

LA INDUSTRIALIZACIÓN ALIMENTICIA EN COSTA RICA A FINALES DEL SIGLO XX Y PRINCIPIOS DEL XXI: De los estancos a los supermercados

María Nielszen

Rojas Muñoz. Educadora. Máster en Psicopedagogía y máster en Salud Pública con énfasis en Gerencia de la Salud. Labora en la Universidad de Costa Rica en la Escuela de Salud Pública. Coordinadora de Docencia de la Carrera de Promoción de la Salud. Su experiencia en la investigación y docencia ha sido en los temas de salud pública, calidad de vida y educación para la salud.
marianielssen.rojas@ucr.ac.cr

Mayra Cartín

Brenes. Antropóloga. Máster en Demografía y Epidemiología. Profesora catedrática pensionada de la Escuela de Historia de la Universidad Nacional y de la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Costa Rica. Ha investigado sobre la historia de la Salud Pública, la fecundidad, el envejecimiento y la calidad de vida.
mayra.cartin@ucr.ac.cr

Guillermo Aguilar Mata. Sociólogo.

Profesor investigador de la Universidad Nacional. Es máster en Gerencia de Proyectos de Desarrollo. Ha impartido cursos en materia de gestión y evaluación de proyectos sociales. Actualmente labora en la Escuela de Sociología de la Universidad Nacional.
guillermoeduardoag@gmail.com

RESUMEN

Este artículo pretende analizar los procesos de industrialización, la producción agroindustrial y la globalización del mercado mundial y su repercusión en Costa Rica. A finales del siglo XX, es destacable que el desarrollo de la industria alimenticia y la agroindustria dieron un aporte sustantivo a la seguridad alimentaria; hasta hace algunas décadas, la noción de "seguridad alimentaria" recubría el conjunto de dispositivos y actividades para luchar contra el riesgo de hambre que afectaba ciertas regiones. Un hecho relevante sucede a mediados del siglo XX, debido a que se creó, en el país, el Consejo Nacional de Producción, para ayudar a los pequeños y medianos productores nacionales. Sin embargo, el paso de los estancos a los supermercados es parte del recorrido político, social y económico que ha atravesado nuestro país desde la década de 1950 hasta la actualidad.

Palabras claves: industrialización, alimentación, estructura agraria, supermercado, Costa Rica.

ABSTRACT

This article analyzes the processes of industrialization, agro-industrial production and world market globalization and its impact on Costa Rica. In the late twentieth century it is remarkable that the development of the food industry and agro-industry made a substantial contribution to food security, until a few decades ago the notion of "food security" covered the set of devices and activities to combat risk of hunger affecting certain regions. A significant event happens in the middle of the twentieth century because it was created in the country's National Production Council to help small and medium domestic producers. Over the watertight supermarkets is part of the political, social and economic path that has crossed our country from the 1950s to the present.

Keywords: industrialization, feeding, agrarian structure, supermarket, Costa Rica.

Introducción

En la década de los cuarenta, Costa Rica promulgaba la justicia social y una modernización del Estado que incluyó el establecimiento de la Contraloría General de la República, el Servicio Civil, el Tribunal Supremo de Elecciones (con el derecho de voto a las mujeres) y el régimen de instituciones autónomas, además de la nacionalización bancaria y el establecimiento del Instituto Costarricense de Electricidad, acciones que establecieron la base para un proyecto de diversificación productiva.

En el proceso de expansión de la economía global, destacó el ritmo y carácter de la economía norteamericana donde, como un rasgo por subrayar, se presenta el auge de las cadenas de comidas rápidas. Por otra parte, la política de distribución del ingreso elevó el poder de compra, proceso que fue la base para capitalizar otras actividades, en especial, el cultivo del arroz y la ganadería de leche. El azúcar y la carne, aunque se beneficiaron del alza de la demanda local, se convirtieron en dos típicos productos de exportación. El proceso de industrialización por sustitución de importaciones es otro de los procesos con que se concreta la diversificación productiva, la cual se profundizó después de 1963, al unirse Costa Rica al Mercado Común Centroamericano. Cabe destacar que el peso de las firmas productoras de tabaco, bebidas y alimentos disminuyó proporcionalmente, al tiempo que las empresas químicas y metalmeccánicas ampliaban su espacio. La diversificación económica fue estimulada y dirigida por un sector público que creció y se complejizó velozmente. El empleo estatal se multiplicó entre 1948 y 1979, cuando los 130 000 funcionarios del Estado suponían el 18 % de la fuerza laboral del país. La tendencia a descentralizar el poder condujo, a su vez, a fundar 75 instituciones autónomas nuevas para ese período. Se le da un gran impulso a la educación, en sus tres niveles, como parte del proceso de formación del capital humano que necesitaba la nueva forma de entender la gestión del estado y la economía. Por último, esto se acompañó con una significativa inversión en el sector salud e infraestructura (Molina y Palmer, 2007).

