de la industria cervecera nacional del libre mercado de sus productos y sin restricción alguna. En suma, el reglamento significó un instrumento jurídico que frenó la libre venta en ciertos lugares y horarios, como restaurantes, cafés y abarrotes, impidiendo la posibilidad del exceso de consumo de cerveza. Aunque no fue suficiente el reglamento para mitigar las pretensiones de incrementar las ventas por parte de las compañías cerveceras. Las políticas de empresas se impusieron por encima del reglamento hasta cierto punto.

Capítulo V. El mercado de cerveza en Hermosillo, Sonora. La expansión de las empresas cerveceras, 1950-1985

Este capítulo abordará las estrategias de mercado que las compañías cerveceras nacionales desplegaron en el municipio de Hermosillo a partir de la década de los cincuenta. Análisis que concluye a mediados de la década de los ochenta para esta investigación. Se analizan las estrategias de mercado desarrolladas en ese lapso por las empresas cerveceras, iniciando con la Cuauhtémoc, seguidas por las cervecerías Modelo y Moctezuma. Se analizará el sistema de distribución, de los cuales se encuentran vinculados de manera directa a la producción de la planta más cercana. Paralelo a estas tácticas de distribución, se identificarán cómo se fueron presentando las condiciones en las que en las autoridades de Hermosillo y sus habitantes coadyuvaron para que los productos de las cerveceras ocuparan un segmento importante en el mercado.

5.1. Estrategias de las cerveceras para ampliar el mercado nacional

La actividad cervecera en México inició un proceso de concentración a partir de los años 20. Nuevas plantas y compañías pasarían al paso del tiempo a manos de las tres más poderosas cerveceras del país (Núñez 2017). Esta concentración permitiría el aumento de la producción en pocas empresas y ayudaría de modo importante a abastecer la demanda nacional de cerveza. El proceso de expansión se gestó a través de la adquisición o absorción de pequeñas cerveceras locales, lo que condujo a la formación de un pequeño oligopolio (Moctezuma, Cuauhtémoc y Modelo) que finalmente se convertiría en un poderoso duopolio. La concentración en tres corporativos y después en dos, junto a la gran estrategia de distribución

y la protección del mercado durante el modelo de sustitución de importaciones, lograron mantener al mercado nacional en sus manos (Núñez 2017).

La producción a gran escala y distribución al detalle en los puntos de consumo fueron capacidades singulares desde los inicios de la gran empresa cervecera mexicana (Núñez 2017; Pérez, Guzmán y Mayo (2012). Estos autores señalan que a mediados de los años veinte la cervecería Cuauhtémoc inauguró un ciclo de integración productiva, de reorganización operativa y de expansión en el plano de la distribución destinado a conquistar porciones sustanciales del mercado interno. Dicho proceso vivió un momento decisivo entre 1925 y la década de los cincuenta, cuando acompañó con agilidad las políticas que iba definiendo el nuevo Estado, compartió el reto de la industrialización sustitutiva y aprovechó las ventajas y facilidades que se ofrecían al empresariado fabril. Con la adquisición en 1954 de la planta de Cervecería Tecate, S.A, en Baja California Norte la cervecería Cuauhtémoc tomó la marca ‘Tecate’ y la lanzó a nivel nacional, convirtiéndola en la primera cerveza en lata de México (Ortega y Cerutti, 2003). Con la compra de la marca, además de hacer posible un incremento importante en la producción de cerveza e insumos, incorporó otras marcas que estaban debidamente posicionadas en el gusto del consumidor⁹⁹ del noroeste mexicano como Tecate. La Compañía Cervecera de Tecate. S.A., comprendía tres empresas filiales: Tecate del Pacífico. S.A., Tecate. S.A. y Fomento Comercial, S.A. y englobaba diversos negocios, algunos fuera de la producción de cerveza y otros a la distribución (Ortega y Cerutti, 2003).

⁹⁹ Por ejemplo, las cervezas Tapatía y Soñadora de la Cervecería Occidental, establecida en Guadalajara, Jalisco. Al respecto de su historia, Alberto Aldrete, compró la Cervecería La Perla en 1934, que a su vez que fuera fundada por Joseph Schneider, cambiándole el nombre a Cervecería Occidental. Recuperado de <https://relatosehistorias.mx/nuestras-historias/joseph-schneider-el-amo-de-la-cerveza>

La Cervecería Cuauhtémoc estimó muy conveniente para el desarrollo de los negocios, la compra de los paquetes accionarios en este grupo de plantas industriales, toda vez que permitiría a la empresa aumentar considerablemente sus negocios, así como atender los mercados de importancia, con la debida oportunidad y gran economía en los gastos de transporte (Ortega y Cerutti 2003).

Las plantas adquiridas por la Cuauhtémoc permitieron no concentrar la producción en Monterrey, sino continuar con la producción en las poblaciones donde operaban. El ensanchamiento de la empresa implicó que las plantas pudieron distribuir su producción a mercados más cercanos. Para el año de 1955, puede apreciarse que su producción global creció por encima de la de Monterrey, a la par que continuaron surtiendo su mercado local de base. En suma, el perímetro de distribución se amplió a entidades cercanas correspondientes a su localización y sistema de comunicación ferroviario y carretero. La inmediatez de la distribución fue la causa que le permitió aumentar la producción de la planta Tecate en 73% para el período considerado entre 1952 y 1955. En tanto que, las plantas del Distrito Federal aumentaron 29%, la de Guadalajara 51%, la de Nogales 47%, mientras que la de Monterrey sólo incrementó 3% (Estrada 1957, p. 145). Lo que implicó que la idea de Eugenio Garza Sada en adquirir fábricas cercanas al mercado tuvo una repercusión, un acierto para competir con las estrategias de penetración que implementó la cervecera Modelo en la Ciudad de México. Sabía Garza Sada que debía competir más fuerte contra las estrategias de mercado de la Modelo.¹⁰⁰

¹⁰⁰ Al efecto, Modelo compró en 1954 La Estrella, una cervecera de importancia en Guadalajara, Jalisco; también ese año, y en línea recta hacia Sonora, adquirió la Cervecería del Pacífico (Pacífico Ballena) establecida en Mazatlán. Recuperado de <https://www.noroeste.com.mx/hubnegocios/una-pacifico-con-historia-MBNO224888> y a finales de los cincuenta entró en tratos con los dueños de la cervecera Mexicali ubicada en Ciudad Obregón, concluyó comprándola para entrar en operación en 1962, a decir de Valenzuela (2014).

De tal suerte que la Cervecería de Tecate SA de CV, a finales de la década de 1940 estableció una agencia en Hermosillo, y en febrero de 1950 el gerente de la sucursal intentó ampliar el mercado hacia Plaza Zaragoza durante los festejos del Carnaval, casi a unos pasos de la Cervecería de Sonora.¹⁰¹ El presidente municipal de Hermosillo, Hilario Olea Jr., viéndose comprometido, políticamente le negó el permiso al gerente de la sucursal de la Tecate, Francisco Frías, argumentando acuerdos de anteriores administraciones que él respetaba, y consistía en otorgar permisos solo a través de la Unión de cantineros. En consecuencia, el gerente se quejó ante el presidente municipal, y le manifestó que seguramente la respuesta respondía a los intereses de la Unión de cantineros porque tenían compromisos de vender “cerveza de una sola fábrica y de una sola marca”, es decir, de la Cervecería de Sonora, y que dicha posición otorgaba el privilegio a favor de una marca en forma injusta y perjudicaba a las demás empresas cerveceras que trataban de incursionar en nuevos mercados. Queda como un hecho fehaciente de la forma en que se constituía el mercado de cerveza en la ciudad de Hermosillo a inicios de la década de los cincuenta.

En la figura V.1 de Anexos, se puede apreciar que la mayoría de los locales de consumo y expendio de cerveza estaban en el primer cuadro de la ciudad. Algunos de estos giros eran cantinas o expendios al vaceo de cerveza, pero también se ubicaban los lugares de esparcimiento como los llamados casinos, restaurantes, loncherías y cafés y, fuera de este círculo los alejados salones y cabarés ubicados en la zona de tolerancia.

¹⁰¹ La cervecería Tecate se fundó en 1944 por el empresario propiedad de Alberto V. Aldrete y otros accionistas norteamericanos. A diferencia de las fundadas en la década de los veinte que abastecían sólo al mercado local, ésta aparece con el propósito de vender su producto al vecino del norte-, el 80 por ciento de la producción total era transportada vía ferrocarril a San Diego y de ahí distribuida en California (Mejorado 2008, p.3).

Una vez identificados los lugares donde se expendía cerveza y otras bebidas alcohólicas, se puede apreciar en la misma figura (V.1), que la calle Juárez tenía en su extensión nueve establecimientos, seguida por la Garmendia con siete y las calles Matamoros y Oaxaca cada una con seis locales de venta de cerveza. Le sigue en importancia la calle Monterrey con cinco, que a su vez le siguen las calles Sonora y Garmendia cada una con cuatro. Todas las anteriores dentro del radio del primer cuadro de la ciudad, tomado en cuenta que Hermosillo se componía por tres escenarios principales en la década de 1950. El primero era la calle Serdán como centro financiero, enclavado en el centro comercial de la capital sonorense, espacio donde tenían consultorios los más destacados galenos, al igual que boticas donde sus pacientes podían surtir sus recetas, y entre otros comercios restaurant el Pradas. La calle paralela a la Serdán era la Vildósola que albergaba desde 1947 al Hotel de Anza y su Bar Cazadores, que tenía como vecino al Restaurant Cesar's. En la siguiente calle, la Monterrey entre las calles Matamoros y Guerrero contra esquina del Mercado Municipal, estaba el restaurant Park (véase figura 5.3).

En la misma calle Monterrey, en la esquina con Garmendia se ubicaba el Casino del Pueblo en la sede de los Artesanos Hidalgo. Cerca de ahí, por la Monterrey entre Matamoros y Juárez tenía domicilio la cantina Tecate. Por la calle Guerrero, entre las calles Morelia y Dr. Noriega se encontraba el bar El León de Oro dentro de las instalaciones del Hotel México. Muy cerca de este hotel, en la confluencia de Guerrero y Dr. Noriega todavía se ubica la cantina El Gato Negro, y a una cuadra, en las calles Matamoros y Dr. Noriega se encontraba el bar High Life. Por la calle Yucatán entre Garmendia y Guerrero la Cuauhtémoc tenía su agencia en Hermosillo.

La llamada Pera del ferrocarril y el Jardín Juárez estuvieron unidos mientras el FFCC del Pacífico mantuvo su estación en Hermosillo.¹⁰² A sus alrededores se encontraban algunos bares, expendios y cantinas, de los que podemos mencionar a La Costeñita que se encontraba en la esquina de Sonora y Oaxaca, que a su vez tenía cerca la Cantina # 2 y el bar del Hotel Lourdes. Mención aparte, por su ubicación cerca de las oficinas del gobierno y del estado La Verbena cuyo domicilio era Hidalgo, hoy Pino Suárez y Obregón que a unas cuadras hacia el oriente entre Arista y Obregón se encontraba El Tecolote que al final cambió de denominación a Las Quince Letras. Con el auge algodonero y triguero de la Costa de Hermosillo la calle que la conectaba desde Hermosillo, la Veracruz adquirió importancia y para la década de finales de los cincuenta se llenó de comercios entre ellos restaurantes, bares, cantinas y expendios, además de ferreterías madererías, agencias de ventas de llanta y servicios, etc. Un bar, que actualmente pervive es El Latino en casi esquina de las calles Veracruz y General Piña.

5.1.1 Cervecerías Cuauhtémoc, Modelo y Moctezuma

La Cervecería Cuauhtémoc inició a mediados de los veinte un ciclo de unificación productiva, mediante la reorganización operativa y de expansión en el plano de la distribución destinado a conquistar porciones sustanciales del mercado interno. Dicho proceso continuó hasta la década de los cincuenta, cuando aprovechó las ventajas y facilidades que se ofrecían al empresariado fabril, el reto de la industrialización sustitutiva. Fue un procedimiento que facilitó a la CC la rápida penetración en mercados muy alejados

¹⁰² En 1957, la estación del Ferrocarril del Pacífico la ubicaron en sus actuales instalaciones llamada Estación Pitic, a unos metros de la Carretera 15 antes la Carretera Internacional.

de la base productiva regiomontana y que sustentó una mayor capacidad de distribución a la empresa (Pérez, Guzmán y Mayo 2012, pp. 124-127).

La Cervecería Cuauhtémoc, con Eugenio Garza Sada al frente diseñó desde los años veinte del siglo XX varias estrategias para penetrar en el mercado nacional. Una de ellas tener la producción cerca del mercado de consumo, mediante alianzas con cerveceras locales para que le elaboraran sus marcas, más adelante algunas de ellas serían adquiridas. También compró la Cervecería Central en el DF, el mercado más grande de México. La Cervecería Cuauhtémoc al aumentar la producción también mejoró los canales de distribución y la promoción de sus productos por medio de la publicidad. Con toda seguridad, cuando compró la Cervecería de Tecate tenía en mente estas estrategias.

Figura 5.1 Anuncio de Tecate



Fuente: *El Imparcial* (mayo 13 de 1952).

Figura 5.2 Anuncio de Tecate



Fuente: *El Imparcial* (mayo 26 de 1952).

5.2. Crecimiento de la Ciudad de Hermosillo

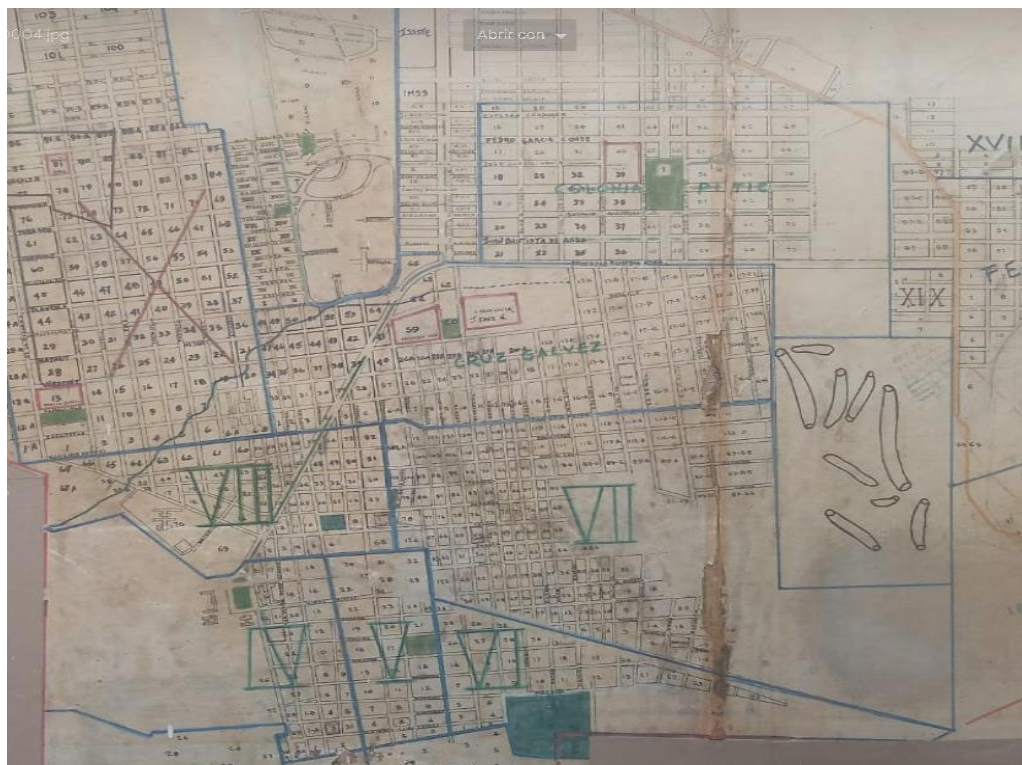
En Sonora en tan solo una década 1950-1960, se transformó la relación entre la población rural y urbana. La diferencia entre ambas, en los cincuenta era poco notable: 276,163 para la primera y 231,424, para la segunda; en el censo de 1960 las cifras cambiaron. En ese recuento la población rural sumó 332,375, y la urbana registró 451,003 habitantes, y en unos cuantos municipios estaba contenida la población total del Estado.¹⁰³ Debido a las diferentes actividades derivadas de una economía agrícola altamente desarrollada, tanto los grandes centros urbanos como las principales zonas de riego, absorbieron los excedentes de la población rural.

