
La dinámica de los lugares centrales en torno al Programa de Inclusión Social “Prospera”

The dynamics of the central places around the Social Inclusion Program “Prospera”

Recibido el 3 de abril de 2017, aceptado el 9 de junio de 2017

No. de clasificación JEL: O17; R12; R51

Yliana Mérida

Martínez

Universidad
Autónoma de
Chiapas.

yleanader@gmail.com

Arturo Mérida

Mancilla

Universidad
Autónoma de
Chiapas.

Facultad de
Arquitectura.

arturomeridamancilla@gmail.com

Resumen

Esta aportación resulta de un trabajo de investigación más amplio relacionado con “La región a partir de los flujos comerciales en lugares centrales en torno a los días de pago del programa Prospera”, aquí se aborda la Teoría de Lugares Centrales propuesta por Christaller dada la dinámica observada en distintas localidades durante los días de pago de programas sociales, de manera específica el Programa de Inclusión Social Prospera, como el objetivo de tal investigación. Los lugares centrales sin duda adquieren especial importancia como dinamizadores y atrayentes de población y unidades comerciales de tipo formal y/o informal, entendido éstos como aquellos territorios donde convergen población, comercio y transporte, como producto de la importancia y dinámica de este tipo de lugares con respecto a otros territorios de la misma región. De acuerdo a un conjunto de técnicas de recopilación de información cualitativa en campo, tales como: la revisión de fuentes documentales, el reconocimiento de actores sociales en campo, la observación y el trabajo con grupos focales; permitió obtener los primeros hallazgos que contribuyen a evidenciar el papel de centralidad que juegan algunas localidades rurales-urbanas dentro de la dinámica espacial regional, misma que ha sido benéfica para los asentamientos humanos dispersos y para la mismas localidades nodales, como parte de las relaciones territoriales que surgen en torno a un programa social de tal envergadura.

Palabras clave: Lugares centrales, flujos comerciales, consumo, transferencias monetarias.

Abstract

This contribution is the result of a broader research work related to "The region based on the trade flows in central places on the days of payment of the program Prospera." This article addresses the Central Places Theory, proposed by Christaller, due to the dynamics observed in different localities during the payment days of social programs, specifically the Social Inclusion Program "Prospera," which was implemented by the Mexican Government with the purpose of fighting against poverty. Undoubtedly, the central places acquire a special importance as invigorators and attractors of population and business units of formal and/or informal nature, understanding them as those territories where population, commerce, and transport converge as a result of the importance and dynamics of this type of places with respect to other territories of the same region. According to a set of techniques for collecting qualitative field data, such as review of documentary sources, recognition of social actors in the field, observation, and work with focus groups, it allows to spread the first findings that contribute to demonstrate the central role played by some rural-urban localities within the regional spatial dynamics, which has been beneficial for dispersed human settlements and for the nodal locations themselves as part of the territorial relations that emerge around a social program of such scale.

Keywords: *Central places, trade flow, consumption, money transfers.*

1. Introducción

El presente trabajo centra su interés en el análisis e identificación de los flujos comerciales que se entretajan en torno al pago de becas del Programa de Inclusión Social "Prospera", flujos que permiten la configuración de regiones basadas en lugares centrales como punto de partida para la articulación económica de la estructura comercial de los territorios, con especial atención en aquellas fuerzas que participan en la identificación de nodos al interior de la región, así como la distribución que las familias hacen de las transferencias monetarias recibidas bimestralmente en las distintas unidades comerciales establecidas en el punto de pago del mencionado programa.

La investigación se centra en apartados que exponen la importancia de la teoría de los lugares centrales, teoría que ha sido criticada por el diseño basado en lugares isotrópicos (planicies), pero que, a pesar de la temporalidad de su aparición, sigue vigente para explicar dinámicas

territoriales entre los nodos principales y sus áreas de influencia (*hinterlands*). Por lo anterior, en el primer apartado se exponen los objetivos del Programa de Inclusión Social “Prospera”, así como algunos referentes que permiten comprender la relación que existe entre el programa y la dinámica territorial de los lugares centrales.

En cuanto al método, se presenta la ruta metodológica que rige el presente avance del proyecto, mismo que constituye los primeros hallazgos de campo, debido a la complejidad de las demás técnicas de recopilación, así como su procesamiento y cotejo con los referentes teóricos.

En un tercer apartado se presentan los principales argumentos teóricos que explican el modelo espacial de los lugares centrales propuestos por Walter Christaller, así como las relaciones que dan vida a tal modelo: transporte, costos, y mercado; variables que son indisolubles en el territorio y que son la base de las múltiples relaciones espaciales-regionales.

Posteriormente, se presenta un apartado que aborda la importancia de los flujos comerciales en la conformación de regiones, actividad que permite un beneficio directo para los comerciantes y los compradores, a través del acercamiento de personas y de transporte que permite el intercambio propio de productos en las distintas localidades centrales y en sus centros alternos.