En el ámbito cultural, la cultura rural que todavía prevalecía en 1950 fue inexorablemente desplazada por la urbana, un proceso vinculado con el avance del consumo de masas, donde se amplió el acceso a los electrodomésticos (especialmente la radio y la cocina eléctrica) y la televisión debutó en el país. Lo característico de esta época fue la penetración creciente de la información y el entretenimiento procedente de los Estados Unidos. A lo anterior, hay que sumar que las políticas educativas y culturales, dominadas por los valores de la sociedad del Valle Central, reforzaron la identidad nacional inventada por los liberales en el decenio de 1880, cuyo énfasis era la Costa Rica blanca. El modelo impuesto a comunidades de origen indígena y mulato de Guanacaste y Puntarenas tuvo su mayor impacto sobre la población negra de Limón. El período posterior a 1950 presenció la asimilación gradual, en la experiencia costarricense dominante, de la, una vez peculiar, cultura afrocaribeña anglófona (Molina y Palmer, 2007).

Pues bien, al calor de los procesos de cambio consignados, los procesos de consumo se presentan como campos propicios para su transformación, pero el análisis de estos hay que hacerlo contemplando estructuras cuyo movimiento ocurre en el largo y mediano plazo, aunque en ciertas coyunturas hay momentos de condensación de procesos y ocurren fracturas inesperadas que dan plazo a procesos inéditos. Por tanto, al considerar las comidas, la mesa de los costarricenses, como un tipo de consumo, es necesario observar cuánto habrá cambiado en este período. Cuánto habrá pervivido de las costumbres ancestrales que se ligan con una cultura autóctona de consumo de comidas del maíz o tubérculos, qué tanto se habrán asentado los nuevos elementos, fruto del mestizaje y de la herencia ibérica, y en qué sentido y magnitud las mesas del costarricense también se transforman en el sentido que pretendía orientar la utopía socialdemócrata (Molina y Palmer, 2007).

De los procesos descritos, pareciera que uno de los resultados esperados es una población en crecimiento, acuerpada en mejores indicadores de salud, con mayor nivel de ingreso y capacidad de consumo, pero con pocas capacidades para la apertura cultural y, más bien, ideológicamente educada para aceptar una identidad míticamente homogeneizadora, aunque en presencia de una oferta creciente de bienes industrializados con respecto a la alimentación.

Costa Rica en la década de los cincuenta

Se evidencia un impulso significativo en el aumento de capital en la industria alimenticia que evidencia la importancia que ya tenía, desde 1950, para la economía del país. Este impulso es fortalecido por la política comercial adoptada por Costa Rica, desde 1960, para promover el desarrollo industrial; aunque debemos destacar que ya se comienza a avizorar la participación de otros rubros, en especial el de artículos de mobiliario y de uso doméstico, lo cual alerta, debido a que empiezan a ocurrir cambios en el equipamiento de los hogares de algunas franjas de la pirámide social costarricense.

Para continuar rescatando los procesos que incidieron en los cambios de la mesa del costarricense y por ende en su alimentación, es importante hacer una sintética recuperación de los elementos más importantes de la política económica del Estado costarricense para la década siguiente (1960-1970), cuando se buscó el logro de dos objetivos fundamentales: facilitar el desarrollo industrial y mejorar la participación del país en el mercado internacional, esto con el fin de que se tuviera un cuadro general de su impacto en la industria agroalimentaria.

A principios de la década de los 60, la economía costarricense aún dependía fundamentalmente de las exportaciones de café y banano; lo cual, por una parte, ofrecía posibilidades de crecimiento muy limitadas y, por otra, daba origen a grandes desequilibrios ocasionados por las oscilaciones de precios de estos productos en el mercado internacional, cuyo comportamiento siempre ha estado fuera del control del país.

Después de 1962 acontecen una serie de coyunturas que marcan una pauta histórica en lo que respecta al crecimiento de la economía y sobre todo la industria. Esta pauta rompe con todo lo que se había venido presentando desde por lo menos unos 40 o 50 años atrás (Cerdas, 1994, p. 32).

Sobre esto último, Reinaldo Caranholo (1981) establece que:

... hasta el final de la década de los cincuenta el sector manufacturero costarricense mantiene su fisonomía tradicional; la industria doméstica, la pequeña empresa y la artesanía tradicionales siguen teniendo gran importancia, particularmente en lo que al volumen de empleo se refiere (p. 230).

Durante la década de 1950, los países centroamericanos experimentaron la integración económica, para lo cual suscribieron tratados comerciales de carácter bilateral y multilateral. En este período, predominó la tesis de mantener un proceso de liberación comercial gradual, complementado por una distribución de industrias nuevas de mayor dimensión, tendiente al logro de un desarrollo industrial ordenado. No obstante, dicha estrategia originaba transformaciones muy lentas, en parte por las dificultades que se presentaron al tratar de ponerla en ejecución.

El estímulo a las exportaciones no tradicionales, la sustitución de importaciones y la política comercial adoptada por Costa Rica, tuvo un éxito relativo en el logro de sus objetivos. Lo anterior, por cuanto es indiscutible que facilitó el desarrollo de un sector industrial que llegó a representar una parte importante del producto nacional.