Hermosillo, la ciudad capital de Sonora fue presa de ese auge migratorio, lo que obligó al cabildo hermosillense a promover en 1943 la expropiación de terrenos de los antiguos ejidos de Hermosillo cuyos poseedores eran los ejidatarios de La Victoria y La Manga. El litigio terminó con la resolución de la Comisión Agraria Mixta en 1945, laudo mediante el cual se le anexaron a la mancha urbana 1877 hectáreas. Este hecho motivó la fundación de un considerable número de asentamientos humanos en colonias de nueva creación. Visto en perspectiva, en 1945 el plano de la cabecera municipal de Hermosillo estaba constituida por ocho cuarteles; para 1957, el número había aumentado a 18 debido al crecimiento paulatino de la ciudad, como se muestra en la figura 5.3.¹⁰⁴

¹⁰³ Al respecto Pesqueira (1962) señaló que la distribución demográfica presentaba aspectos sumamente irregulares, pues de los 72 Municipios que integraban la división política del Estado, en nueve de ellos; Álamos, Cajeme, Empalme, Guaymas, Hermosillo, Huatabampo, Etchojoa, Nogales, y San Luis, Río Colorado, concentraban el 68 por ciento de la población total de la Entidad.

¹⁰⁴ Cuartel, en la agrimensura catastral era la medida de una porción de terreno de cuatro lados, los cuales tienen diferentes medidas y sus ángulos interiores no son iguales, por lo que también se denominan polígonos irregulares. Un cuartel podía abarcar varias colonias.

Figura 5.3 Plano de Hermosillo, Sonora con la distribución espacial por cuarteles, circa de 1958



Fuente Archivo de la sindicatura de Hermosillo

La ampliación de la extensión de la actividad agrícola en la franja costera del estado dio paso a un movimiento poblacional de la sierra a la costa, ocurriendo en este proceso de acomodo, el descenso de las poblaciones serranas, mucho antes de consolidarse las ciudades costeras (Gracida, 2010; Gracida y Grijalva, 2019). La distribución espacial de la población en áreas urbanas y rurales fue una medida indirecta del fenómeno migratorio, al reconocer que el crecimiento de las ciudades en gran medida se apoyó en la población proveniente del campo (Castro, 2000). De tal forma que desde mediados del siglo XX el proceso urbanización sonoreNSE estuvo unido tanto al progreso y modernización de la agricultura, como al apogeo de agroindustrias y de actividades comerciales y de servicios en las poblaciones de Obregón y Hermosillo, que tuvieron en ese periodo alto crecimiento poblacional.

Diez años después de esta ampliación, y a pesar de la existencia de un plano regulador¹⁰⁵ de Hermosillo podría expresarse lo mismo que de la ciudad de México, escribiera Ortiz (2007) respecto a su traza. El autor refiere que en las tres primeras décadas del siglo XX se respetó el modelo heredado del virreinato, de líneas rectas con calles angostas, de plazas y jardines con edificios de poca altura, “articuladas a una escala manejable, identificada y ordenada. Para la década de los cuarenta se impuso una trama urbana confusa, desordenada, fragmentada e incontrolable, en franco proceso de deterioro social, visual y ecológico” (p.117). Cabría sumarle a ese modelo que en Hermosillo antiguo fue demolido al sujetarse las autoridades municipales a los designios del gobernador Abelardo L. Rodríguez quien, aprovechando la ampliación del fundo legal en 1945, fundó la Colonia Pitic y construyó el Boulevard que lleva su nombre.

El Boulevard Rosales también fue construido por el gobierno Abelardo L. Rodríguez -trazado el arquitecto Gustavo Aguilar- para dar paso a la Carretera 15, que inicia por el Boulevard Kino, continúa por el Boulevard Rodríguez y se une con el Rosales. No obstante, para abrir el Rosales se tuvo que derribar parte del Colegio Sonora y algunas construcciones viejas pasando por un costado de la hacienda del general Luis Emeterio Torres. Es decir, para el año de 1947 estas rúas prácticamente marcaban los linderos de la zona habitacional de Hermosillo; estas rúas abren paso a la modernidad y unen los transversos que a su vez abren de nueva cuenta los límites de una ciudad en crecimiento.

¹⁰⁵ En 1947, el presidente Miguel Alemán establece la Secretaría de Bienes Nacionales e Inspección Administrativa, a la cual adscribe el Departamento de Juntas Federales de Mejoras Materiales. Entre las obligaciones de las Juntas se estableció como primera tarea la realización del Plano Regulador de las importantes ciudades de nuestro territorio, así como la promulgación de los instrumentos legales y reglamentarios que obligaran a su puesta en marcha. Entre 1949 y 1952 se efectuaron estudios urbanos en 42 poblaciones fronterizas y portuarias del país (Ortiz 2007, p.119).

Con la salida de la Pera del Ferrocarril y el cambio de las vías del Ferrocarril del Pacífico a la llamada Estación Pitic en 1957 el espacio que antes ocupaba se transformó en zona residencial, (parte poniente de la calle Matamoros) el llamado Pueblo Nuevo. Del otro lado, entre las abiertas calles Matamoros y Juárez el espacio dio cabida a nuevos comercios conformando otra traza de la ciudad. En la parte noroeste de la ciudad, el espacio que antes ocupó el antiguo campo de aviación dio paso la Colonia Modelo, que junto las colonias Balderrama y Olivares inician el camino hacia el norte desde el eje principal de ese sector, la calle Veracruz, -que conecta la ciudad con la Costa de Hermosillo-, y que será el límite que inicia el desarrollo de la ciudad a lo largo de dos décadas. El trazo de la Colonia Modelo permite al IMSS construir el hospital en la confluencia de lo que fue una pista de aterrizaje en la calle que actualmente se denomina Seguro Social y hace esquina con la avenida Juárez. La figura (5.4) nos indica el tamaño que tenía la traza de la ciudad de Hermosillo, con su viejo casco donde reina el Cerro de la Campana y en su ladera norte, se puede apreciar el centro de la ciudad y en la parte superior ya se concibe la ciudad más planificada con sus avenidas de forma ortogonal.

Figura 5.4. Plano de Hermosillo 1954



Fuente: AMH Correspondencia presidente municipal. (caja 123, carpeta 178).

5.2.1 Recursos municipales limitados: las juntas vecinales y las cerveceras unidas para el progreso de Hermosillo

Una realidad que viven los municipios en México es la insolvencia de recursos financieros, que impiden resultados óptimos en el largo alcance que demandan las acciones inmediatas de la proyección territorial y urbana dado el marco trienal del gobierno municipal. Los límites presupuestales no alcanzaban para solucionar las demandas poblacionales en materia de servicios como la introducción de servicios elementales como agua, electricidad o drenaje entre otros. La solución que le dio la autoridad a la carencia perenne de recursos fue que los vecinos colaboraran para realización de obras de manera pecuniaria.

Hilario Olea Jr., en su tercer informe de gobierno como presidente municipal de Hermosillo en el periodo de 1949-1952, señaló que Hermosillo vivía un periodo de transformación, que se había convertido de pueblo en una progresista y bella ciudad. Olea señaló que era “notorio su gran crecimiento en extensión superficial, lo cual implica un cambio en sistema y métodos administrativos traen aparejados problemas de difícil solución”. Refirió el munícipe que dicha transformación no había estado acorde con las posibilidades económicas de su administración, pues para poder proporcionar con eficiencia los servicios públicos que la población reclamaba, se requerían “posibilidades presupuestales que aún no es posible -obtener, falta pues dinero, en una palabra, para el ensanche de los servicios públicos”.¹⁰⁶

Las colonias Olivares, Modelo, Balderrama fueron escenario del desenvolvimiento de las compañías cerveceras que aprovecharan las necesidades que tenían los pobladores de las colonias recién creadas que demandaban recursos hídricos y de luz y de progreso. Las

¹⁰⁶AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 129, carpeta 104, 1949).

cerveceras aprovecharon las restricciones de no abrir nuevos expendios, y se beneficiaron del potencial que representaba apoyar a la población con la venta de cerveza para la construcción de canchas de baile y deportivas, mismas que fueron organizadas por algunas de las juntas vecinales. Dentro de ese entorno vecinal, las cerveceras interesadas en expandir su mercado incursionaron en el desenvolvimiento de las colonias para extender su mercado. En este sentido, los changarros eran tierra fértil para la distribución del producto dada las condiciones de la población y el gobierno municipal que lo permitió cuando se estableció legalmente la creación de las llamadas juntas vecinales en apoyo del mejoramiento moral y material de los municipios del estado al inicio del gobierno de Ignacio Soto (1949-1955).

5.2.2 Los comités vecinales como forma de cooperación comunitaria para la introducción de los servicios con el apoyo de las cerveceras

En noviembre de 1953 fueron creadas las Juntas de Mejoramiento Moral, Cívico y Material del estado de Sonora. Dichas juntas tenían el propósito de fin de estimular en los habitantes del Estado la conciencia de solidaridad, cooperación y comprensión mutua. En cada cabecera municipal podría integrarse una junta de mejoramiento, sin perjuicio de que, con idénticos fines y modalidades, se podrían establecer Comités de Mejoramiento Moral, Cívico y Material en comisarías y delegaciones de Policía cuyo funcionamiento sería coordinado por la junta, de la respectiva cabecera municipal.

Cada Junta Comité de Mejoramiento se integrará por un presidente, un secretario de actas y acuerdos, un tesorero y tres o más vocales, electos democráticamente como se dispone en el artículo 5º que establece que para la integración de las mencionadas juntas y comités de mejoramiento, los presidentes municipales y un representante del gobernador del Estado,

convocarán a los habitantes de sus respectivos Municipios, sin distinción alguna, por razón de opinión o ideología, religión, edad, sexo o nacionalidad, a juntas públicas en las que, dándose a conocer a los asistentes el objeto de la constitución de aquellos organismos, se les invitará a que, por mayoría de votos, elijan a las personas que consideren más idóneas para desempeñar las directivas. Se levantará por triplicado un acta que firmarán los presentes, haciendo constar el resultado de la reunión. En la misma forma se procederá cada tres años para la renovación de las directivas, conforme lo establece el Artículo 11 de este ordenamiento.

Las juntas vecinales comenzaron a funcionar inmediatamente en Hermosillo, una ciudad que tenía alrededor de 50 mil habitantes según el censo de 1950. Para 1960 existían en el municipio de Hermosillo alrededor de 24 comités establecidos en los distintos puntos de la ciudad. Entre estos vale la pena mencionar los más importantes: Junta Vecinal # 1, 5 de mayo y Zacatecas; Junta Vecinal # 2, Dr. Luis Orcí y Guadalupe Victoria; Junta Vecinal # 6, El Coloso; Junta Vecinal # 8, El Malecón; Junta Vecinal # 9. Ejido Topahue; Junta Vecinal # 11, El Ranchito; Junta Vecinal # 12, Rayón y Colima; Junta Vecinal # 13, El Jito, Villa de Seris; Junta Vecinal # 14, Colonia Olivares; Junta Vecinal # 15, Mesa del Seri; Junta Vecinal #16, Ejido El Palo Verde; Junta Vecinal # 18, Ejido de Zamora y la Junta Vecinal # 20, del Ejido La Victoria.

Al aprobarse la ley de cooperación vecinal para crear en cada municipio juntas o comités de vecinos, cuyo fin era captar recursos para hacer aportaciones para las obras que el municipio había emprendido, pero no tenía el techo financiero para concluir las obras de manera autónoma. En este sentido el municipio se apoyó en las juntas vecinales para averirse de recursos. Para ello permitía la venta de cerveza en las actividades festivas como la organización de quermeses y bailes. Por razón lógica se tomaban los fines de semana para

realizar bailes en las canchas construidas a expreso para ello, pero así también, dichas canchas servían para esparcimiento por las tardes para los niños y jóvenes del sector. Para la construcción de las canchas, las cervecerías jugaron un papel importante porque acordaban con los comités de vecinos el financiamiento y los plazos de pago. Entre los acuerdos estaba la venta exclusiva de la cervecería con la que realizaron el convenio; pero así también los comités recibían ingresos por el volumen de venta de cerveza por evento, es decir, el comité percibía recursos por el ingreso al baile y la venta de cerveza. La cervecería incluía en la exclusividad, las mesas, sillas y hieleras, e inclusive el hielo. Si bien es cierto, la empresa utilizaba a los comités de vecinos para cumplir las metas regionales de venta. Ello implicaba que, si durante el evento del baile no se vendía el volumen programado, tenían que cambiar el giro para venderlo entre semana, inclusive por las noches de manera clandestina. La esencia para el cual los vecinos se integraron como miembros de los distintos comités locales, se desvirtuó a lo largo de su existencia que, dicho sea de paso, conforme creció la ciudad en el cambiaron sus objetivos para lo que fueron creados. Inclusive se convirtieron en coto de poder de partidos políticos en turno que ocuparon el poder municipal.

Un emblemático ejemplo de cómo fue el comportamiento de los miembros de los comités vecinales fue el creado en la colonia El Ranchito, cercano a la Presa Abelardo L. Rodríguez, y que luego de que la cancha de baile fuera foco de malestar por el ambiente que generaba a su alrededor, fue puesto a discusión su destino final.¹⁰⁷ A través de una encuesta realizada el 8 de marzo de 1984 para conocer la opinión de sus habitantes sobre el posible funcionamiento de la mencionada cancha de baile ubicada en la calle Presa La Angostura y Vírgenes. A un universo de 128 familias se les hicieron cuatro preguntas, la primera, consistió

¹⁰⁷ AMH: Correspondencia de la presidencia municipal (caja 130, carpeta 30, 1985).

en si estaban de acuerdo en que se realizaran bailes en la cancha, a la cual 71 personas respondieron que No (55.56 %); quienes respondieron que Si, sumaron 43 personas (33.59%). El resto, 14 personas le fue indiferente (10.94%). A la pregunta de cuál era el motivo por el que no deseaban que se realizaran bailes en ese lugar, los 71 vecinos que contestaron negativamente, argumentaron que tenían que hubiera riñas, y aumentara el vandalismo, la drogadicción y la vagancia o, que salieran beneficiados unos cuantos. De las 43 personas que contestaron afirmativamente por la realización de los bailes, 20 contestaron que por diversión; 13 por las mejoras que se llevaban a cabo en la comunidad; 7 respondieron que la cancha servía para que los jóvenes no se fueran a otra parte, y 3 respondieron que, para asistir, pero que no se vendieran bebidas embriagantes. Finalmente, a la pregunta de que le gustaría que se instalara en el lugar de la cancha, 32 respondieron que se construyera un jardín de niños; 9 que se hiciera una cancha de basquetbol; 9 pidieron que se instalara un centro de capacitación; 4 que se instalara una escuela para adultos; 4 que se ubicara una tienda CONASUPO, y el resto propuso que fuera destinado a un gimnasio, una biblioteca, zapatería o local para renta indistintamente. La lógica de las cervecerías fue buscar al consumidor, por ello, y la ley local favoreció para que las estrategias de venta se proyectaran en otros giros como lo fueron los changarros.