El consumo y las necesidades generadas por el propio sistema global, es el tema que se aborda en el cuarto apartado; se expone cómo se origina el consumo de productos en los lugares centrales y su relación con la actividad comercial como mecanismo impulsor de la adquisición de mercancías de acuerdo a su tipo, por parte de los habitantes de las comunidades centrales y circundantes.

Asimismo, se presentan algunos ejes que rigen y constituyen al mismo tiempo ejes de análisis futuros, dada la dinámica espacial que se gesta en torno a un programa social de tal magnitud en nuestro país, mismo que ha sido considerado hito en la política social de América Latina y replicado en diversos países, con características afines al territorio mexicano. Finalmente, se presentan las principales conclusiones del trabajo de investigación en función de cada uno de los apartados.

2. Particularidades del Programa de Inclusión Social “Prospera”

El programa “Prospera”, es el actual programa que representa la política social en México, debido al número de familias beneficiarias y el gasto social que representa, bajo una orientación de focalización de la población; entró

en vigor en septiembre de 2014, en sustitución del Programa de Desarrollo Humano “Oportunidades”. El objetivo central de Prospera es el “fomento productivo, la generación de ingresos, el bienestar económico, la inclusión financiera y laboral, educación, alimentación y salud, dirigidas a la población en situación de pobreza, bajo esquemas de corresponsabilidad” (PROSPERA, 2016).

Este programa social, atiende cuatro componentes, como parte de las acciones y estrategias para mejorar el bienestar de las familias en condición de pobreza (D.O.F, 2015):

- a. Alimentación: mediante los apoyos monetarios se prevé que las familias tengan una mejor calidad en su alimentación.
- b. Salud: se promueven acciones de prevención de enfermedades, así como la asistencia a los servicios de salud propios de programa.
- c. Educación: las becas funcionan como principal incentivo para la asistencia y aumento del grado de escolaridad.
- d. Vinculación: promueve el acceso de las familias a programas productivos, generación de ingresos propios y acceso a créditos y ahorros.

Si bien es cierto que el programa social, abarca cuatro componentes basados en la protección social de las familias, al ser un programa de corte focalizado con entrega de apoyos monetarios directos de manera bimestral, lejos de incentivar la asistencia escolar y una alimentación sana y variada, se ha modificado el uso del recurso monetario, situación que ha sido aprovechada por los distintos comerciantes de tipo informal durante los días de pago en las localidades centrales, razón por la cual llama especial atención la dinámica que se gesta en distintas localidades los días de pago, situación atrayente para el mercado y el consumo de una amplia gama de productos.

3. Método

Como parte de los avances de investigación que aquí se presentan, la metodología en una primera instancia está caracterizada por la revisión y análisis de fuentes documentales que abordan la temática planteada que, si bien no son abundantes, dejan ver este tipo de relaciones espaciales y de configuración de territorios locales, ligados a las implicaciones de la política social, tal como es Prospera. El reconocimiento en campo a través de la observación de los diferentes actores clave que colaboran en la dinámica que se gesta en diversas localidades centrales, a partir de la presencia del

programa “Prospera”, situación que permitió corroborar los flujos comerciales, de personas y transporte que se presenta de manera bimestral. Como una segunda etapa, se lleva a cabo la recogida de información a través de talleres con grupos focales y entrevistas semiestructuradas, información que, debido a la cantidad de información y el análisis del mismo, no es posible presentar en esta aportación, sino más bien obedecen al análisis de resultados multivariados como conclusión de un trabajo más amplio.

3. La Teoría de Lugares Centrales (TLC): Surgimiento y argumentos teóricos

La TLC, propuesta por Christaller en los años treinta, fue planteada para “explicar el número, distribución espacial y tamaño de los asentamientos, a partir de la lógica de localización de las actividades terciarias” (Garrocho, 2003, p. 219) al interior de centros urbanos.

Por ello, una de las principales bases teóricas de la TLC es que las ciudades funcionan como abastecedores de bienes y servicios tanto a su población como a los territorios circundantes, es decir, la región.

Para explicar la centralidad de estos puntos de abastecimiento es necesario considerar dos conceptos centrales: el umbral y el alcance.

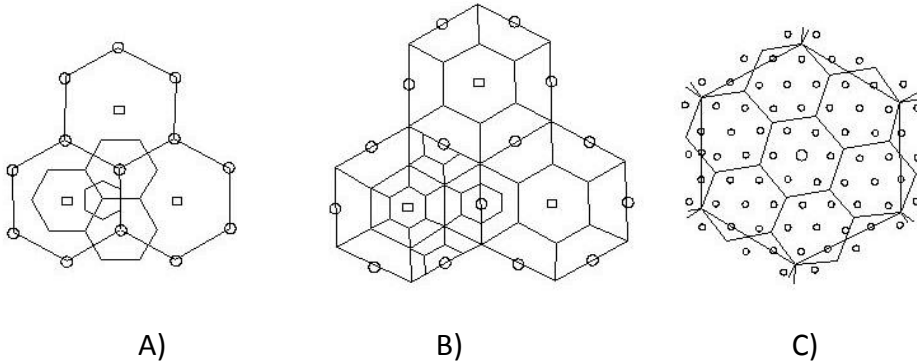
El primero se refiere a la demanda mínima de población requerida para ofertar un bien o servicio; mientras que el alcance, está ligado a la distancia máxima que los consumidores están dispuestos a recorrer para satisfacer un bien o servicio.