De esta forma, y ya despuntando el siglo XXI, empiezan a adquirir importancia nuevos productos agrícolas como la piña, el melón, las plantas ornamentales, las flores y follajes; productos del sector pecuario, pesca (como los camarones y

el pescado fresco o congelado); dentro de la industria alimentaria, los palmitos y las preparaciones y conservas de frutas; y, dentro del resto de la industria, sobresale el desarrollo de la industria intensiva en alta tecnología (Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, 1998).

La evolución de las importaciones se relacionan con cambios que están ocurriendo en cuanto a las nuevas tendencias en la alimentación, y las mesas de los costarricenses, donde hay procesos de fusión y asimilación hacia otras mesas, donde son dominantes las influencias de los países desarrollados, abarca desde un estilo cercano al estadounidense, hasta propuestas de la comida mediterránea, esto sin dejar de tomar en cuenta la influencia china.

Con nuevos alimentos, se está ante una presencia diferencial en la dietas de los costarricenses. Con la fruta importada, pareciera que se vuelve a la alimentación natural, producto del resultado de procesos altamente tecnificados y capitalizados en los países de origen; muchos de ellos son el resultado de procesos de selección genética y de artificialización de la producción, a los cuales, se les agrega, además un valor adicional con complejos procesos de *marketing* hasta llegar a la mesa; son hijos legítimos de lo que se conoce del proceso de deslocalización de la producción, de la cual la agricultura no está exenta, producción a escala mundial en todas las épocas del año y con posibilidad de llegar a los mercados mediante las redes de transporte y comercialización, que se despliegan a escala planetaria hacia aquellos lugares donde haya consumidores con capacidad adquisitiva.

La distribución de los alimentos: De los estancos a los supermercados (1950-2000)

La distribución de los alimentos en Costa Rica, como en casi todos los países, incluye una intrincada serie de intercambios comerciales; sin embargo, los consumidores pueden adquirir sus alimentos por medio de los siguientes lugares (Sáenz, 2001, p 30):

- Tiendas pequeñas, usualmente especializadas en productos secos, procesados y lácteos. Al tener espacio refrigerado muy limitado casi nunca ofrecen carnes no congeladas y pocos de ellos ofrecen variedad de frutas y hortalizas.
- Almacenes de alimentos, usualmente ubicados en poblaciones de cierto tamaño, con una amplia variedad de productos alimenticios, excluyendo frutas y hortalizas
- Supermercados, usualmente incorporan productos secos y procesados, lácteos, cárnicos, frutas y verduras de mayor demanda.
- Ferias de agricultores, ubicadas en muchas ciudades que son capital de municipio o cantón, el proceso de comercialización es directo agricultor-consumidor y se especializan en frutas y hortalizas.
- Mercados municipales, que usualmente son una cierta cantidad de negocios dedicados a expender alimentos, ubicados bajo techo en un solo edificio, cada establecimiento se especializa en alguna rama de productos alimenticios, incluyendo frutas y hortalizas.

La mayoría de establecimientos pequeños, cafeterías y restaurantes populares, surten sus necesidades de productos alimenticios a través de suplidores organizados y de frutas y hortalizas, a través de la Central Nacional de Abastecimiento, que cubría aproximadamente el 45 % del mercado nacional de estos productos.

Esto, sin considerar el proceso de informalización de la comercialización, que se puede observar en la calles de las principales ciudades del país, donde hay una constante disputa entre los policías municipales y los vendedores informales.

Creación del Consejo Nacional de Producción

Este proceso de constitución de verdaderas redes de comercialización tiene un hito importante. En 1944, el presidente Teodoro Picado autorizó al CNP fijar el precio de compra de los productos mencionados a nivel nacional. De este modo, se buscó la manera de estabilizar el mercado nacional referente a la compra y venta de los productos alimenticios (Vargas, 1999). Al mismo tiempo, se utilizaron los almacenes o distribuidores de alimentos conocidos como estancos para ofertar los productos en cada pueblo y región de Costa Rica.

Entre las décadas de 1950 y 1980, la política de comercialización interna de granos básicos se caracterizó por una intensa participación y, a su vez, hubo un elevado grado de solvencia económica por parte de la institución. De tal forma que garantizaba al productor la compra total de su producción a precios subsidiados. En este proceso, el CNP acumuló pérdidas debido a que pagaba elevados precios al productor y asumía los gastos del procesamiento, almacenamiento y distribución del producto (Morales, 1994).

Con dichos bienes, el CNP estableció una tarifa de precios mínimos capaces de favorecer tanto al consumidor como al agricultor. La relación de los productores con el CNP propició que en algunos productos, como el arroz, la actividad se empezara a consolidar hasta llegar a niveles de producción que abarcaran la demanda del mercado y, por un período importante, fueran autosuficientes, ya que, el hecho de que existieran precios de estabilización generó una condición de mercado más segura para el productor, y fue como un "colchón de seguridad" para los productores en su relación con los industrializadores. Posteriormente, conforme avanzó la década del 60 y el 70, la participación privada en el proceso de industrialización del grano se hizo más importante, pero ya el productor nacional se había posicionado en el mercado y empezaba desarrollar incluso una forma de organización propia.