5.3 La estrategia de incursionar en los abarrotes para hacer fluir el mercado de cerveza en Hermosillo, 1950

Para 1950, la ciudad de Hermosillo tenía un crecimiento paulatino en la periferia que le permitió a las cerveceras hacer de los changarros puntos de ventas importantes. Éstos eran tierra fértil porque lo permitía la normativa, ya que se expendía la cerveza con alimentos y

en envase cerrado. En suma, la normativa indicaba que la cerveza no se debía vender abierta ni consumir en el local,¹⁰⁸ era para llevar. A diferencia, durante el baile de especulación se consumía libremente sin ninguna restricción. Principalmente, la Cervecería Cuauhtémoc utilizó en su publicidad la rendija que significaba que en la Carta Magna los legisladores pusieran en la Constitución que era preferible combatir el alcoholismo con una bebida de baja graduación de fabricación higiénica como la cerveza para hacer ver que era una bebida que no tenía alcohol, y era saludable al ingerirla con alimentos.

En este periodo se conjugan dos cosas. Por una parte, el arribo de los piscadores de algodón que llegaban a Hermosillo como un primer punto para conectarse con el ‘control de piscadores’ de la costa de Hermosillo que estaba enclavado en el sector norte (colonia Olivares y Balderrama); algunos lograron establecer su domicilio en la colonia Olivares.¹⁰⁹ Por otra parte, Hermosillo estaba creciendo con carencia en los servicios más elementales como agua y luz; el crecimiento irregular presiona al gobierno municipal para legislar sobre formas de cooperación vecinal, pues no cuenta con recursos para hacerse de la infraestructura requerida. La ley de planeación lo contemplaba la entrega del solar con los servicios, pero en la práctica no se cumplía y dotaba entonces a los nuevos pobladores demandantes de un espacio para asentarse, de un solar sin el mínimo de servicios públicos.

¹⁰⁸ Artículo 12 del Reglamento de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza del Municipio de Hermosillo, que dicta que: “En los restaurantes, fondas, merenderos únicamente se permitirá la venta de licores, vinos y cerveza cuando éstos sean consumidos con los alimentos”. Decreto que aprueba el Reglamento de cantinas y expendios de bebidas alcohólicas y de cerveza del municipio de Hermosillo, Sonora. Recuperado de <http://www.hndm.unam.mx/consulta/resultados/visualizar/558a337e7d1ed64f16966acc?resultado=5&tipo=pagina&intPagina=1&palabras=Cerveza>

¹⁰⁹ Es de hacerse notar que estos migrantes (braceros) jornaleros agrícolas provenían del sur del país o de otra región norte, desde Durango hasta Guanajuato, donde el primer punto de arribo eran los valles de Sinaloa, pasaban por Navojoa, Obregón y finalmente llegaban a la costa de Hermosillo. Tal se mencionó arriba, algunos que veían con familia lograron adquirir un solar en la colonia Olivares, estableciendo una formada vida citadina.

El concepto de vender al menudeo y de llevar la cerveza al consumidor con inmediatez y de manera cotidiana fue implementado por Eugenio Garza Sada, al considerar que “el consumo de cerveza aumentaría en la medida que la gente se acostumbrara a beber una o dos cervezas en la comida a que tomándose una caja entera el sábado en la cantina” (Recio 2017, p. 109). Para mantener los puntos de venta en las canchas durante las noches de baile, las cervecerías establecieron convenios de exclusividad con el Ayuntamiento. En esos convenios se establecía que los únicos que podían hacer bailes de especulación con venta libre de cerveza, eran los comités o junta de vecinos, pero así también, tenían el privilegio de vender de otras marcas una vez que los comités se liberaban del compromiso del crédito de la construcción de la cancha, si fuese este el caso. Entre los años de 1950 y 1955, las cervecerías que estuvieron en pugna por ganar el segmento de mercados que cubrían los comités de vecinos fueron las Cervecería de Sonora y Cuauhtémoc, y de baja intensidad, la Moctezuma. Tal como se puede observar en la siguiente figura 5.5

La figura 5.5 contiene el espacio territorial del Colonia Olivares comprendida en el llamado sector norte. La cifra poblacional en 1964 estaba en alrededor de 30 mil habitantes. En su superficie estaban ubicado alrededor de 20 abarrotes que permitían a la población adquirir productos alimenticios, destacándose algunos como blanco de las cerveceras para expender sus productos y promocionarlos en las paredes de estos negocios. Además de ser fuentes de abasto a la población los abarrotes permitieron ser fuentes de ingreso familiar que ayudaron a costear estudios universitarios en algunos casos, pero también fueron fuente de quejas por la ingesta de la bebida en su interior. El crecimiento de la colonia hizo expulsar la zona de tolerancia contenida muy cerca de un centro escolar y ante las necesidades de los nacimientos se instaló un centro que atendió a las madres en gestación y a sus infantes.

Figura 5.6 Abarrotes de la colonia olivares

1	Sta. Esperanza	José Carmelo y Cananea
2	Marina	José Carmelo y Cananea
3	Azteca	Gándara y Benjamín Muñoz
4	Sta. Rosa	12 de octubre y García Aburto
5	Guzmán	Olivares y Othón Almada
6	Córdova	Olivares y Campeche
7	Rodríguez	Simón Bley y Leopoldo Ramos
8	Rosita	Fran cisco Monteverde y E. Quijada
9	García	Othón Almada y Leopoldo Muñoz
10	Rentería	Guillermo Arreola y Eduardo W. Villa
11	El Choyal	Guillermo. Arreola y L. Ramos
12	La Norteña	Olivares y Leopoldo Ramos
13	La Rancherita	José Carmelo y M. Loaiza
14	Núñez	García Aburto #574
15	Sonora Mercantil	12 de octubre y Periférico
16	Los Tres Pinos	Arizona y Final
17	Talismán	Aldama y Tlaxcala
18	Nacori Grande	Al dama y Fronteras
19	Varela	Reyes y José Carmelo
20	Campeche	Reyes y Campeche

Fuente: elaboración propia con base en: Correspondencia del presidente municipal. (caja 142, carpeta 143)

Figura 5.7 Abarrotes Rodríguez, 1960



Fuente: Hermosillo a través del tiempo (Manuel Hernández).¹¹⁰

Figura 5.8 Anuncio de Tecate



Fuente: El Imparcial. Mayo 13 de 1952

¹¹⁰ La tienda se ubica donde actualmente se encuentra la gasolinería Rendichicas en Villa de Seris, a un lado de Carnes Aldecoa. En esta bella foto se alcanza a apreciar cruzando la calle a la Sra. Evangelina Osio.

<https://www.facebook.com/rememberhermosillo/photos/a.527662050696513/2001597749969595>.

trabajo y congregaciones ejidales. Ante ese panorama, la primera de las cerveceras que recurrió a otros canales de distribución, fue la cervecería Cuauhtémoc, optando por apoyarse en los abarrotes o changarros, cafés, restaurantes, marisquerías, incluyendo a prostíbulos y cabarés; además de patrocinar a los comités de vecinos que realizaban eventos para sacar fondos para el pago principalmente, de introducción de servicios básicos como luz y agua potable.

Otro aspecto de vital importancia que vino a coadyuvar en la estrategia emprendida por las cerveceras nacionales y que la Cuauhtémoc aprovechó al máximo, fue la restricción a los municipios y estados de establecer cobros indirectos a la distribución y venta de cerveza, establecida en la federalización de los impuestos a la producción y consumo a la cerveza. El reglamento de la ley respectiva de 1949, expedido en 1958 se dejó estipulado en el reglamento, que la inspección de los locales de expendios y cantinas, así como las licencias de alcohol, que incluía a la cerveza mantuvieran un tope de \$250.00 pesos en todo el país. Las leyes de alcoholes expedidas por los congresos estatales en acatamiento a los convenios para aceptar la federalización de los impuestos a la cerveza permitieron a las compañías cerveceras obtener cientos de permisos que les concedió abarcar un segmento del mercado utilizando las licencias para ejercer el control a través de los contratos de exclusividad.

5.5 Costa de Hermosillo. La Calle Doce

Los cambios agrícolas que tuvieron lugar en Sonora entre 1955-1970 alteraron significativamente la distribución espacial de la población abriendo las puertas a un sinnúmero de trabajadores trashumantes que por miles engrosaron durante los años sesenta las tasas de población urbana de la costa, las más altas del estado (Ramírez-Conde-León

p.200).¹¹¹ En la denominada Costa de Hermosillo, una zona agrícola ubicada a medio centenar de kilómetros de la capital sonoreense cuya superficie es cercana a las 200 mil hectáreas, se encuentra asentado el poblado Miguel Alemán, antes Calle 12. La formación del Poblado Miguel Alemán está íntimamente ligado al crecimiento de la Costa de Hermosillo como emporio agroindustrial.

En un recuento de las principales causas que hizo posible la creación y crecimiento del poblado Miguel Alemán, se pueden mencionar tres principales. Primero, en la década de los 50, fue la región que mayor desenvolvimiento registró, al convertirse en la zona de irrigación por bombeo más importante de la entidad, con alrededor de 480 pozos que irrigaban cerca de 100 mil hectáreas, proporcionando la cuarta parte de la producción estatal de trigo (Calvario, 2003). En segundo lugar, la mencionada década de los cincuenta vio el arribo de muchos trabajadores de distintos lugares del país, a los que se les nombró jornaleros agrícolas, quienes se ocupaban en la cosecha del trigo y la pisca de algodón principalmente. Y, en tercer lugar, el programa bracero que estableció un centro de contratación en el estado, teniendo como sedes en distintos momentos Hermosillo y Empalme, Sonora.

En efecto, en 1955 el gobierno federal a través de la Secretaría de Gobernación, en convenio con el gobierno de Sonora y el gobierno estadounidense crearon un centro de contratación de braceros en Hermosillo, que duró poco tiempo debido a la aglomeración que representó al arribo a Hermosillo de 8 mil braceros entre los meses de abril y mayo de 1955 procedentes de Mexicali, B.C y otras partes del país. Este hecho provocó que los agricultores hermosillenses, conminaran al gobernador saliente, Ignacio Soto (1949-1955) y el entrante

¹¹¹ En el censo de 1950, Sonora, registró una población de 442 mil de las cuales 62 mil personas eran no nativas del estado (Ramírez-Conde-León, 1985).

Álvaro Obregón Tapia (1955-1961), en conjunto con la Secretaría de Gobernación para llegar a una serie de acuerdos para evitar desplazamientos de jornaleros sin ninguna planificación. Una comisión binacional sugirió que se reestablecieran las contrataciones de braceros en Hermosillo y, finalmente, se decidió que la concentración de aspirantes fuera en Empalme. Como resultado de este nuevo contexto, en septiembre de 1955 los agricultores de la Costa de Hermosillo se organizaron en una Comisión Mixta de Control de Pescadores. La comisión con personalidad jurídica y patrimonio propios, tuvo como objetivo “el manejo y debida aplicación de los fondos provenientes de la contribución especial o impuesto al algodón, aplicados por el estado de Sonora” (Córdoba 2017, p.124). Maren Von der Borch (en Córdoba 2017) señaló que el programa fue un “sofisticado sistema de contratación” del que se sirvió el Comité Mixto de Control de Pescadores de la Costa de Hermosillo y que funcionó entre 1955 y 1962.

En 1964 en un poblado incipiente y ante la demanda de las necesidades de salud y atención de cientos de trabajadores fue inaugurada la clínica del Instituto Mexicano del Seguro Social. Jornaleros agrícolas que luego del término de las cosechas empezaron asentarse definitivamente en el poblado primero en campamentos improvisados, posteriormente en invasiones. Fue “en los setenta cuando los asentamientos regulares empezaron a tomar auge y en los ochenta cuando se masificaron las invasiones” (Calvario, 2003, p.44). A finales de los 60’s, los pobladores solicitan al Ayuntamiento la construcción de una escuela, hecho que se considera formalizó la creación de la localidad; además durante ese periodo se puso en servicio la planta de subestación de la Comisión Federal de Electricidad (Briseño, 2017). Briseño también aporta datos relativos a la población e indica que “a mediados de los 70’s se incrementa aceleradamente el área rural, careciendo de equipamiento urbano, vivienda y servicios públicos. Ante un crecimiento de la población

durante la década de 1970-1980 del 5.8%” (2017, p. 11).¹¹² El censo de población de 1980 consignó una población de 1,870 habitantes en la Calle 12, cifra que para 2010 se incrementó a 20,869, según el INEGI en el conteo de población y vivienda. Además, El Poblado Miguel Alemán tuvo un crecimiento de la población durante la década de 1970-1980 del 5.8%, no obstante, un crecimiento poblacional entre la década de 1980-1990 con un 15%, a causa de inmigrantes provenientes de otros estados de México. De acuerdo con (IMPLAN, 2015),¹¹³ actualmente se estima que la población total de El Poblado Miguel Alemán cuenta con aproximadamente 40,000 habitantes.

La Calle 12 nació en 1960, “a raíz de la construcción de un despepitador de algodón, al que luego siguió un restaurante llamado OK. Años después, en 1962 se construyó una clínica del IMSS” (Aboites 2013, p. 308). Esto no era nuevo ya que la llegada de cientos de familias a Hermosillo entre los años de 1955 y 1965, que migraron de diversas partes del país activó las actividades en los campos agrícolas de la Costa de Hermosillo. Desde fines de la década de 1940 la apertura de tierras al cultivo en la Costa de Hermosillo interesó a numerosos jornaleros venidos de los estados del centro del país. Los jornaleros hicieron posible el surgimiento del poblado conocido como Calle 12, debido a su ubicación a la vía de ese nombre, una de las perpendiculares que topan en la carretera Hermosillo-Bahía Kino debido al trazo cuadrangular el distrito de riego Miguel Alemán.

¹¹² Briseño (2017) señala además, que el Poblado Miguel Alemán tuvo un crecimiento de la población durante la década de 1970-1980 del 5.8%, no obstante, el mayor crecimiento poblacional fue en la década de 1980-1990 con un 15%, a causa de inmigrantes provenientes de otros estados de México. De acuerdo con (IMPLAN, 2015), actualmente se estima que la población total de El Poblado Miguel Alemán cuenta con aproximadamente 40,000 habitantes (p.11).

¹¹³IMPLAN 2015. Diagnóstico-Programa Municipal de Desarrollo Urbano.

Recuperado de <https://repositorio.colmex.mx/concern/theses/j6731392m?locale=es>

Un observador muy cercano del incipiente centro de población, el doctor Daniel Zapien, director del hospital enclavado en el poblado Miguel Alemán escribió:

en esta temporada de pizca del algodouero, llegan los camiones cargados con familias que no han sido contratadas y los choferes en forma despiadada descargan a estas en el área hospitalaria, a un lado de nuestra puerta de entrada, con catres, lonas, estufas y todo el menaje de casa que son capaces de transportar, buscando acomodo para pasar el tiempo mientras encuentran un lugar donde radicarse posteriormente también en forma provisional, pero más duradera. Las condiciones en que viven son muy rudimentarias, usan nuestra verja y árboles para tender su ropa y estos últimos para amarrar las cuerdas que sirven de sostén a la lona que hará las veces de techo y además para medio ocultar su humanidad cuando ejecutan los actos fisiológicos de la micción y defecación.¹¹⁴

En la queja que externó el director del hospital resalta un problema derivado la ingesta de cerveza. El doctor Daniel Zapien mencionó que:

Desde hace ya mucho tiempo, con el pretexto de juntar fondos y presentarlos como una parte de la cooperación para la construcción de una escuela, se organizan bailes frente al hospital, cada sábado en la noche, con venta profusa de cerveza, ocasionando por tal motivo el ruido propio de un festejo de tal naturaleza, en donde se liba en forma indiscriminada y -que en infinidad de ocasiones termina en zafarrancho con heridos y toda la cosa, con la ventaja, eso sí, respecto a los organizados en otra parte, de que en caso de haber heridos, cosa frecuente, no tienen

¹¹⁴ Carta-queja del director del Hospital General de Zona #6, Dr. Daniel Zapien. AMH: fondo presidencia (caja 151, carpeta 160,1962)

más que dar unos pasos, y dar trabajo a nuestro Médico de Guardia, que forzosamente los atiende por tratarse de casos de emergencia, tengan o no derecho a Servicios Médicos. El ruido, por otra parte, molesta a nuestros enfermos internados, máxime cuando es acompañado de gritos proferidos por alcohólicos desenfrenados; el personal de enfermería siempre está temeroso de que irrumpa en el hospital un intoxicado escandaloso y el de mantenimiento evitando la entrada de estos.

El llamado Restaurant OK, fue un negocio pionero del incipiente poblado, que llamó la atención de las autoridades por haber sido desde su fundación motivo de polémica por la venta de cerveza en exceso, en un tiempo donde no se permitía la apertura de nuevos expendios, a lo que se puede agregar máxime cuando existen trabajadores agrícolas y por lo mismo, la Ley Federal del Trabajo no lo permite. El restaurant OK aparece en la comunicación con la autoridad municipal en dos momentos,¹¹⁵ que si los vemos resultan contradictorios por lo argumentos expresados anteriormente: El primero, cuando la dueña solicitó ante el municipio un permiso provisional para vender cerveza en la semana santa de 1962, mismo que se le negó al manifestar la autoridad que no era posible acceder a su solicitud “en virtud de que en la zona agrícola no está permitida la venta de cerveza u otro licor”; el otro, cuando las autoridades hacendarias del Estado le solicitaron al municipio de Hermosillo levantar un acta en el Restaurant, ubicado en la calle 12 y Carretera a Bahía Kino, propiedad de Alicia Villegas de Cisneros. Las instrucciones del tesorero estatal fueron

¹¹⁵ AMH: fondo presidencia (caja 137, carpeta 131, 1962).

tajantes en el sentido de “recogerle el permiso que esa Tesorería le otorgó bajo número 2724, con fecha 26 de octubre de 1962 para la venta de cerveza anexo a restaurant”.

Finalmente se fortalece la percepción de la gente tanto de la zona urbana como rural de las estrategias de las compañías cerveceras para ampliar su mercado tuvo su lado negativo cuando el exceso en el consumo de una bebida de la cual se ponderaba su moderación, sin embargo, tanto la Modelo como la Cuauhtémoc rompieron con ese precepto y allanaron las leyes impuestas para ejecutar el consumo masivo. No tuvieron reservas en utilizar todo lo que estuviera a su alcance para derramar líquido ambarino en los lindes del municipio de Hermosillo, lo que implicó que fueron hasta la cocina de los domicilios que habilitaron para la venta clandestina de cerveza a cualquier hora, en la presentación de caguama. En la campaña permanente de inspección y vigilancia, los trabajadores municipales adscritos a esa tarea manifestaban en sus informes que sus recorridos por la ciudad encontraron decenas de domicilios en los que se podía comprar cerveza: En los mismos informes, a estos expendios clandestinos se les denominaba aguajes. Prueba de lo anterior, es la relación de personas que fueron sancionadas administrativamente por personal del departamento de Inspección y Vigilancia en el curso de los días del 19 al 30 de septiembre de 1985 por operar con venta de cerveza en sus casas particulares.¹¹⁶

¹¹⁶ AGUAJE. m. Lugar donde se vende clandestinamente mezcal. (Sobarzo, 2008 p.11)

Figura 5.14 Anuncio de Carta Blanca



Fuente: Revista Trabajo y Ahorro. Septiembre de 1967

Como lo anuncia la publicidad de la Cervecería Cuauhtémoc en la figura 5.14, las personas que se incluyen en la tabla 5.1 tal vez llevaron al “extremo” lo anunciado para la “caguama Carta Blanca”, cuando esta nació en los años sesenta, y obviamente fue bajo el contubernio de los distribuidores locales de las cerveceras. Como se podrá observar en la Tabla 5.1 las autoridades municipales en las inspecciones realizadas en diversas colonias de la ciudad de Hermosillo ubicaron, tal vez por denuncia anónima, en qué colonias y domicilios existía la venta clandestina de cervezas. El informe consigna solo domicilios y personas, pero

no proporciona las marcas de la cerveza, ni el monto de las multas impuestas en base a la Ley 14 de 1977.¹¹⁷ En cambio, señala la incidencia de los lugares.

Tabla 5.1 Aguajes ubicados en colonias de Hermosillo, 1985.

Colonia	Domicilio	Nombre del vendedor
San Benito:	Naranjo 118 /Fronteras y San Luis Potosí	Gilda Liera de Mada.
	Reyes #130 /Tlaxcala y Aguascalientes	Juana Castellanos López
	Everardo Monroy (Antes Durango) #112 /Reyes y Escobedo	Dolores Meza
	Escobedo #106 /Everardo Monroy (Antes Durango) y Coahuila	Gustavo Bracamontes Trujillo.
	Fronteras #98 /Reyes y Escobedo	Imelda Córdova.
	Privada Miguel Alemán #5 /Guadalupe Victoria y Reforma	Juana Paredes De Valdez.
Balderrama:	Leocadio Salcedo /Monteverde Y 14 de abril	Josefa Gómez
	Roberto Romero #313 /12 de octubre y Arizona	Delfina García
	Roberto Romero S/N /12 de octubre Y Arizona	Balbaneda Agarrobo.
	Jesús Siqueiros #306 /12 de octubre y América	Amelia Duran Moreno
	Leopoldo Ramos #117 /Reyes y General Piña	Norma De Arias
Álvaro, Obregón:	Culiacán Y Belice	Ma. Jesús Bracamontes,

Fuente. AMH: fondo presidencia (caja 170, carpeta 136, 1985). Para más información ver en Anexo.

Respecto a la venta de cervezas en restaurantes y fondas, los informes indicaban que lo mismo sucedía en el Poblado Miguel Alemán, Costa de Hermosillo dónde los inspectores apoyados por la policía municipal realizaban una inspección de permisos para la venta de

¹¹⁷ Ley número 14 que reglamenta la venta, distribución y consumo de cerveza en el Estado de Sonora. 20 de enero de 1977. Capítulo VII, sanciones y vigilancias, artículo 56, numeral V, con multa de 500 a diez mil pesos o arresto hasta por diez días, cualquier otro acto u omisión que infrinja las disposiciones de esta ley, y que no se encuentren previstas en las fracciones anteriores. La presente ley no previó con claridad la venta clandestina de cerveza, sino más bien se refiere a la venta de cerveza abierta para su consumo en un local previamente registrado y en envase cerrado para su consumo fuera del local. Ley que reglamenta la venta, distribución y consumo de cerveza en el estado de Sonora. Archivo Histórico del Congreso del estado de Sonora (t. 879, expediente Núm. 32, enero 20 de 1977).

cerveza,¹¹⁸ encontrándose que se operaba en algunos establecimientos sin el permiso correspondiente que expide Tesorería General del Estado. Ante tal hecho, los inspectores procedían a la clausura de dichos establecimientos: como el Restaurant " El Choropo", lugar que había sido multado en tres ocasiones por carecer de documentación, tanto estatal como municipal, careciendo además de la Autorización Sanitaria. De igual forma informaron que la Taquería "Pathy". No había mostrado ninguna documentación del negocio y al igual que el anterior le venta de cerveza alcanzaba proporciones "intolerables", por lo que se procedió a su clausura.

Finalmente, informan a la autoridad municipal que el Restaurant " El Mirador", no contaba con ningún documento para la venta de cerveza, el cual era el ingreso real de este negocio, vendiéndose la cerveza en forma indiscriminada. El funcionario municipal expuso en su informe que, en los tres lugares mencionados, la insalubridad era causa común y el sostenimiento de estos negocios era la venta de cerveza sin ningún freno. Por ello solicitaron, que, por ningún motivo, los antes citados lugares vuelvan a operar: Se procedió a girar las ordenes correspondientes para la clausura. No existía adjunta la respuesta del gobernador, pero los números no mienten, para muestra ver la tabla 5.15 de los expendios de bebidas embriagantes en Hermosillo, en distintos años, estadísticas que muestran el creciente incremento de los lugares donde se expendía cerveza y otras bebidas embriagantes en Hermosillo.

Los cambios efectuados en el Código Sanitario Mexicano a partir de 1967, abrió la oportunidad a las compañías cerveceras para que utilizaran las estrategias de venta en el

¹¹⁸ Informe rendido al presidente municipal Casimiro Navarro Valenzuela por director de Inspección y Vigilancia, Sergio Cruz Valdez el 16 de diciembre de 1983. AMH: fondo presidencia (caja 145, carpeta 58).

espacio rural del municipio de Hermosillo. Lo que se reflejó en la apertura de expendios después de una década de restricción en el Poblado Miguel Alemán. Las cerveceras encontraron tierra fértil para desplazar grandes cantidades de cerveza a un poblado que en los años ochenta despuntaba por su crecimiento poblacional, pero con carencias de servicios básicos. A pesar de que el Poblado Miguel Alemán desde los sesenta es considerado una comisaría,¹¹⁹ en el periodo estudiado al parecer no tenía mucha influencia esta autoridad en llevar a cabo sus cometidos como lo señala la ley del municipio libre. Existían intereses de algunas personas, entre ellas Ángel Gutiérrez, que era una especie de cacique y, por lo tanto, lo que él proponía era ley. Esta persona era dueño de comercios, expendios y casas de huéspedes. Bajo estas circunstancias el consumo de cerveza de manera excesiva fue consignado en los reportes policiacos y de inspección y vigilancia, dependiente de la secretaría del gobierno municipal.

Baste como último ejemplo de la situación imperante en los campos agrícolas, la carta que envió el secretario general del “Sindicato de Trabajadores del Campo de la Costa de Hermosillo, Salvador Alvarado”, licenciado Trinidad Sánchez Leyva al gobernador, Armando Biebrich Torres, en donde le suplica:

que se clausuren sin miramiento alguno, todas las cantinas que, disfrazadas de restaurante, vienen funcionando en la Calle 12 de la Costa de Hermosillo, ya que

¹¹⁹ Artículo 197 de la Ley orgánica del Municipio Libre señala que: Las comisarías municipales son órganos de desconcentración administrativa de los Ayuntamientos y de la administración municipal y de participación de la comunidad, de integración vecinal y de carácter honorífico. Artículo 198. Los comisarios municipales, los comisarios suplentes y los comisarios vocales serán electos cada tres años mediante procedimientos de elección vecinal y por planilla, durante la última semana del mes de junio del año en que deban renovarse, y se votarán según lo establecido en este Capítulo. Artículo 199. La administración de las comisarías estará a cargo de un comisario propietario, de un comisario suplente y de dos comisarios vocales. Recuperado de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2987/13.pdf>

muy seguido se suceden hechos lamentables, tales como riñas, abandono en el trabajo, problemas en el hogar de algún trabajador etc., pero lo más grave y que es lo que realmente queremos evitar, es la explotación inicua de los trabajadores de la Costa, que se hace en estos negocios, en los que se involucran a mujeres como atractivo.¹²⁰

El crecimiento en puntos de venta de las compañías cerveceras antes mencionadas fue en aumento paulatino en los rubros de cantinas, restaurantes y tiendas de abarrotes tal como se muestra en la figura 5.15. Así también, se percibe que el incremento de expendios no fue tan alto como en restaurantes y tiendas de abarrotes. Nótese que para 1977 se vendía cerveza de presentación en botella de denominada caguama y ballena (940ml) en 611 abarrotes de la ciudad. Bahía de Kino y el Poblado Miguel Alemán, también incrementaron casi en un trescientos por ciento los puntos de venta para finales de 1970.

Figura 5.15 Expendios de bebidas embriagantes, Municipio de Hermosillo, 1940-1977

Año	Habitantes	Cantinas	Pulquerías	Cervecerías	Restaurantes	Tiendas	Expendios	Establecimientos y Almacenes	Cabarés	Dulcerías	Casinos	Otros establecimientos	Total
1940	28,869	24	0	12	3	0	0	5	4	0	3	0	51
1943	30,065	35	0	6	17	0	0	7	12	0	1	0	78
1946	31,750	9	0	47	10	1	0	7	9	0	1	0	84
1961	119,000	32	0	80	25	65	0	17	14	0	6	0	239
1962	122,000	32	0	82	28	68	0	17	14	0	6	0	247
1969	135,000	37	0	95	52	116	25	18	11	0	1	0	355
1974	208,000	35	0	152	169	120	3	42	25	0	0	0	546
1977	222,000	87	0	171	181	611	16	0	14	0	8	0	1088

Fuente: Secretaría de Industria y Comercio, Dirección General de Estadística. Datos Estadísticos de los Expendios de Bebidas Embriagantes, 1940-1977 (AMH, fondo Presidencia, 1940-1977); Departamento de la Estadística Nacional, Estados Unidos Mexicanos 1925; Censo General de Habitantes, 30 noviembre de 1921; Secretaría de Industria y Comercio, Dirección General de Estadística Censo General de Población, 1930 y 1940;

¹²⁰ Carta el secretario general del Sindicato de Trabajadores del Campo de la Costa de Hermosillo, Salvador Alvarado, licenciado Trinidad Sánchez Leyva al gobernador, Armado Biebrich Torres. AMH Correspondencia Presidencia Municipal (caja 159, carpeta 178)

Conclusiones

Lo que se puede observar en las estrategias de las compañías cerveceras nacionales en el municipio de Hermosillo a partir de la década de los cincuenta, estuvo ligada al impulso que generó la federalización de los impuestos a la producción y consumo de la cerveza. Es decir, las compañías cerveceras centraron sus esfuerzos con nuevas reglas ante las autoridades, para el crecimiento de su mercado; abrieron mejores canales de distribución al adquirir plantas cercanas al mercado de consumo. También las cerveceras nacionales supieron encontrar nuevos puntos de ventas ante las restricciones que imponían leyes secundarias que les impedían la instalación de expendios a lo largo del país durante una década. Así, encontraron en los comités de cooperación vecinal y los abarrotes de Hermosillo nuevos frentes para introducir su producción y convertirlos en nichos de mercado. Todas estas estrategias de las cerveceras no estuvieron exentas de problemáticas sociales que se verían reflejadas día a día y que, en el transcurrir de los años, las autoridades tomaron cartas en el asunto e intentaron poner freno a los excesos a través de reglamentos como se vio en el capítulo cuatro.

Para el caso de la Costa de Hermosillo, la apertura de un importante número de expendios y la venta en abarrotes y cafés colocó a la población en un sector vulnerable por tratarse de un mercado cautivo por el fácil acceso al líquido ambarino pese a la vigilancia permanente de las autoridades municipales, que buscaron controlar el consumo excesivo.

Conclusiones finales

Desde finales del siglo XIX se constituyeron las primeras compañías cerveceras innovando en los gustos de consumo de bebidas con bajo contenido alcohólico. A principios del siglo XX inició un auge con la creación de varias industrias locales que producían de manera artesanal bebida que se denominaba cerveza, aunque no tenía todos los ingredientes considerados dentro de la receta alemana. Así fue como poco a poco, el líquido ambarino fue penetrando en el gusto de la sociedad mexicana, paulatinamente a otras embriagantes como el whiskey, tequila y varios aguardientes locales.

Con el devenir de los años, algunas compañías desaparecieron y otras crecieron e implementaron tecnología extranjera para aumentar la producción, lo que motivó la búsqueda de un mercado consumidor. Desde el inicio se promocionó como una bebida saludable no embriagante. Lo que facilitó la rápida aceptación por las formas de presentación y acceso a ella. Las compañías cerveceras concretaron estrategias para cubrir mercados regionales.