Por otra parte, el CNP no sólo abasteció los estancos de granos básicos, sino que también estableció un plan pesquero; de este modo, logró que algunos estancos distribuyeran el pescado y el marisco; esto, primeramente, sucedió en Puntarenas y en Barra del Colorado. Al mismo tiempo, llevó a cabo negociaciones con mataderos y haciendas para controlar el comercio de productos procedentes de la ganadería, uno de ellos fue la leche en polvo. Es así como se intentó manejar la oferta y la demanda en el mercado.

Consecuentemente, la gran cantidad de cosechas producidas en aquella época hizo que el Consejo Nacional de Producción alquilara bodegas, estas se encontraban distribuidas a lo largo y ancho de todo el país; tales almacenes debieron tener ubicaciones estratégicas para que el producto pudiera ser transportado hacia los estancos.



Los estancos en las diferentes regiones del país

Los estancos se iniciaron en 1951 vendiendo lo básico, ofrecen siete productos: arroz, frijoles, café, maíz, azúcar, manteca y harina. Durante las décadas de 1960 y 1970, el CNP promovió una política agresiva acerca de instalar estancos o expendios por toda el área costarricense: cuanto mayor fuese la cantidad de estancos, mayor sería la capacidad de diversificación y oferta de bienes alimenticios. En esta época, la demanda de bienes alimenticios a nivel nacional estuvo relativamente alta. Los artículos más vendidos fueron verduras, frutas, carnes, implementos agrícolas, útiles escolares y fórmulas para nutrición animal.

Esto conllevó a que el transporte de productos entre el almacén y el estanco creciera. Igualmente, algunas empresas emprendieron relaciones directas con el CNP; por ejemplo, en 1971, la empresa de Andrés Di Luca entregó al jefe del departamento de almacenes y expendios 1680 latas de "olla de carne" y "sopa de pescado". No obstante, los productos eran examinados por especialistas del CNP antes de que llegaran a distribuirse en los expendios, para comprobar que no estuvieran contaminados. Para la primera mitad de la década de 1970, gran parte de la población se abasteció de los estancos localizados en:

Cuadro 1
Estancos en Costa Rica: 1970-1975

1.	Gato Negro: Paso de la Vaca, costado este del edificio antigua Botica Solera
2.	Buenos Aires: Centro de población local de don Daniel Barrantes
3.	Barrio Cuba: 50 metros norte del cine Martí
4.	Borbón: Costado oeste del mercado Borbón-Calle 10
5.	San Francisco: 100 varas al sur de la Plaza de Calle Blancos
6.	Guadalupe: 75 varas al oeste de la Jefatura de Policía
7.	Zapote: 200 varas al oeste de la iglesia
8.	Desamparados: Costado oeste del parque
9.	Alajuelita: 50 varas al sur de la iglesia
10.	Tres Ríos: Contiguo a Cantina La Unión
11.	Heredia: 75 varas al este de la esquina noroeste del Mercado Municipal
12.	Alajuela: Costado norte del Mercado Municipal
13.	Cartago: Costado este del Mercado Municipal
14.	Juan Viñas: 200 varas al norte de la iglesia

15.	Turrialba: 25 varas al oeste de el Caballo Blanco
16.	Puriscal: Costado sur del Parque
17.	Orotina: Avenida Central, frente al costado norte del parque
18.	Puntarenas: frente al costado sur del Cuartel
19.	San Isidro del General: 75 varas al oeste de la esquina suroeste del mercado
20.	Limón: frente a radios nacionales
21.	Liberia: 100 varas al sur y 100 al este de la iglesia
22.	Santa Cruz: del Banco Anglo 75 varas al este
23.	Nicoya: 75 varas al este del Almacén de los Hnos. Armijo
24.	Harinera: Contiguo a la iglesia de Barrio Cristo Rey
25.	Pavas: frente al costado norte de la plaza
26.	Santa Bárbara: Costado sur de la plaza
27.	San Pablo de León Cortes: Costado este de la plaza
28.	Golfito: frente a la cancha de baloncesto
29.	Santa Ana: 75 metros al norte de la iglesia
30.	San Ramón: 50 varas al oeste de la esquina noroeste del mercado
31.	San Cayetano: Costado norte de la iglesia
32.	Barranca: Entrada del plantel del CNP
33.	Acosta: costado norte del parque
34.	Laurel: frente a la Agencia de Policía Finca Laurel, Puerta González Víquez
35.	Aserrí: Costado sur de la iglesia
36.	Roosevelt: Limón detrás de los talleres de la Northern Railway Co.
37.	Barrio Lujan: 100 varas al sur de la Cooperativa Dos Pinos
38.	Siquirres: 25 varas sur de la esquina suroeste del mercado
39.	Quepos: Contiguo a la Oficina del Registro Civil
40.	Sagrada familia: 200 varas al este del Cine Lisbeth