En este sentido, a través de esta investigación se analizaron las estrategias de las compañías cerveceras para hacerse del mercado de cerveza en Hermosillo, camino que no estuvo exento de acciones a favor y en contra para lograr su cometido. En ella quedó expuesta la postura de la ANFACER, un organismo que representó los intereses de la industria cervecera nacional. Su influencia quedó demostrada en principio porque la cerveza producida por sus agremiados era completamente saludable e higiénica; única bebida autorizada por la constitución mexicana para combatir el alcoholismo. Bajo estos argumentos legales sostenidos ante diferentes instancias, la ANFACER apoyó a las compañías cerveceras para que penetraran en el mercado de Hermosillo, logrando desplazar con el tiempo la industria de cerveza establecida en la ciudad.

El mercado de cerveza de Hermosillo se transformó luego de la federalización de los impuestos a la cerveza, en un mercado masivo en cual se dio una dura competencia entre las compañías nacionales y la local. Con la incursión de las cerveceras nacionales en Sonora se hizo realidad la afirmación del general Abelardo L. Rodríguez en 1948 en la respuesta dada al presidente Miguel Alemán por la federalización de los impuestos: las grandes cerveceras nacionales absorberían a las más pequeñas como en su momento sucedió con la Cervecería de Sonora cuando fue adquirida por la Cuauhtémoc para apoderarse del mercado de la marca High Life, de gran preferencia entre el público del noroeste. Marca que convivió con la Tecate de Cuauhtémoc.

El gran problema al que se enfrentaron las cerveceras para acceder al mercado de Hermosillo fue el Reglamento de Cantinas y Expendios de Bebidas Alcohólicas y de Cerveza en el municipio de Hermosillo en 1952 porque les impedía ofertar sus productos con libertad de horarios y lugares de expendios para el consumo. El gobierno municipal se amparó en el reglamento para ejercer su autoridad frente al embate de las estrategias de mercadotecnia que ejercían las cerveceras que, a su vez, se amparaban también, en la federalización de impuestos de 1948. Se tornó una contienda de dos frentes; la primera, por cubrir un mercado fértil -por parte de industria-, el de Hermosillo, una ciudad en crecimiento y con auge de actividades productivas agrícolas; y en segundo, por inhibir el consumo excesivo los fines de semana, justo cuando las ventas podían alcanzar el auge en la semana.

En consecuencia, el reglamento fue discutido y ampliamente entre 1952 y 1974 y a la vez, colocado en tela de juicio porque al municipio le era conveniente aplicarlo para contener el impacto social sobre el consumo excesivo de cerveza, situación que no le vino de manera favorable a la ANFACER porque los intereses de las compañías eran afectados fuertemente en su crecimiento. De facto, el crecimiento de las empresas se gestó a partir de la federalización

de los impuestos de 1948, pero, a diferencia de otros municipios del país, donde si se les permitía la libre venta, en la ciudad de Hermosillo, argumentaban se les coartaba esa libertad.

Aun así, la ciudad de Hermosillo que triplicó su población en tres décadas fue terreno fértil para la buena marcha de las estrategias de las compañías cerveceras. Por una parte, se encontraban lo tradicionales puntos de venta en el centro de la ciudad como los bares, cantinas, cafés y restaurantes; y por otro, las colonias de reciente creación como posibilidad de ejercer las estrategias con el fomento y apoyo para bailes organizados por los comités vecinales. Los comités adquirirían un compromiso doble, por un lado, con las cerveceras para vender todo el producto consignado durante el baile y por otro, con el municipio para la construcción de obras comunitarias, entre ellas, la introducción de agua, luz y mantenimiento de escuelas.

Las estrategias de penetración en el mercado de Hermosillo por parte de las tres cerveceras, se puede decir que tuvieron resultados con importantes logros. El impacto se observa en tres rubros, en tiendas de abarrotes, restaurantes y cervecerías. En la categoría de tiendas de abarrotes para 1940 no se consignaba en las estadísticas, empezó a generarse como punto, a partir de la década de 1960 para dar un salto enorme a la mitad de la década de 1970. En la categoría de restaurantes, se fue proyectado desde 1940 como un punto de relevancia para las estrategias, de tal manera que para 1977, se perfiló como una veta constante y que había que sostener y ampliar. Es decir, el restaurante se convirtió en un lugar obligado para los comensales al poder acompañar el alimento con cerveza, fue el disfraz mejor diseñado para ampliar el mercado. Entre ellos cabían desde loncherías, cafés, fondas y restaurantes formalmente constituidos expendían cerveza. De tres restaurantes que expendían cerveza en 1940, incrementó a 181 para 1977.

Finalmente, en la tercera categoría, las cervecerías que expendían la cerveza en barril fueron otra fuente de consumo que se duplicó entre la década de 1960 y 1970. Es decir, estos puntos de venta fueron novedosos porque se generaron como puntos alternos a las cantinas. Las cervecerías, aunque operaban como bares, solo expendían cerveza de barril. En suma, los resultados obtenidos demuestran la comprobación de la hipótesis porque en el transcurso de 1950 a 1985 las compañías cerveceras Cuauhtémoc, Moctezuma y Modelo ensancharon el mercado con estrategias comerciales para el consumo de cerveceras en grandes cantidades, manteniendo así, el control por el mercado de Hermosillo, Sonora, pese a las controversias entre la industria cervecera con las instancias municipales que normaban el consumo.

Colofón

El presente estudio aporta una mayor comprensión de la situación actual, cuando la sociedad se ha acostumbrado a tener un expendio en cada esquina. El abarrotes un lugar que ayer se nos representaba como un espacio de compra de víveres y alimentos, ya no existe porque dejó de ser necesario para las cerveceras para desplazar sus productos, su lugar, hoy, lo ocupa el Oxxo o el Círculos K. Los pequeños negocios dejaron de ser indispensables aun para los propios moradores de la ciudad. En la actualidad, el mercado de la cerveza en Hermosillo dista mucho de lo analizado en esta investigación en el tiempo, en cuanto alcances. Este mercado sufrió cambios y está dividido en dos grandes empresas, las cuales les sucedió lo mismo, que en otro momento (los noventas) hicieron ellas con las pequeñas industrias para ocupar el mercado en el país.

Adicionalmente, para entender las consecuencias de las estrategias de las cerveceras en el presente, en 2010, y debido a una controversia llevada ante la Comisión Federal de Competencia Económica por las cerveceras artesanales contra el duopolio Cuauhtémoc-Moctezuma y Grupo Modelo, se dio a conocer públicamente que existían en el país más de 800 mil puntos de venta de cerveza, muchos de ellos bajo contratos de exclusividad. Solo en Sonora el padrón de licencias de alcohol sobrepasa de los 5 mil. De esas licencias, en Hermosillo se ejercen alrededor de 2 mil. La Cervecería Modelo las controla en los denominados expendios o agencias, alrededor de 250 y la Cervecería Cuauhtémoc otro número igual. Además, ambas distribuyen sus productos en otros mil puntos de venta como restaurantes, bares, cantinas, abarrotes, supermercados, etc. Queda para futuras investigaciones académicas analizar cómo cambió la manera de producir cerveza en términos de números, que pasó de millones de litros al año a millones de hectolitros semanalmente y

las cuestiones de mercadeo, cadenas de distribución y consumo para llevar a cabo la máxima del productor capitalista, que todo lo que oferte se consuma porque existe la demanda.

El proceso de fusiones y adquisiciones sufrido en la industria cervecera mexicana a lo largo del siglo XX, pudiera pensarse que fue el prolegómeno de lo que le sucedió a la Cervecería Cuauhtémoc-Moctezuma y Modelo en los años noventa, cuando llamaron la atención de compañías globales por la importancia adquirida en otros países, y terminaron siendo absorbidas por las grandes compañías Heineken (que adquirió acciones de Cuauhtémoc-Moctezuma) y la Anheuser-Busch InBev SA (que adquirió acciones de la Modelo).

Referencias

Archivos

AGN (Archivo General de la Nación)

HNDM (Hemeroteca Nacional digital Nacional)

AMH (Archivo municipal de Hermosillo)

Boletín Oficial de Estado de Sonora

Archivo Histórico del Congreso del Estado de Sonora

DOF (Diario Oficial de la Federación)

Bibliografía

Aboites, L. (2003). Excepciones y privilegios. Modernización tributaria y centralización en México, 1922-1972. México: El Colegio de México.

—. (2006) Imposición directa, combate a la anarquía y cambios en la relación federación-estados. Una caracterización general de los impuestos internos en México 1920-1972. En L. Aboites, L y Jáuregui, L (coords.), Penuria sin fin. Historia de los impuestos en México siglos XVIII-XX. Ciudad de México: Instituto Mora.

—. (2013) El norte entre algodones. Población, trabajo agrícola y optimismo en México, 1930-1970. Ciudad de México: El Colegio de México.

Alemán, M. Informes presidenciales. Cámara de Diputados. Dirección de Servicio de Investigación y Análisis. 2006. MAV Informes presidenciales. Recuperado de <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/re/RE-ISS-09-06-10.pdf>

Almaraz, A. (2014) De la filantropía colonial a la filantropía globalizada. Una revisión del marco institucional y las prácticas empresariales en México. *Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales* # 44. Diciembre de 2014 (pp.73-100). Recuperado de <http://www.sociedaduytopia.es/images/revistas/44/E04.pdf>

Astudillo, M. (2005). La coordinación fiscal en México. Logros y desafíos. Problemas del Desarrollo. En *Revista Latinoamericana de Economía*. Vol. 36, núm. 141, abril-junio: 205-212 Recuperado de <http://revistas.unam.mx/index.php/pde/article/view/7577>

Baldares, E. (1986). Impacto socio económico de la industria cervecera en México. Estudio de caso: Cervecería Moctezuma. (tesis de licenciatura en Sociología), Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de

Blanco, M. y M. E, Romero (2016) Cambio tecnológico e industrialización: la manufactura mexicana durante el porfiriato (1877-1911). En Romero, M. E. (coord.) La industria mexicana y su historia. Siglos xviii, xix y xx. UNAM. Recuperado de <http://www.librosoa.unam.mx/xmlui/handle/123456789/412>

Barrera, G. (1999). Industrialización y Revolución: El Desempeño de la Cervecería Toluca y México, S. A (tesis de licenciatura en Economía). ITAM, Ciudad de México.

Beteta, R. (1951). Tres años de política hacendaría, 1947-1949, Perspectiva y acción. México: Secretaría de Hacienda y Crédito Público. 342 pp.

- Villa, A. y Bracamontes, A. (2012) Procesos de aprendizaje y modernización productiva en el agro del noroeste de México: Los casos de la agricultura comercial de la Costa de Hermosillo, Sonora y la agricultura orgánica de la zona sur de Baja California Sur. Recuperado de www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v14n27/v14n27a8.pdf
- Briseño. (2017) Evaluación de As en polvo rural de la zona noroeste México: Caso de estudio El Poblado Miguel Alemán. (tesis de licenciatura en Geología). Unison. <http://www.repositorioinstitucional.uson.mx/handle/unison/1588>
- Calvario, J. (2003). Masculinidad, padecimientos y accidentes por el trabajo: El caso de los jornaleros del Poblado Miguel Alemán, Costa de Hermosillo. (tesis de maestría en Ciencias Sociales). Hermosillo: El Colegio de Sonora.
- Cámara de Senadores. (1948). Diario de los debates. Diciembre 24 de 1948. Recuperado de <http://cronica.diputados.gob.mx/DDebate/40/3er/Ord/19481224.html>
- Cárdenas del Río, L. (2006). Informes Presidenciales. Cámara de Diputados LX Legislatura. Centro de Documentación y Análisis. Dirección de Servicio de Investigación y Análisis. Recuperado de <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/re/RE-ISS-09-06-08.pdf>
- Castañeda, G. (1998). La empresa mexicana y su gobierno corporativo: antecedentes y desafíos para el siglo XXI. Alter Ego Editores: Universidad de las Américas-Puebla.
- Castañeda, R. (1998). Esfuerzos públicos y privados para el abasto de agua. Toluca (1862–1910). En Suárez, B. (coord.) Historia de los usos del agua en México: Oligarquías, empresas y ayuntamientos (1840-1940). México, D.F.: CIESAS
- Casado, I. (2009). Caracterización histórica del concepto de industria. En Contribuciones a las Ciencias Sociales. Recuperado de www.eumed.net/rev/cccss/06/icg27.html
- Castro, A. (2000). Migración y urbanización en Sonora. En Ignacio Almada Bay (compilador) Sonora 2000 a debate. Problemas y soluciones, riesgos oportunidades. El Colegio de Sonora, Aguilar, León y Cal Editores, S.A., de C.V., México. pp. 559–587. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/6609904/Migracion-y-Urbanizacion-en-Sonora>
- Cerutti, M. y Ortega I. (2003). Cervecería Cuauhtémoc, 1925 - 1955. Integración productiva, expansión y ocupación del mercado nacional. En M. Cerutti (coord): Monterrey 1925–2000. Del mercado protegido al mercado global (pp.101-134). México: Editorial Trillas.
- ___ (1994) Empresarios y sociedades empresariales en el norte de México (1870-1920). *Revista de Historia Industrial* Núm 6 Año 1994. Recuperado de <https://raco.cat/index.php/HistoriaIndustrial/article/view/62521/84832>
- Cerutti, Ortega, Palacios. (2006). CEMEX, IMSA, FEMSA: apertura y respuesta empresarial en Monterrey (1982-2002). En María de Los Ángeles Pozas, (compiladora), Estructura y dinámica de la gran empresa en México: cinco estudios sobre su realidad reciente. México: El Colegio de México.
- Chandler, Ch. (1996) Escala y diversificación. La dinámica del capitalismo industrial. Zaragoza, España: Prensas de la Universidad de Zaragoza.

- Cassey, L. (2007). El paradigma Estructura-Conducta-Desempeño. En Working Paper Series vol. 2007-05. Nottingham University Business School. University of Nottingham Malaysia Campus Recuperado de <http://www.agi.or.ip/workingpapers/WP2007-05.pdf>
- Cázares, E. (2017). Maximilian Schnaider. Industria cerveza y familia. Kolektiva. Editorial Monterrey, N.L. México. Recuperado de [Librojosephshnider by KOLEKTIVAmx - Issuu](#)
- Colmenares, P. (2005). Equidad y responsabilidad fiscal. La experiencia mexicana. Economía UNAM, 4 enero-abril: 40-69. Recuperado de <https://www.stunam.org.mx/8prensa/8forouniver1/forouniver5/8fu5-02.html>
- Comisión Nacional de Colonización, Zona Norte, Comisión Deslindadora y Colonizadora en el Estado de Sonora. (1952). Sonora Agradecida. Hermosillo, México: Imprenta Litográfica del Norte.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que reforma la de 5 de febrero del 1857 Recuperado de: [Microsoft Word - 1917.doc \(ordenjuridico.gob.mx\)](#)
- Córdoba, D. (2017). Los centros de contratación del programa bracero. Desarrollo agrícola y acuerdo político en el norte de México, 1947-1964. (tesis de doctorado en Historia). COLMEX <file:///H:/cordoba di.pdf>
- Cuestas J. (2013). La política fiscal implementada en Ecuador y su relación con los modelos alternativos de desarrollo (2007-2012). Proyecto de Investigación Aplicada. (tesis de maestría en Administración Pública y Política Pública) Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/c1bf/3da404b56e0cef6e24e433af479d73176f28.pdf>
- De la Madrid, M. (2004). Cambio de rumbo. México: Fondo de Cultura Económica.
- Deshpande, Rohit, G. Herrero y K. O'Neil Massaro. Corona Beer. Harvard Business School Case 502-023, November 2001. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/371746868/Caso-Cerveza-Corona-pdf#download>
- Díaz, J. (2019) "H. L. Wiechers: una vida y una familia en dos continentes" Capítulo XIII Recuperado de <https://wiecherspedia.com/esp/capitulos/21/capitulo-xiii-la-vida-de-hermann-friedrich-lebrecht-wiechers-y-manneroh-entre-mexico-y-estados-unidos>
- Elías Calles, P. (2006). Cámara de Diputados. LX Legislatura. Informes Presidenciales. Centro de Documentación y Análisis. Dirección de Servicio de Investigación y Análisis. Recuperado de <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/re/RE-ISS-09-06-04.pdf>
- Estrada, M. (1957). La industria cervecera en México. (tesis Licenciado en Economía). México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Domenech, J. F. (1899). Guía general descriptiva de la República Mexicana: Historia, Geografía, Estadística, etc. Con triple directorio del comercio y la industria, autoridades, oficinas públicas, abogados, médicos, hacendados, correos, telégrafos y ferrocarriles. T. 2 Estados y Territorios. Recuperado de http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1020001211_C/1020001211_C.html