41.	Santo Domingo: Heredia, 25 varas al este de la Unidad Sanitaria
42.	Paso Ancho: 25 varas al oeste de Castro's Bar
43.	Ciudad Quesada: 50 varas al oeste y 50 sur del cine
44.	Barrio el Carmen: 50 varas al sur de la iglesia
45.	Guápiles: 50 varas al oeste y 50 sur del cine
46.	Los Ángeles, Cartago: 100 varas al oeste de la Puerta del Sol Barrio Los Ángeles
47.	Población Civil: Contiguo al correo, Golfito
48.	Puerto Cortes: frente al Banco Nacional
49.	Grecia: De la Iglesia 100 varas al sur y 50 al oeste
50.	San Pedro de Poas: Costado norte de la iglesia
51.	Naranjo: 50 varas al oeste del mercado
52.	Palmares: Costado oeste del parque
53.	El Molino de Cartago: 50 metros al oeste de la bomba Esso
54.	Pocora: Entrada de la Hacienda Las Mercedes
55.	Villa Neily: Contiguo al Hotel Bulufer
56.	Bataan: 200 varas al oeste de la estación del ferrocarril
57.	La Cruz: Costado norte de la escuela
58.	Cañas: Costado sur del Parque
59.	Zarcelero: Calle principal
60.	Paraíso: 150 varas al oeste de la Jefatura
61.	Ley River: Frente a la estación del ferrocarril y parada de autobuses. Finca 6, Valle la Estrella
62.	San Isidro de Coronado: 200 varas al oeste de la iglesia
63.	Ipis: Ciudadela Rodrigo Facio No. 1, 75 varas al este de la delegación de la Guardia Rural
64.	Guácimo: frente al cine
65.	Tibás: 150 varas al sur de la plaza, por carretera Interamericana

66.	Tejar: 200 varas al sur de la plaza, por carretera Interamericana
67.	Pejibaye: frente a la plaza
68.	Filadelfia: en el plante del CNP
69.	Hatillo: contiguo al bar de Costa Rica, Ciudadela N.º 3
70.	Esparta: Mercado Central
71.	Las Juntas: Costado sur del mercado
72.	Cariari: Contiguo al comisariato de Cariari
73.	Colonial Kennedy: de la entrada norte, 300 varas al oeste y 25 sur
74.	Cocal: Costado oeste de la escuela, Puntarenas
75.	La Suiza: Contiguo al teatro
76.	Atenas: De la esquina suroeste del mercado, 50 varas al sur
77.	San Rafael de Heredia
78.	Borbón: Calle 10, Av. 35. Costado oeste del mercado Borbón
79.	Miramar: costado sur del Dispensario del Seguro Social
80.	San Gabriel de Aserrí: frente a la plaza
81.	Sarchí: costado oeste de la Plaza
82.	Cervantes: Contiguo al restaurante "La Posada de la Luna"
83.	Castro Madriz: de la caseta de Guardia Civil, 100 varas al oeste Barrio Córdoba, San José
84.	Perez Zeledón: 50 varas al sur del Parque Plantel del CNP
85.	Pershurt: Frente al Teatro Li.
86.	Curridabat: Costado norte de la iglesia
87.	Santa María de Dota: Costado sur de la iglesia
88.	Barba: 25 varas al sur de la esquina suroeste de la plaza de deportes
89.	Atirro: ingenio de Atirro
90.	Tilaran: contiguo al Almacén de Juan Félix Barquero

91.	Los Chiles: Costado norte de la plaza
92.	Palmar Norte: edificio de Samuel Wasserstein
93.	Chacarita: Esquina este del cementerio, Puntarenas
94.	Villa Colón: 50 varas al este del Almacén Cuadra
95.	San Antonio de Belén: Costado este de la iglesia 50 varas al sur del Banco Nacional
96.	Escazú: 150 varas este de la parada de autobuses
97.	Upala: 50 varas al este del Resguardo Fiscal
98.	López Mateos: Ciudadela INVU San Sebastián Mercado de Mayoreo
99.	Santa Bárbara de Santa Cruz: 100 varas al este y 100 sur de la iglesia
100.	Colonia 15 de Setiembre: 200 varas al este de la carretera a Alajuelita
101.	San Pedro Cariari: costado oeste de la plaza
102.	Parrita: frente a Bomba Gasolina Gulf
103.	Aguantafilo: centro de la Ciudadela
104.	Barrio Vargas Araya: Costado oeste del Colegio Monterrey, San Pedro de Montes de Oca
Fuente: Archivo Nacional de Costa Rica, Colección de Memorias, sig. 149.	

El Consejo Nacional de Producción proveyó la totalidad de los productos ofertados en los estancos y, a su vez, fijó los precios de cada producto, por lo que los administradores de cada estanco tuvieron prohibido modificar tales valores.

En la mayoría de estancos, los administradores estuvieron encargados de brindar los alimentos que los consumidores solicitaran. Según uno de los funcionarios del estanco en Tres Ríos, Cruz Richmond (2010), durante las décadas de 1960 y 1970, el comprador se acercaba al mostrador y le indicaba al dependiente —encargado del estanco— la cantidad por comprar en libras.

A raíz de la experiencia adquirida a lo largo de los años, Richmond definió el estanco de la siguiente manera:

... era un tipo de pulpería sólo que pertenecía al Consejo Nacional de Producción y los precios eran más cómodos, y a pesar de ser más cómodos eran productos de calidad. Claro! había muchas variedades. Por ejemplo: en el arroz había de 60 centavos, 65, 70, 75. Se supone que aquél que tenía un poquito más de posibilidades compraba lo mejor, todo se vendía por libras y al contado muy al final se recibieron ayudas sociales (Richmond, 2010, s. p.).

Para la década de 1960, los estancos ofrecieron diversos tipos de granos básicos, por ejemplo: arroz Rex-Oro, Nira Blanco, Centenario, Costeño, Blue Bonnet y Texas Patna, entre otros. También hubo frijoles rojos, negros Turrialba y negros chimbolos. Por último, estuvo el maíz amarillo, blanco corriente y tipo Rocamex (Consejo Nacional de Producción, 1963, p. 14). Para Navidad vendían uvas, manzanas y vino. Dichos productos abastecieron la dieta de gran parte de la población costarricense durante la segunda mitad del siglo XX. No obstante, es necesario considerar que algunos estancos ofrecieron productos particulares de la región a causa de las condiciones agropecuarias, o bien, por la cercanía al mar.



Para la década de 1970, la oferta de productos industrializados fue abundante. Se listan más de 150 productos, la mayoría alimenticios, aunque hay de uso personal como: talco, desodorante, papel higiénico, laca, jabón de niño y fijador. Utensilios de cocina como sartenes, cazuelas y ollas, así como embudos e hisopos para lavar botellas, muestran como la reutilización de envases debió ser muy frecuente. Con respecto a los productos alimenticios se encuentran los granos básicos, pero ya observamos ingredientes de comidas rápidas como mayonesa, salsa de tomate, mostaza, mortadela, jamón, refrescos en polvo, así como galletas, sorbetos y confituras. Observamos también la existencia de sopas de tres tipos, consomés y cubitos. Algunos productos, bastante exóticos, como los ostiones, bastante caros, por cierto (¢4.8), casi el costo de una libra de todos los granos básicos, la manteca, el café y la sal. Varios tipos de sardinas, colados para bebé y manzanas, estas últimas ya se venden en el mes de marzo, así como productos para darse algunos gustitos: tarros de ensaladas de frutas, de piñas en tajadas o en trocitos.

Antes de la aparición de los estancos, los consumidores obtuvieron sus bienes alimenticios en las pulperías y panaderías, pero dichos lugares no fueron capaces de reducir los precios de los productos para venderlos al mismo valor como lo hizo el Consejo Nacional de Producción. De este modo, la población costarricense encontró los mismos productos pero a mejores precios. Sin embargo, en medio del proceso inicial a partir de 1950, los estancos solo ofrecieron elementos básicos como los granos de consumo diario. Posteriormente, el CNP diversificó su oferta de productos, al punto que las personas encontraron artículos de limpieza y agricultura (Consejo Nacional de Producción, 1963).

Como se ha mencionado, los estancos ofrecieron los productos básicos que constituyeron la dieta básica de los costarricenses. Al mismo tiempo, estos bienes tuvieron un precio accesible para las diferentes clases sociales, de modo que las panaderías y pulperías se vieron afectadas a causa de la rápida movilización de consumidores hacia los estancos.

La movilización de personas hacia los estancos podría categorizarse según diferentes criterios como, por ejemplo: edad, sexo, ocupación laboral y clase social. Para el caso del expendio ubicado en Tres Ríos, la población que más frecuentó dicho almacén se caracterizó por ser femenina, joven y mayor, y también gente de clase media y baja. Al mismo tiempo, las personas que asistieron en menor medida fueron aquellas con mayor solvencia económica. Pero el estanco se convirtió en un punto de reunión y convivencia diaria a nivel comunal que, a su vez, trascendió las diferencias sociales y etarias.

La desaparición de los estancos en la década de 1990 representó el fin de algunas costumbres que la población adquirió durante la segunda mitad del siglo XX. Un claro ejemplo consiste en que las personas dejaron de lidiar con el administrador, a quien debían pedir la cantidad de alimento que pretendían comprar. Esto debido a que la revolución de los supermercados consistió en que el consumidor podía tener un contacto directo con el producto sin necesidad de interactuar con algún empleado de la tienda.

Los supermercados en Costa Rica

La historia de los supermercados se remonta a la década de 1930, es en los Estados Unidos donde surgen los primeros almacenes de gran tamaño. Aquella época representó una coyuntura a nivel social, político y económico a causa de la crisis de 1929. Por otra parte, la aparición de los supermercados fue un proceso que involucró el planteamiento de nuevas ideas asociadas a lo económico, social y laboral.

El desarrollo de estas teorías se complejizó cada vez más al punto de que los supermercados evolucionaron de manera acelerada. Consecuentemente, los supermercados crecieron hasta desarrollar un sistema que dio lugar a múltiples unidades, pero, que a simple vista, pareciera no tener relación con dichos almacenes. Por ejemplo, los supermercados dependieron de fabricantes, proveedores, transportistas y publicistas, entre otros.

Otro ejemplo, acerca de las dinámicas ejercidas por los administradores de los supermercados es el siguiente: en el ámbito económico capitalista, la oferta y la demanda fueron las reglas de competencia entre los supermercados. La continua variación de precios de productos fue una estrategia de mercadeo para generar mayores ganancias. De igual modo, algunas de las variables que afectaron la variación de precios fueron el tipo de productos, marca, calidad, temporada climática (producción agrícola), cercanía de los productos con los locales y el nivel de producción (Reid, 1942).