- Flores, O. (2011). *Industria, Comercio, Banca y Finanzas en Monterrey 1890-2000*. Centro de Estudios Históricos UDEM (Universidad de Monterrey). Recuperado de <https://issuu.com/oflores/docs/2.-flores-industria-completo1>
- Gallegos, A. de J. (2012). Reseña del libro de Womack, John. *El trabajo en la Cervecería Moctezuma, 1908*. Ciudad de México/Xalapa: El Colegio de México/Fideicomiso Historia de las Américas/H. Congreso del Estado de Veracruz, 2012, 123 pp. Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, España. <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/histcrit62.2016.08>
- Galindo, M. (2008). (Coord). *Diccionario de Economía Aplicada*. Madrid: Ecobook - Editorial del Economista.
- García y Alva F. (2005). *Álbum-Directorio del Estado de Sonora, 1905-1907*. Edición facsimilar. Hermosillo: Gobierno del Estado de Sonora.
- García, N. (1990). *Una industria en marcha*. Monterrey, N. L., Cuadernos del archivo No. 45 Recuperado de <https://zdocs.mx/download/cuaderno-45-una-industria-en-marcha-le12m4vegz6v?hash=fd5ac4f9f2140292987ae35aee05324c>
- Gauss M. S. y Beatty E. (2014). *The World's Beer: The Historical Geography of Brewing in Mexico* En Ma W. Patterson y N. Hoalst-Pullen. *The Geography of Beer: Regions, Environment, and Societies*. Dordrecht: Springer. Recuperado de [The World's Beer: The Historical Geography of Brewing in Mexico - The Geography of Beer: Regions, Environment, and Societies - page 52 \(what-when-how.com\)](http://www.what-when-how.com/the-worlds-beer-the-historical-geography-of-brewing-in-mexico-the-geography-of-beer-regions-environment-and-societies-page-52)
- Glueck W. y Jauch L. (1984). *Strategic Management And Business*. Nueva York: Mc Graw Hill.
- Gracida, J. (2003). *Empresarios cerveceros en Sonora*. En Mario Trujillo Bolio y José Mario Contreras Valdez (editores) *Formación empresarial, fomento industrial y compañías agrícolas en el México del siglo XIX*. Ciudad de México: CIESAS.
- ___ (2001). *La llegada de la modernización a Sonora: establecimiento del ferrocarril, 1880-1897*. Hermosillo, Sonora: Universidad de Sonora
- Gracida, J. y Borbón, M. (2013). *Historia económica de Sonora, 1940-2000*. Secretaría técnica del consejo estatal de Población del estado de Sonora. En *100 años de Población y Desarrollo*. Tomo II. pp.46-56 México: Consejo Estatal de Población del Estado de Sonora. Recuperado de <https://coespo.sonora.gob.mx/documentos/publicaciones/CienAnosdePoblacionyDesarrolloTomoII.pdf>
- González de Berra, R. (1933). *Contribución a la historia de la Revolución Mexicana*. Sin fecha de edición e impresor.
- Grijalva, A. (2016). *Banca, crédito y redes empresariales en Sonora, 1897-1976*. Hermosillo, México: El Colegio de Sonora.
- Grijalva, I. y Gracida, J. (2017). *Empresarios agrícolas de trigo y algodón en la costa de Hermosillo, 1925-1955*. En A. A. Grijalva-Díaz y J. J. Gracida-Romo (Coord.), *Empresarios, empresas y actividad agrícola en el norte de México: siglos XX*. Hermosillo (183-214). Hermosillo, México: El Colegio de Sonora.

- Guerrero, M. (2006). Empresa y empresarios: El caso de la Cervecería Modelo. 1876-1955 (tesis de Maestría en Historia de México). UNAM, México. Recuperado de <http://132.248.9.195/pd2006/0603781/0603781.pdf>
- Gutiérrez, R., (1994). Los barrios de Hermosillo. Hermosillo, Sonora: Edición del autor
- Guzmán, J. (1994). De taller a industria moderna La cervecera Toluca y México (1865-1910), (tesis de licenciatura en Historia), UAEMex, Toluca de Lerdo.
- Haber, S. (1989). Industria y subdesarrollo. La industrialización de México, 1890-1940, México: Alianza, 1992, 278 pp. (Título original: Industry and Underdevelopment. The Industrialization of Mexico, 1890-1940, 1989, Traductora: Lili Buj)
- Herrero, C. (2004). Los empresarios mexicanos de origen vasco y el desarrollo del capitalismo en México 1880-1950. México: UAM Iztapalapa-Plaza & Janés
- Hernández, T. (2017). Sistema Tributario, en Cien ensayos para el Centenario Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Tomo 3. Estudios económicos y sociales. Gerardo Esquivel Francisco Ibarra Palafox Pedro Salazar Ugarte Coordinadores. Recuperado de <https://archivos.iuridicas.unam.mx/www/biv/libros/9/4320/14.pdf>.
- Klausewitz, K. (1977). De la guerra: el encuentro, las fuerzas militares. México: Editorial Diógenes
- Limberger, S. y Tulla, A. (2016). Estrategias y ventajas competitivas de la industria cervecera: el caso de Brasil y España. Recuperado de [Microsoft Word - p1316.docx](https://reunionesdeestudiosregionales.org/Microsoft%20Word%20-%20p1316.docx)
- Marichal, C. y Cerutti, M. (1997) Historia de las grandes empresas en México, 1850-1930. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Márquez, G. (2009). ¿Modernización fiscal? Impuestos sobre bebidas alcohólicas, 1884-1930. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7019362.pdf>.
- ___ (2004). El nacimiento de la industria cervecera en México, 1880-1910. Segundo Congreso Nacional de Historia Económica Facultad de Economía de la UNAM, Ciudad de México, 27-29 octubre de 2004. Recuperado de <http://herzog.economia.unam.mx/amhe/memoria/simposio09/Gabriela%20RECIO.pdf>
- Martínez, T. y Vargas, J. (2014). Análisis del caso de la cerveza mexicana: la adquisición de grupo modelo por Ab-Inbev. Revista Panorama Económico. Universidad de Cartagena, Vol. 21, octubre 2013 - septiembre 2014, pp. 145-157. Recuperado de <https://revistas.unicartagena.edu.co/index.php/panoramaeconomico/article/view/817/759>
- Martínez, E. Ma., y Romo, M de A. (2006). El impacto de la mercadotecnia internacional como una estrategia de éxito en el comercio exterior para empresas mexicanas (El caso Grupo Modelo S.A. de C.V.). (tesis de licenciatura en Comercio Exterior=. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Recuperado de dgsa.uaeh.edu.mx:8080/bibliotecadigital/handle/231104/583
- Martínez Á. L. R. (2003). Los empresarios industriales en Sonora y su búsqueda del progreso, 1882-1910. (tesis de licenciatura en Historia). Hermosillo: Universidad de Sonora.

- Medina, L. (2009). Federalismo mexicano para principiantes. Documentos de Trabajo del CIDE, número 58. Recuperado de https://cide.repositorioinstitucional.mx/ispui/bitstream/1011/235/1/000097152_documento.pdf
- Meisel, A. (2008) Albert O. Hirschman y los desequilibrios económicos regionales: de la economía a la política, pasando por la antropología y la historia. *Revista Desarrollo y sociedad*. Primer semestre de 2008, pp. 203-223 Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/dys/n62/n62a8.pdf>
- Mejorado, H. y Gómez, J. (2015) Familias, formación empresarial y poder público en Baja California, 1890-1920 *Revista Meyibó*. Instituto de Investigaciones Históricas de la UABC. Recuperado de <http://iih.tii.uabc.mx/iihDigital/MeyiboCap/Num9/Formacion%20empresarial.pdf>
- Mejorado, H. (2008). “La cerveza bajacaliforniana durante la primera mitad del S.XX”. *Boletín institucional Zona H, donde converge la historia*, 1(2), p.2. Disponible en: <http://boletinzonah.wordpress.com/leer-mas>
- Méndez, J. (2007). “De crudas y moralidad: campañas antialcohólicas en los gobiernos de la postrevolución (1916-1931)” en: Ernest Sánchez (coord.) *Cruda realidad: producción, consumo y fiscalidad de las bebidas alcohólicas en México y América Latina*, siglos XVII-XX, México, D.F.: Instituto Mora
- Mintzberg, H. (1987). *The Strategy Concept I: Five Ps for Strategy*. Recuperado de <http://courses.ce.metu.edu.tr/wp-content/uploads/sites/62/2017/10/Mintzberg-5Ps-for-Strategy.pdf>
- Molina, F. (1983) *Historia de Hermosillo antiguo: en memoria del aniversario doscientos de haber recibido el título de Villa del Pitic*. Hermosillo, Sonora: Edición del autor.
- Neumann, J. y Morgenstern, O. (1947). *Theory of games and economic behavior*. Princeton: Princeton University Press.
- Obregón, A. (2006). Cámara de Diputados LX Legislatura. *Informes Presidenciales*. Dentro de Documentación y Análisis. Recuperado de <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/re/RE-ISS-09-06-03.pdf>
- Orozco, R. (2008). *Hora Cero: Ignacio Cepeda Dávila*. (El Diario de Coahuila 24 de julio de 2008). Recuperado de <https://www.eldiariodecoahuila.com.mx/editoriales/2008/7/24/hora-cero-ignacio-cepeda-davila-106255.html>
- Ortega y Gutiérrez, A. (1968). *Impuesto sobre producción y consumo de cerveza: (análisis jurídico-fiscal)*, (tesis de licenciatura en Derecho), UNAM, Ciudad de México.
- Ortega, M. I. (2000). *Política fiscal e industria en Monterrey, 1940-1960*, (tesis de Maestría en Metodología de la Ciencia) UANL-Facultad de Filosofía y Letras. Recuperado de eprints.uanl.mx/6360/1/1080095046.PDF

- . (2002). Cervecería Cuauhtémoc. Expansión y financiamiento (1890-1982). Centro de Investigaciones Económicas. Enero / febrero de 2002 Vol. XL Número 236 Recuperado de [ene-feb02.pub \(uanl.mx\)](#)
- . (2005). Cerveza y ahorro. La Cervecería Cuauhtémoc y su impacto en Monterrey. En Contreras C. y Ortega Ridaura I. (coords.), *Bebidas y regiones e impacto de la cultura etílica en México*. Plaza y Valdés.
- . (2006). Expansión y financiamiento de un grupo industrial del noreste mexicano. Cervecería Cuauhtémoc (1890-1982). En Cerutti, M., *Empresas y grupos empresariales en América Latina, España y Portugal*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Ortega, H. (2017). Las fábricas cerveceras de Orizaba. *El Mundo de Orizaba* 20 mayo de 2017. Recuperado de [PressReader.com - Digital Newspaper & Magazine Subscriptions](#)
- Ortiz L. (2007) La planificación territorial y urbana durante los últimos cincuenta años en México. *Revista Bitácora Urbano Territorial*, vol. 11, núm. 1, enero-diciembre, 2007, pp. 116-126 <https://www.redalyc.org/pdf/748/74811108.pdf>
- Orozco, J. (1983). Raúl Bailleres y su imperio económico, (tesis de Licenciatura en Sociología) UAM-Azcapotzalco, Ciudad de México. Recuperado [Raul Bailleres y su imperio.pdf \(uam.mx\)](#)
- Peñañiel A. (1899). Anuario Estadístico de la República Mexicana. Recuperado de http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/historicos/1334/702825140267/702825140267_1.pdf
- Peral, M. y López, J. (2006). *Diccionario enciclopédico de economía, finanzas y empresa español-inglés / inglés-español*. Burgos: Universidad de Burgos.
- Peredo, R. (2017). *Diccionario Enciclopédico Veracruzano*. Recuperado de [Diccionario Enciclopédico Veracruzano \(uv.mx\)](#)
- Pérez, B., Guzmán, A. y Mayo, A. (2012). Evolución histórica de la Cervecería Cuauhtémoc: un grupo económico de capital nacional. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas* 2012;18(52):119-136. Septiembre-diciembre. Año 18. Recuperado de [Vista de EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA CERVECERÍA CUAUHTÉMOC: UN GRUPO ECONÓMICO DE CAPITAL NACIONAL \(ujat.mx\)](#)
- Pérez-Siller y Cremaussel. (2004). *México Francia Memoria de una sensibilidad común. siglos XIX-XX. VOL. II*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. El Colegio de Michoacán. CEMCA.
- Pesqueira, F. (1962) *El Desarrollo Industrial de Sonora y el Problema Ocupacional*. *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 24, No. 2 (May-ago 1962), pp. 437-440. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de <https://www.istor.org/stable/3538828>
- Porter, M. (1982) *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Trad. Alfonso Vasseur Walls. México: CECOSA.
- Puga, C. (1976). *La Confederación de Cámaras Industriales (1917-1924)*. Trimestre Económico, 1-3, 103-131 Recuperado de

[file:///C:/Users/Casa/AppData/Local/Temp/MicrosoftEdgeDownloads/9cec0d2e-aa4d-4a44-aa07-83d8d88592dd/La Confederacion de Camaras Industriales.pdf](file:///C:/Users/Casa/AppData/Local/Temp/MicrosoftEdgeDownloads/9cec0d2e-aa4d-4a44-aa07-83d8d88592dd/La%20Confederacion%20de%20Camaras%20Industriales.pdf)

Ramírez, R. (2015). Contrapunteando a la cerveza y al pulque en la década de 1920: el origen del cambio de gustos en las bebidas nacionales. Meyibó. Revista de Investigaciones Históricas, Año 5 (10), julio-diciembre de 2015. Recuperado de [Contrapunteando la cerveza.pdf \(uabc.mx\)](#)

Ramírez, D. (2011). Los centros de contratación del programa bracero. Desarrollo agrícola y acuerdo político en el norte de México, 1947-1964. (tesis en Doctor en Historia). El Colegio de México

Ramírez-Conde-León (1986). Historia General de Sonora Tomo V. Gobierno del estado de Sonora. Recuperado de [historia General de Sonora Tomo V.pdf - Google Drive](#)

Recio, G. (2004). El nacimiento de la industria cervecera en México, 1880-1910. Segundo Congreso Nacional de Historia Económica. Facultad de Economía de la UNAM, México.

(2017). El abogado de empresa: la negociación de los cerveceros con los gobiernos posrevolucionarios. En El abogado y la empresa. Una mirada al despacho de Manuel Gómez Morin, 1920-1940. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas. Serie Doctrina Jurídica. Recuperado de [el-abogado-y-la-empresa-una-mirada-al-despacho-de-manuel-gomez-morin-1920-1940 \(1\).pdf](#)

(2017). Don Eugenio Garza Sada Ideas, acción, legado. Editorial Digital del Tecnológico De Monterrey 2017.

Rendon, R., Mejía L., R. Pablo. (2005). Comercio exterior y fluctuaciones cíclicas en la producción de cerveza en México. Recuperado de [eers526.doc \(usc.gal\)](#)

Reyna, M. del C, y Krammer, J.P. (2017) Apuntes para la historia de la cerveza en México — México: Instituto Nacional de Antropología e Historia-Secretaría de Cultura.