Del mismo modo, a mediados del siglo XX, los supermercados estadounidenses desarrollaron estudios acerca del tipo de personas que asistían a dichos locales. Para ello consideraron algunas características como: género, edad, cultura, región y clase social. A partir de los resultados del estudio, los supermercados ofrecieron productos de interés común con la finalidad de aumentar el nivel de ventas.

A grandes rasgos, es posible aludir que los supermercados en Costa Rica se caracterizan por gestionar su negocio con base en una estructura administrativa predeterminada, de modo que todos los locales funcionan con el mismo modelo. Los diferentes departamentos que conforman los supermercados son: administrativo, recepción, bodega, mercado, abarrotes, bazar, cosméticos, carnicería, verduras, panadería, cajas y eventos especiales. Igualmente, cada departamento está constituido por personal calificado. Por ejemplo, el departamento administrativo se encarga de la logística comercial y está conformado por el administrador, subadministrador, asistente administrativo, auxiliar de oficina y secretaria, entre otros. Por otra parte, el departamento de abarrotes controla los productos de consumo masivo y está integrado por el jefe de piso, asistente y gondoleros (González y Martínez, 1994).

Por otra parte, el reconocimiento general de la mayor accesibilidad e hiperhomogenización de los consumos debe contrastarse, al menos, con tres realidades (Gracia, 2003, p. 2):

- La persistencia de la desigualdad social en el acceso a determinados tipos de alimentos y a las elecciones.
- La diferenciación según el bagaje sociocultural que condiciona a grupos e individuos (los estilos alimentarios).
- La variabilidad a partir de la oferta alimentaria —en los hipermercados se registran fácilmente alrededor de 20 000 referencias alimentarias distintas— y de los particularismos nacionales y locales que no desaparecen tan rápidamente como algunos han sugerido.

El supermercado transforma, sin importar la latitud y el contexto cultural, lo “fresco” en “elaborado”; así, por ejemplo, en Túnez, el producto fresco que ofertaba el mercado se convierte en elaborado o preparado en los supermercados o grandes superficies. La industrialización alimentaria se introduce en estos espacios de distribución (Carrefour, Monoprix, Géon o Champion), que por otro lado son también globales, pues constituyen franquicias francesas en el espacio tunecino (Durán, 2006).

Estudios realizados de algunos productos muestran que las industrias alimentarias contratan diferentes especialistas para maximizar las ventas de sus productos. En un estudio, Castellón (1993) encuentra que la comercialización de productos rige en función de la competencia, para ello es necesario pensar en los gustos de los consumidores. Señala que los nuevos productos deben pasar por varios procesos antes de salir al mercado. En primer lugar, se piensa en la estrategia de creación de productos, luego se analiza la rentabilidad y el éxito que pueda alcanzar en el mercado; posteriormente, los administradores empresariales realizan análisis acerca del producto y su eventual posicionamiento en el mercado (la idea consiste en mantenerlo en un lugar ventajoso en comparación con la competencia). La autora emplea los conceptos de publicidad y mercadotecnia para desarrollar su tesis. Ambos conceptos representan la complejidad que ha adquirido la venta y el consumo de alimentos a lo largo del siglo XX.

Uno de los cambios más radicales que surgió con la industrialización de alimentos consistió en la sustitución de estancos y pulperías por supermercados. Por tal razón, las respectivas empresas se encargaron de que sus productos se encontraran a nivel de competencia. Actualmente, los productos están integrados en el mercado capitalista, de modo que adquirir alimentos para el consumo doméstico representa asomarse a una gran ventana de posibilidades. El contacto directo entre el consumidor y el producto revolucionó la forma de presentar los alimentos en los estantes. Es por eso que las empresas requieren el servicio de profesionales capaces de estudiar la actitud del consumidor y su respuesta frente a determinados productos.

Los supermercados dirigidos a los sectores más adinerados compiten por la calidad, la variedad y la frescura del producto, que se expresa muchas veces en marcas y, en otros casos, en la frescura de la verduras y frutas, y se sabe que “La frescura de la comida es la cualidad más difícil de obtener cuando aumentan las distancias entre los puntos de producción y de consumo” (Fernández, 2004, p. 317). Por ello, incluyen etiquetas con fechas de elaboración y caducidad, y exhiben escaparates de colores llamativos que muestran las verduras, frutas y hortalizas húmedas. Pareciera que la frescura y la inocuidad, en general, es hoy un elemento constitutivo de los productos para librar la batalla de la competencia en el mercado.

Gran parte de los procesos de industrialización y comercialización de los alimentos permiten, generalmente, gran accesibilidad e hiperhomogenización, hay tres realidades que se deben tener presentes:

Por un lado, la persistencia de la desigualdad social en el acceso a determinados tipos de alimentos y a las elecciones, por otro, la diferenciación según el bagaje sociocultural que condiciona a grupos e individuos (los estilos alimentarios) y, por último, la variabilidad a partir de la oferta alimentaria —en los hipermercados se

registran fácilmente alrededor de 20 000 referencias alimentarias distintas— y de los particularismos nacionales y locales que no desaparecen tan rápidamente como algunos han sugerido (Gracia, 2003, p. 2).