Reyes T. (2004). Las Convenciones Nacionales Fiscales y Hacendaría de 1925, 1933, 1947 y 2004". Recuperado de <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/se/SIA-DEC-ICS-05-04.pdf>

Román, A. (2016). El discurso de modernidad en la arquitectura ecléctica local auspiciada por la oligarquía orizabeña durante el porfiriato. (tesis Doctorado en Historiografía). UAM- Azcapotzalco. Recuperado de [El discurso de modernidad en la arquitectura ecléctica local auspiciada por la oligarquía orizabeña durante el Porfiriato - CORE Reader](#)

Romero, J. (2007). Las bebidas espirituosas en Sonora: notas sobre su producción y consumo, 1850-1920. En Sánchez E. (coord.), Cruda realidad. Producción, consumo y fiscalidad de las bebidas en México y América Latina, siglos XVII-XX. México: Instituto Mora.

s/a. (2002). La industria cervecera en México, periodo 1940-1960. Recuperado de [00032045.pdf \(nyc3.cdn.digitaloceanspaces.com\)](#)

- Sobarzo, H. (2008) Vocabulario Sonorense. Editor: Gobierno del Estado de Sonora. Recuperado de [https://redescubramossonora.mx/Libros_1979-1985/Sobarzo, H. \(1984\). Vocabulario Sonorense.pdf](https://redescubramossonora.mx/Libros_1979-1985/Sobarzo_H_(1984).Vocabulario_Sonorense.pdf)
- Soria, R. (2004). La construcción del Sistema Nacional de Coordinación Fiscal: Poder y toma de decisiones en una esfera institucional, (tesis de doctor en Economía) UAM Iztapalapa, Ciudad de México. <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/rsr/index.htm>
- Schumpeter, J. (1996). Capitalismo, socialismo y democracia. T.I. Ediciones Folio, Barcelona.
- Valenzuela, M. (2014). La Cervecería de Mexicali: una deuda de la historia. Revista de Historia Regional de Mexicali y su Valle, Año XVI. núm. 23. enero-marzo de 2014. Recuperado de <http://cesu.uabc.mx/images/cesu/magazine/pdf/23-el-rio-imprimible.pdf>
- Suárez, M. (1962). La cerveza y la industria cervecera mexicana. México D.F: Galas de México
- Serna, J. (2004) Las convenciones nacionales fiscales. Instituto de Investigaciones Jurídicas. UNAM. Serie Estudios Jurídicos, Núm. 55.
- Suprema Corte de Justicia de la Nación. (2017) Compilación cronológica de sus modificaciones y procesos legislativos. Reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el 10 de febrero de 1949, para establecer impuestos en forma exclusiva sobre la fabricación y consumo de la cerveza. Recuperado de <https://www.constitucion19172017.pif.gob.mx/sites/default/files/CPEUM>
- Taboada, E., García, A. y Martínez, A. (2012). La naturaleza de los procesos de innovación e interacción entre agentes económicos y la política de innovación. Recuperado de <https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/teu/article/view/1070>
- Tello, C. (2006). Federalismo Fiscal. En Cordera R., Ibarra D., Tello, C., Martínez, I. Del Cueto, R. en Ciclo de conferencias: “Derecho y economía”. UNAM. Colección Lecturas Jurídicas. Serie El Derecho y sus Maestros Número 26. <https://archivos.iuridicas.unam.mx/www/biv/libros/9/4075/4.pdf>
- Uthoff, L. (2006). La fiscalidad y la revolución constitucionalista, en Penuria sin fin: historia de los impuestos en México, siglos XVIII-XX. Aboites, L. y Jáuregui, L., Coordinadores. México, D.F.: Instituto Mora.
- Valdaliso, J. y López, S. (2004). Historia económica de la empresa. Barcelona: Crítica. 2004
- Valor, C. y De la Cuesta, M. (2003). Boletín Económico de ICE No. 2755 del 20 al 26 de enero de 2003 http://www.revistasice.info/cache/pdf/BICE_2755_0719_843B2AFA16833BD45F65BF48332D2587.pdf
- Von Mentz, B., Scharrer, B. y Turner, G. (1982). Los pioneros del imperialismo alemán en México. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-Ediciones de la Casa Chata. Recuperado de [\(48\) Brígida von Mentz, Verena Radkau, Beatriz Scharrer y Guillermo Turner, Los pioneros del imperialismo alemán en México | Gisela von Wobeser - Academia.edu](#)

- Womack, J. (2012). El trabajo en la Cervecería Moctezuma, 1908. Ciudad de México/Xalapa: El Colegio de México/Fideicomiso Historia de las Américas/H. Congreso del Estado de Veracruz.
- Verdugo, J. (1998) Cantinas: 1900-1950 en IX Simposio de la Sociedad Sonorense de Historia: Sonora, historia de la vida cotidiana. López, V., Coordinador. Sociedad Sonorense de Historia, A.C., México.
- Vera-Cruz, A. (2002) Apertura económica, exportaciones y procesos de aprendizaje: el caso de la Cervecería Cuauhtémoc-Moctezuma. *Análisis Económico*, vol. XVII, núm. 35, primer semestre, 2002, pp. 203-232. Recuperado de [Apertura económica, exportaciones y procesos de aprendizaje: el caso de la Cervecería Cuauhtémoc-Moctezuma \(redalyc.org\)](#)

ANEXOS

Anexo 1. Copia del convenio entre el gobierno de Hidalgo y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Archivo General de la Nación (Presidentes-1947). MAV, exp. 564.1/27

GRN.- ASUNTO:

CONVENIO que celebran de una parte el Gobierno Federal representado por el C. Licenciado Ramón Beteta Secretario de Hacienda y Crédito Público y de otra parte el Gobierno del Estado de Hidalgo representado por los CC. Licenciados Vicente Aguirre Gobernador Constitucional de la propia Entidad y Francisco Noble Secretario General del Gobierno, a quienes en el curso del contrato se designarán simplemente como el Secretario de Hacienda y el Gobierno del Estado de Hidalgo.-

ANTECEDENTES:

1º.- El Secretario de Hacienda y el Gobierno del Estado consideran que es indispensable para el fortalecimiento de la economía del país el establecimiento de un sistema nacional de imposición dentro del cual la Federación, los Estados y los Municipios puedan obtener los recursos necesarios para la correcta prestación de los servicios públicos a su respectivo cuidado.-

2º.- En las convenciones fiscales reunidas en 1925 y 1932 se aprobó entre otras conclusiones la de que para favorecer el desarrollo industrial del país es indispensable que no existan barreras fiscales ni diferencias de impuestos entre los Estados que impidan la libre circulación en toda la República de los artículos producidos en cualquiera entidad.-

3º.- Desde hace varios años la Federación viene esforzándose concretamente en la subtitulación de los diferentes impuestos, con que los Estados gravaban la producción y venta de cerveza, con una participación en el impuesto que distribuía entre los Estados productores y los consumidores, - garantice a unos y otros un ingreso adecuado.-

El propósito de la Federación al promover la federalización de los impuestos sobre producción y consumo de cerveza, ha sido no solamente uniformar la tributación sobre esta actividad sino también impulsar la producción de esta bebida que desde el punto de vista de la salubridad general conviene que substituya a bebidas alcohólicas de alta graduación que hasta ahora han tenido gran consumo en el país.-

4º.- La Ley de Ingresos de la Federación para el presente año en su artículo 5º concede a los Estados, Municipios, Territorios y Distrito Federal,

GRN.- ASUNTO: Nota # 2.-

participación en la cerveza producida y consumida dentro de sus respectivas jurisdicciones condicio - dentro de la entrega de esas participaciones a la supresión de los impuestos sobre producción y venta de cerveza determinados en la Ley Federal de la materia.

La misma Ley de Ingresos en su artículo 11º - facultó al Ejecutivo para aumentar las participaciones concedidas a los Estados, Territorios, Distritos y Municipios en el caso de que la totalidad de los Estados aprueben un convenio para federalizar los impuestos sobre producción y consumo de cerveza, preparado por la Secretaría de Hacienda.-

En vista de los antecedentes expuestos y reconociendo ambas partes contratantes la necesidad y conveniencia para el país de ir estructurando un régimen fiscal dentro del cual se asegure a la Federación, a los Estados y a los Municipios, la obtención de recursos suficientes, ambas partes otorgan las siguientes resoluciones:

I.- El Gobierno del Estado se compromete a promover ante la H. Legislatura Local, a más tardar dentro de los 60 días de la firma de este convenio, la abrogación de las leyes y disposiciones que dentro de la letra y espíritu del artículo 5º de la Ley de Ingresos de la Federación son incompatibles con la percepción de las participaciones en el impuesto sobre producción de cerveza a que el mismo artículo se refiere.-

II.- La Secretaría de Hacienda por su parte se compromete a:

a).- A liquidar y pagar al Gobierno del Estado a partir de la fecha en que surta efectos la derogación de las leyes y disposiciones a que se refiere el artículo anterior, las participaciones establecidas en el artículo 5º de la Ley de Ingresos de la Federación para el año de 1947, o sea un centavo por litro de cerveza producida dentro del territorio del Estado más un centavo tres cuartos por litro de cerveza consumida dentro del propio territorio aún cuando no haya sido elaborada dentro de él. De la participación por consumo, un cuarto de centavo por litro sobre el volumen distribuido en su jurisdicción correspondiente a cada uno de los municipios comprendidos dentro del territorio del Estado.-

b).- A que a partir de la fecha en que la totalidad de los Estados de la República se haya incorporado al régimen de participaciones de que trata el presente convenio, se aumenten las participaciones que se liquidarán y pagarán al Gobierno del Estado en la proporción de medio centavo más sobre la cerveza producida en su jurisdicción y en tres cuartos de centavo más la correspondiente a la cerveza consumida en forma y manera que la participación total que correspondiera al Gobierno del Estado se eleve a un centavo.

GRN. ASUNTO: Nota # 3.-

vo y medio por litro de cerveza producida más dos centavos y medio por litro de cerveza consumida en su jurisdicción.-

III.- El Gobierno del Estado se obliga, asimismo a promover en su oportunidad ante la H. Legislatura del mismo la aprobación de una reforma constitucional por virtud de la cual se reconozca y sancione la facultad exclusiva de la Federación para establecer impuestos a la producción y al consumo de cerveza, con la obligación de otorgar a los Estados, una participación en el rendimiento de dicho tributo.-

IV.- Si después de haber sido aprobado el presente convenio por la totalidad de los Estados y de haberse aumentado las participaciones a los Estados en el impuesto sobre producción y consumo de cerveza en la cantidad autorizada en el artículo 11º de la Ley de Ingresos de la Federación (y por no haberse sancionado) - sancione la correspondiente reforma constitucional la federalización de los impuestos sobre producción y consumo de cerveza) alguno o algunos Estados expidan - ras disposiciones incompatibles con la percepción de las participaciones a que este convenio se refiere, la Federación quedará relevada de las siguientes obligaciones:

1º.- Respeto del Estado que hubiere dictado las leyes o disposiciones incompatibles con la percepción de las participaciones, la Federación quedará obligada de todo convalidado y por lo mismo el Gobierno respectivo dejará de tener derecho tanto a la participación establecida en el artículo 5º de la Ley de Ingresos para el presente año, como al aumento autorizado en el artículo 11º de la propia Ley.-

2º.- Respeto de los demás Estados, la Federación quedará relevada únicamente del compromiso de pagar el aumento de la participación autorizada con arreglo al artículo 11º de la Ley de Ingresos.-

3º.- Cualquier duda respecto de la aplicación e interpretación del presente convenio, será sometida a la decisión inmediata de la Comisión Permanente de la Convención Fiscal, decidida por mayoría de votos de los representantes locales más el voto de la representación Federal.-

Otorgado y Firmado en la ciudad de México, Distrito Federal, los días treinta y cinco de junio de mil novecientos cuarenta y siete.-

EL SECRETARIO DE HACIENDA
Lic. Ramón Beteta.-

EL GOBERNADOR CONSTITUCIONAL
Lic. VICENTE AGUIRRE

EL SRIO. GEN. DEL GOB. DEL EDO.
Lic. FRANCISCO NOBLE

Anexo capítulo III. Convenio entre el gobierno de Hidalgo y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, publicado en el Periódico Oficial del estado de Hidalgo. (08-08-1947)

PERIÓDICO OFICIAL
DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE HIDALGO

Publicado como artículo de Ley, el día 24 de agosto de 1947.

FABRICA DE BOSTON, 10 DE JULIO DE 1947. NUM. 23

GOBIERNO DEL ESTADO DE HIDALGO
PODER EJECUTIVO

Al mando del señor don: Benito Hortaola
Gobernador. Vice-Gobernador: Sr. Juan
García.

CONVENIO que celebran de una parte el Gobierno Federal representado por el C. Gobernador Federal, Sr. Juan García, Secretario de Hacienda y Crédito Público, y de otra parte el Gobierno del Estado de Hidalgo representado por el C. Gobernador del Estado, Sr. Benito Hortaola, Gobernador Constitucional de la propia Ley y Sr. Juan García, Secretario General del Gobierno, lo siguiente en el curso del contrato se designan conjuntamente como: Secretaría de Hacienda y el Gobierno del Estado de Hidalgo.

ANTECEDENTES

1.- El Secretario de Hacienda y el Gobierno del Estado consideran que es indispensable para el fortalecimiento de la economía del país, el establecimiento de un sistema nacional de impuestos dentro del cual la Federación, los Estados y los Municipios puedan obtener los recursos necesarios para la correcta prestación de los servicios públicos a su respectiva jurisdicción.

2.- De las convenciones fiscales suscritas en 1942 y 1943, se acordó entre otras cosas que se daría un fomento al desarrollo industrial del país, en particular en el ramo de la siderurgia, mediante la exención de impuestos a los productos que se produjeran en dicho ramo.

3.- Desde hace varios años la Federación viene esforzándose concretamente en la subsistencia de los diferentes impuestos, con que los Estados gravan la producción y venta de ciertos productos, para la obtención de los recursos que distribuirá entre los Estados productores y los

SUMARIO

1.- El presente convenio tiene por objeto establecer un sistema de impuestos sobre la producción y venta de ciertos productos, que permita a los Estados productores y al Gobierno del Estado de Hidalgo, obtener los recursos necesarios para la correcta prestación de los servicios públicos a su respectiva jurisdicción.

2.- El presente convenio tiene por objeto establecer un sistema de impuestos sobre la producción y venta de ciertos productos, que permita a los Estados productores y al Gobierno del Estado de Hidalgo, obtener los recursos necesarios para la correcta prestación de los servicios públicos a su respectiva jurisdicción.

3.- El presente convenio tiene por objeto establecer un sistema de impuestos sobre la producción y venta de ciertos productos, que permita a los Estados productores y al Gobierno del Estado de Hidalgo, obtener los recursos necesarios para la correcta prestación de los servicios públicos a su respectiva jurisdicción.

PERIÓDICO OFICIAL

del Gobierno del Estado de Hidalgo

Publicado como artículo de Ley, el día 24 de agosto de 1947.

FABRICA DE BOSTON, 10 DE JULIO DE 1947. NUM. 23

GOBIERNO DEL ESTADO DE HIDALGO
PODER EJECUTIVO

Al mando del señor don: Benito Hortaola
Gobernador. Vice-Gobernador: Sr. Juan
García.

CONVENIO que celebran de una parte el Gobierno Federal representado por el C. Gobernador Federal, Sr. Juan García, Secretario de Hacienda y Crédito Público, y de otra parte el Gobierno del Estado de Hidalgo representado por el C. Gobernador del Estado, Sr. Benito Hortaola, Gobernador Constitucional de la propia Ley y Sr. Juan García, Secretario General del Gobierno, lo siguiente en el curso del contrato se designan conjuntamente como: Secretaría de Hacienda y el Gobierno del Estado de Hidalgo.

ANTECEDENTES

1.- El Secretario de Hacienda y el Gobierno del Estado consideran que es indispensable para el fortalecimiento de la economía del país, el establecimiento de un sistema nacional de impuestos dentro del cual la Federación, los Estados y los Municipios puedan obtener los recursos necesarios para la correcta prestación de los servicios públicos a su respectiva jurisdicción.

2.- De las convenciones fiscales suscritas en 1942 y 1943, se acordó entre otras cosas que se daría un fomento al desarrollo industrial del país, en particular en el ramo de la siderurgia, mediante la exención de impuestos a los productos que se produjeran en dicho ramo.

3.- Desde hace varios años la Federación viene esforzándose concretamente en la subsistencia de los diferentes impuestos, con que los Estados gravan la producción y venta de ciertos productos, para la obtención de los recursos que distribuirá entre los Estados productores y los

SUMARIO

1.- El presente convenio tiene por objeto establecer un sistema de impuestos sobre la producción y venta de ciertos productos, que permita a los Estados productores y al Gobierno del Estado de Hidalgo, obtener los recursos necesarios para la correcta prestación de los servicios públicos a su respectiva jurisdicción.

2.- El presente convenio tiene por objeto establecer un sistema de impuestos sobre la producción y venta de ciertos productos, que permita a los Estados productores y al Gobierno del Estado de Hidalgo, obtener los recursos necesarios para la correcta prestación de los servicios públicos a su respectiva jurisdicción.

3.- El presente convenio tiene por objeto establecer un sistema de impuestos sobre la producción y venta de ciertos productos, que permita a los Estados productores y al Gobierno del Estado de Hidalgo, obtener los recursos necesarios para la correcta prestación de los servicios públicos a su respectiva jurisdicción.

Anexo capitulo III. Ley que declara exenta de todo impuesto estatal y municipal a la bebida de bajo contenido alcohólico denominada cerveza

N U M E R O 30

EL CONGRESO DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE SONORA, EN NOMBRE
DEL PUEBLO, TIENE A BIEN EXPEDIR EL SIGUIENTE

D E C R E T O

QUE DECLARA EXENTA DE TODO IMPUESTO ESTATAL Y MUNICIPAL A LA -
BEBIDA DE BAJO CONTENIDO ALCOHOLICO DENOMINADA CERVEZA.

ARTICULO 1o.- La bebida de bajo contenido alcohólico denominada cerveza, estará exenta de todo impuesto tanto estatal como municipal, de acuerdo con el Artículo 73 Fracción - - XXIX, Inciso 5o. Sub-Inciso g) de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

ARTICULO 2o.- En cuanto a los derechos, tanto estatales como Municipales, que causen las fábricas, almacenes, depósitos y expendios de cerveza, en ningún caso excederán en su totalidad de \$200.00 (DOSCIENTOS PESOS 00/100 M.N.) anuales.

T R A N S I T O R I O :

ARTICULO PRIMERO.- Se tendrá por incorporado y consiguientemente, formando parte de los ordenamientos fiscales tanto estatales como municipales, el texto de las disposiciones contenidas en el presente Decreto, las cuales se han venido aplicando con anterioridad conforme a las prevenciones contenidas en las Leyes de Ingresos y Egresos, del Estado y de los Municipios.

ARTICULO SEGUNDO.- Esta Ley entrará en vigor tres días después de su publicación en el Boletín Oficial del Estado.

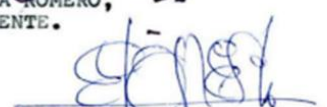
Comuníquese al Ejecutivo para su sanción y promulgación.

SALON DE SESIONES DEL H. CONGRESO DEL ESTADO.

HERMOSILLO, Sonora, 14 de mayo de 1974. "AÑO DE LA REPUBLICA FEDERAL Y DEL SENADO"


LIC. RAMON MIRANDA ROMERO,
DIPUTADO PRESIDENTE.


PROFR. P. T. GARCIA JAIME,
DIPUTADO SECRETARIO.


ARQ. ENRIQUE FLORES LOPEZ,
DIPUTADO SECRETARIO.

Anexos capítulo V.1. Puntos de venta en el centro de Hermosillo, 1952

Puntos de venta de alcohol en el centro de Hermosillo, 1952										Cantinas
Matamoros	70.- Angulo L. Isidro. Matamoros 120 sur	68.-Lucero Luz C A de, Sonora y Matamoros (Hot Dog) esta una gasolinera	86.- Morales M. Prudencio. Matamoros Número 180	66.- Campuzano Roberto L. Matamoros y Dr. Noriega 101	19.-Dávila Enrique. Matamoros 91 Sur	8.-Gándara L. Francisco. Matamoros 163 Sur				6
Monterrey	17.-Leon L. Jesús. Monterrey Núm. 100	20.-Ochoa R Ángel. Monterrey Núm. 101	29.- Hielería, S.A. Monterrey 18	2.- Casino Popular. Monterrey 47 Pte.	5.-Imp y Distr. Norte, S.A. Monterrey Núm. 24					5
Juárez	84.- Terán Guadalupe Gámez de, Juárez y Monterrey	81.- Enciso M. Manuel. Juárez Núm. 10	80.- Acuña Chavez Francisco. Juárez y Dr. Noriega	77.-Carreón C. Francisco. Juárez Núm. 171	46.- Amarillas Jesús. Juárez 26	3.-Toyos P. Eduardo. Calle Juárez Núm. 4	10.-Hotel Laval. Juárez 59	14.- Aguilar R. Francisco . Juárez 105	15.- Mitre S. Francisco o. Juárez y Sonora	9
Morelia	Beltrán D. Silvestre. Morelia Núm. 42 Pte.	60.-Juanz Abelardo. Morelia s/n Restaurant Abelardo	43.- Mendivil D. Héctor. Morelia ¿?	1.- Gándara Celaya Fco. Morelia y Juárez						4
Garmendia	26.-Navarro C. Francisco. Garmendia Núm. 174	44.-Romero M. Manuel. Garmendia 95	48.- Peral M. Luis V. Garmendia 77	61.-Club Social Obrero. Garmendia y Monterrey (Soc. Artesanos Hidalgo	69.- Márquez Q. José. Garmendia y Sinaloa (Niños Héroes	83.- Morales Núñez Luis. Garmendia y Puebla	57.- Izábal Amalia y A. A. Obregón y Garmendia			7
Sonora	27.-Gil R. Francisco. Jesús García y Sonora	30.- Pesqueira Joaquín. Sonora y Matamoros	47.- Ruiz C. Andrés. Sonora y Manuel González	88.- López L. Alfonso. Calle Sonora s/n						4
Oaxaca	40.-Salcido U. José María. Oaxaca 112	58.- Cruz F. Enrique. Calle Oaxaca 16	62.- Fernández D. Ismael. Oaxaca s/n y Juárez	90.- Ramos Lorenza. Calle Oaxaca Núm. 10	93.- Ramos Lorenza. Calle Oaxaca Número 116	7.- Fragoso Ramón S. Oaxaca 10				6
Hidalgo	25.-Molina R. Fernando. Hidalgo 110	49.-Morera M. René. Hidalgo 151								2
Serdán	23.- Gudiño V. René Julio. Serdán y Guerrero	37.-Agulo F. Isidro. Serdán y Jesús García	92.- Pradas F. Enrique. Calle Serdán 67 Pte.							3
Guerrero	31.-Park Pedro. Guerrero 150 Restaurante Park	71.- Domínguez Octavio. Guerrero y Zacatecas	72.- Gil G. Albino. Dr. Noriega y Guerrero (El Gato Negro)	59.- Arana B. Roque. Dr. Noriega y Guerrero.	39.- Ramírez E. Ignacio. Jalapa y Guerrero					5
Nuevo León	91.- Vega A. Dolores. Nuevo León y Novena	75.-Paz Villa Julio. 3ra. de Nuevo León								2
Colima	74.- Topete Izabal Luis Colima Núm. 215	63.- Cons Alfonso. Colima s/n	50.- Muñoz A. Alberto. Yáñez y Colima							3

Durango	53.- Arámbula Concepción. Durango y Escobedo.	82.- Rivera P. Pablo. 9na. y Durango								2
Rosales	89.- Hannel H. Norbert. Calle Rosales Núm. 86. Hoy Jesús García	56.-Izábal Amalia y A.A. Calle Rosales s/n								2
ZT	52.- Astorga M. María A. Calle Nogales (ZT)	54.-Rivera C. Ramón. 12 de octubre (Z.T.)	36.-Astorga M. Cruz (Z. T.)	33.-López C. Esther. Calle Nogales (ZT)	18.- Peraza L. Artemisa. Calle América (ZT)	42.- Durazo A. Ernesto. América y 12 de Octubre (ZT)	9.- Morales Mada Pablo. América Mich. (ZT)			7
Carr. Internacional	28.- Manzo E. José. Carr. Internacional	22.-Araque N. Juan Revolución y Carr. Internacional	21.-Félix Gustavo C. Carr. Internacional s/n	76.- Salas F. Tomás. Carr. Internacional						4
Obregón	41.-Negrete M. Guillermo. Obregón 61	35.-Miranda S. Roberto. Obregón 143	11.- Casino Aliancista. Obregón 58							3
Manuel González	34.- Castillo Adalberto. Manuel González 195									1
El Ranchito	24.- Veregil J. Pompeyo. Oviachic Núm. 8									1
Vildósola	64.- Martínez A. Alejandro. Vildósola 24 (Plutarco Elías Calles)	16.- Mitre Serrano Fco. Vildósola Núm. 66 Pte.								2
Veracruz	51.-Catañeda C. Emilio. Veracruz y Escobedo									1
Parque Madero	67.-Valencia E. Benjamín. Parque Madero									1
16 de septiembre	65.-Montes Roberto. 16 de septiembre s/n									1
Pesqueira	73.- Salazar Roberto, S.A. Pesqueira Núm. 8									1
Octava	55.-Guevara H. Ignacio. Octava s/n									1
Yucatán	79.- Tecate del Pacífico, S.A. Apartado Postal Núm. 222 (Yucatán)									1
Calle Orizaba (Hoy Hoefér)	87.- Distribuidora de Cervecería de Sonora, S.A., Tehuantepec s/n									1
Otros	12.- Casino de Hermosillo. Ciudad	13.- Gándara Manuel M. Ciudad	6.- Loustanau Joaquín. Ciudad	78.- Monteguido Nicolás.	4.- Parra Manuel.					5

Iturbide	85.- Robles Adolfo. Calle Iturbide s/n									1
La Manga	32.-Negrete M. Guillermo. C. La Manga									1
Bahía Kino	38.-Camargo Celsa. Bahía Kino									1

Fuente AMH: fondo correspondencia presidencia (caja 128, Carpeta 103, 1952).

Los números que anteceden a los puntos de ventas son los originales en el documento.

Anexo Tabla 5.1 Aguajes ubicados en colonias de Hermosillo, 1985.

Cuadro 5.13 Domicilios y personas sancionadas por la venta clandestina de cerveza en Hermosillo en 1985

Colonia	Domicilio	Nombre del vendedor
San Benito	Naranjo 118 /Fronteras y San Luis Potosí	Gilda Liera de Mada.
	Reyes #130 /Tlaxcala y Aguascalientes	Juana Castellanos López
	Everardo Monroy (Antes Durango) #112 /Reyes y Escobedo	Dolores Meza
	Escobedo #106 /Everardo Monroy (Antes Durango) y Coahuila	Gustavo Bracamontes Trujillo.
	Fronteras #98 /Reyes y Escobedo	Imelda Córdova.
Balderrama	Privada Miguel Alemán #5 /Guadalupe Victoria y Reforma	Juana Paredes de Valdez.
	Leocadio Salcedo /Monteverde Y 14 de abril	Josefa Gómez.
	Roberto Romero #313 /12 de octubre y Arizona	Delfina García.
		Algarrobo
	Roberto Romero S/N /12 de octubre y Arizona	Balbaneda
	Jesús Siqueiros #306 /12 de octubre y América	Amelia Durán Moreno.
	Leopoldo Ramos #117 /Reyes y General Piña	Norma de Arias.
Álvaro Obregón:	Culiacán y Belice	Ma. Jesús Bracamontes,
López Mateos	Puerto Rico #31	María Ramírez

Lomas de Madrid	Bacanora y Monteverde #342	Alfonso Barrios Vázquez
	Bacanora #304 /12 de octubre y Monteverde	Ignacia Calderón.
	Nacori Chico y Monteverde	Andrea Landavazo.
Ley 57	Poder Legislativo #349 /Monteverde y 12 de octubre	Fidela Guevara Torres.
	Oputo #209 /Héroes de Caborca y Reyes	Juana Palomares.
Los Jardines	García #484 /López Del Castillo y Carlos Caturegli	Claudina Corrales. Alejandro
Centro	Yánez #112 /Oaxaca Y Niños Héroes	María Jesús Estrada
	Coahuila y Enrique García Sánchez #66	Fernando Munguía León.
La Metalera	Calle Uranio y Zinc	Gilda Verdugo
	Calle Del German10 Final, Poste No. 51	Ramona Trujillo Moreno.
5 de mayo	5 de mayo #80	Josefina González Barajas
	20 de noviembre y San Luis Potosí # 8-A	. Felipe Reyes Ibarra.
La Mosca	Callejón. Rio Santiago y Blvd. Francisco Serna	: Elodia Acosta Neyoy.
	Domicilio Conocido, La Mosca	Amelia Tarazón.
Las Granjas:	Castellana y Oviedo #60	Consuelo Duarte Mada
	Linares #12 /Tehuantepec y La Mancha	Rafael Rendón.
Fovissste	Parque Pitic #2	Teresa López
Palo Verde	Abarrotes "Lorena". Otilio Montano y Tercera	Martha Elba González Cantes
	Otilio Montano /Tercera y Cuarta	Gerarda Aguirre Arámbula
Balderrama	Roberto Romero #313 /12 de octubre y Arizona	Delfina García Ibarra.
	Leocadio Salcedo /Monteverde y 14 de abril	Josefa Gómez
	Leopoldo Ramos #117 /Reyes y General Piña	Norma de Arias

Ley 57	Oputo #207 /Héroes de Caborca y Reyes	Juana Palomares
Lomas de Madrid	Bacanora #342 y Monteverde	Alfonso Barrios Vázquez
El Choyal	Ignacio Hernández #438 /José. Entre Obregón y Leandro P. Gaxiola	Raymundo Gracia Navarro
Las Pilas:	Calle Mina #195	Altagracia Villalobos Vda. de López
	Mina #221.Atras de Los Lavaderos	Petra Pérez de Cruz.
San Benito	Fronteras #98 /Reyes y Escobedo	Imelda Córdova
Palo Verde	Abarrotes "Lorena". Otilio Montano y Tercera	Martha Elba González Cantes
	Otilio Montano /Tercera y Cuarta	Gerarda Aguirre Arámbula.
Los Naranjos	Maltesa #31	Rogelio Vázquez.
	Salustiana y Bahía #34	Desiderio Soto.
	Maltesa #33-C	María Valdez de Tinoco
El Mariachi	Calle Once #32 /Jalisco y Niños Héroes	Fidencia Carrillo.
El Ranchito	Santa Teresa Final Pte., Poste #110	José Gabriel López
Revolución	. Francisco García #80 y Fidel Velázquez	Abel Rojas
El Coloso:	Calle Circunvalación Final	Carmen Hernández Borbón
Hacienda de La Flor:	Prof. Ernesto López Riesgo /Pedro de Gante y Alfonso Aguayo C.	Alicia Lugo Vda. de Matus.
Los Naranjos	Maltesa #31	Rogelio Vázquez.
	Salustiana y Bahía #34	Desiderio Soto
	Maltesa #33-C	María Valdez de Tinoco
El Mariachi	Calle Once #32 /Jalisco y Niños Héroes	Fidencia Carrillo
El Ranchito	Santa Teresa Final Pte., Poste #110	José Gabriel López
Revolución	Francisco García #80 y Fidel Velázquez	Abel Rojas

Fuente: AMH Correspondencia presidencia municipal (caja180, carpeta 227, 1985)