Las fortalezas que los supermercados se plantearon, son: ofrecer productos de buena calidad, aumentar los niveles de producción y venta, gestionar políticas de desarrollo de productos innovadores y contar con el respaldo de profesionales especializados en el área de planificación. Respecto a oportunidades, la cadena consideró lo siguiente:

... posibilidad de aumentar los puntos de venta fuera del área metropolitana, abrir la corporación a diversas marcas comerciales y capacitar personal operativo. Las debilidades que la cadena observó fueron la carencia de presupuesto para publicidad, la poca atracción visual de algunos productos y la falta de estandarización en precio y calidad de varios artículos (Charvart, 1961, p. 5).

En Costa Rica, el supermercado como cadena de comercialización comienza en la década de los 60 con los Más X Menos; los cuales, paulatinamente, van estableciendo superficies de venta en lugares de aglomeración urbana, para posteriormente abrir otra ventana comercial para sectores sociales con menor nivel adquisitivo, que es el caso de los Palí. Por otra parte, otra cadena, dirigida a sectores de alto y más sofisticado consumo, tiene su origen en un supermercado conocido como la Gran Vía, la cual pasa a llamarse Automercados. Posteriormente, surgen otras alternativas comerciales —algunas con claro tinte provincial, como: Luperón en Guanacaste, Super Mora en Puriscal y Villa Colón, entre otros—.

Consideraciones finales

El paso de los estancos a los supermercados es parte del recorrido económico que ha atravesado nuestro país. En el plano social, la existencia de sitios de compra donde convergían e interactuaban diferentes personas de un mismo pueblo fue reemplazada por la presencia de supermercados a los cuales se asiste, generalmente, según los diferentes niveles sociales; asimismo, el proceso de compra fue perdiendo su carácter personalizado para convertirse en uno automático (en el cual las personas toman, sin ningún intermediario, los productos que desean comprar).

Según lo anterior, es posible notar que la llegada de los supermercados al país fue un tema que estuvo presente en la mayoría de los costarricenses como resultado de estrategias de mercadeo claramente definidas; pero, además, asociado a que estos respondieron eficientemente a las necesidades cambiantes del consumidor. A raíz de lo anterior, surge la siguiente pregunta: ¿de qué manera los supermercados revolucionaron las dinámicas de consumo en Costa Rica? Las respuestas e interpretaciones podrían ser variadas; sin embargo, hay que destacar que el éxito se debió, entre otras cosas, a la cantidad y calidad de nuevos servicios y productos; de modo que el impacto en la población produjo una movilización cada vez más fuerte hacia los supermercados.

Bibliografía

Archivo Nacional de Costa Rica. (s.f.). *Colección de Memorias*. Costa Rica: Archivo Nacional. Batidora (1951, 15 de mayo). “Mujer y Hogar”.

Carcanholo, Reinaldo. (1981). *Desarrollo del capitalismo en Costa Rica*. San Pedro de Montes de Oca: Editorial Universitaria Centroamericana.

Cerdas, José Manuel. (1994). *Condiciones de vida de los trabajadores manufactureros de San José, (1930-1960)*. (Tesis de Maestría). Universidad de Costa Rica, San Pedro de Montes de Oca. Consejo Nacional de Producción. (1963). *Memorias 1962-1963*.

Charvart, Frank. (1961). *Supermarketing*. New York: The MacMillian Company. Durán, Paula. (2006) *¿Estamos ante un nuevo orden alimentario en Túnez? La obtención y el consumo de carne como indicador de globalización*. Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/argentina/cea/contra/3/monfort.pdf>

Fernández, Felipe. (2014). *Historia de la Comida. Alimentos, cocina y civilización-Los cinco sentidos*. España: TusQuest.

González, F. y Martínez, M. (1994). *Procedimientos Operativos para una Cadena de Supermercados*. San José: Universidad de Costa Rica.

Gracia, Mabel. (2003). *Alimentación y Cultura: Hacia un nuevo orden alimentario*. Recuperado de: http://www.altaviana.com/PDF/AlimentacionCultura_MabelGracia.pdf

Molina, Iván y Palmer, Steven. (2007). *Historia de Costa Rica*. (2a. ed.). San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

Morales, L. (1994). *Ajuste estructural y participación del Consejo Nacional de Producción en la producción, precios y comercialización de maíz blanco y frijol: 1985-1993*. San José: Universidad de Costa Rica.

Promotora de Comercio exterior de Costa Rica. (1998). *Exportaciones de Costa Rica: análisis de las estadísticas 1997*.

Reid, M. (1942). *Consumers and the Market*. (3a. ed.). New York: Crofts & Co, Inc.

Richmond, C. (2010, 9 de junio). *Entrevista: Tres Ríos de La Unión, Cartago*.

Sáenz, Mike (2001). *Diagnóstico general sobre la situación de Inocuidad de Alimentos en Costa Rica*.

Vargas, V. (1999). *De las Cajas a la Junta*. San José: Consejo Nacional de Producción.