Este último, adquiere mayor importancia al ser el punto de relación entre la TLC y la microeconomía, puesto que el precio se encarece a mayor distancia y costo de transporte (ver Figura 1), traducándose en una menor demanda y consumo (Garrocho, 2003).

La TLC supone que los centros de mercado serán localizados en función de la competencia de mercado, de tal manera que todas las áreas de la región y sus *hinterlands* (áreas de influencia en torno al lugar central) sean atendidos en torno a sus demandas (Smith, 1991).

El abastecimiento y reabastecimiento de productos estará dado en función del dinamismo que adquieran los centros de mercado y las áreas de traslape que se generan en torno a los lugares centrales de menor jerarquía dentro del sistema.

Figura 1: Organización de las áreas de mercado según los tres principios de Christaller.



- A) Principio de mercado
- B) Principio de transporte
- C) Principio administrativo

Fuente: Mérida, (2006).

Christaller definió un radio de acción o área de influencia donde los compradores no se desplazarían para adquirir un bien, acción que denominó elasticidad de la demanda, la cual está ligada al costo de transporte y la frecuencia de sus desplazamientos.

Así, también consideró lo que necesita hacer un proveedor para permanecer activo y vigente dentro del sistema comercial a través del umbral económico, lo que se define en términos del “área circular que contiene un número suficiente de consumidores de un producto para satisfacer los requerimientos del proveedor, con el fin de que éste subsista en el negocio” (Smith, 1991, p. 48).

La TLC es importante para entender la distribución en el territorio de la actividad comercial, misma que es una de las bases teóricas para el análisis de la planeación regional (Garrocho, 2003), tan necesaria para el entendimiento de la dinámica espacial y económica a partir de la derrama monetaria provocada por los Programas de Transferencias Monetarias Condicionadas (PTMC) como el caso de “Prospera”.

El sistema de lugares centrales planteado por Christaller, de arriba abajo, pone en un lugar privilegiado a los proveedores pues éstos se localizan en torno a lugares de pago y de fácil acceso.

La saturación de proveedores en una región hace que los círculos se traslapen, llevando a la conformación de una retícula hexagonal. Esta configuración trae beneficios para los consumidores, pues el costo de los bienes es menor debido a la competencia existente.

Una de las características del modelo de lugares centrales es que, a partir de las sociedades agrarias, se presentan centros periódicos o cíclicos y comerciantes ambulantes, pues la población se encuentra de manera aislada por lo que la fuerza de la demanda rige el rumbo y la frecuencia de visitas de los comerciantes a los centros y subcentros de la región. Pero, ¿cómo se comporta espacialmente el modelo de lugar central?

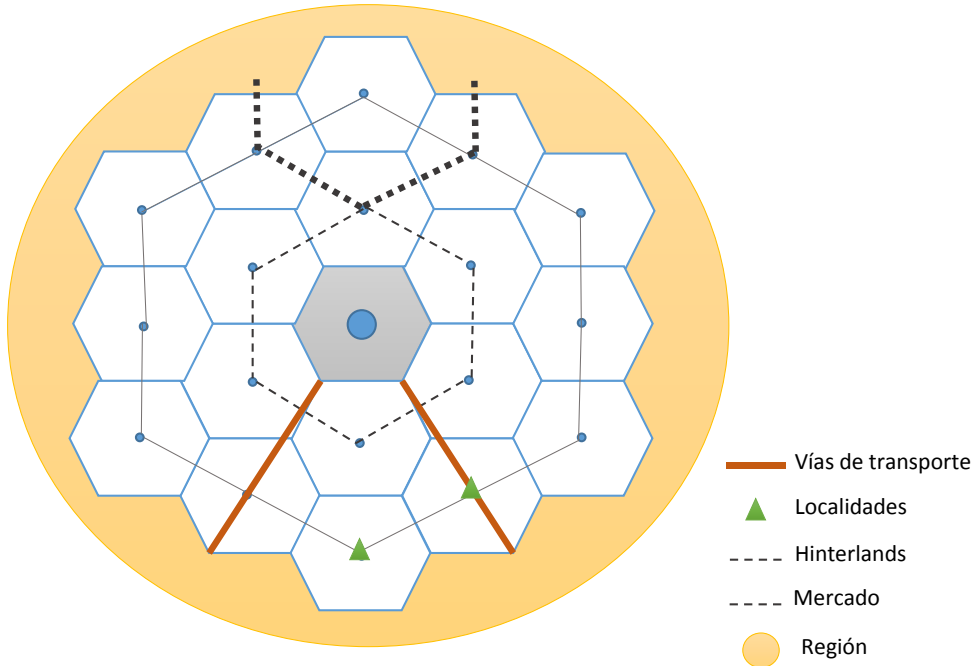
Primero se localizan cinco áreas de mercado de forma hexagonal (K) superpuestas con otra red hexagonal ($K=3$). Los valores que adquiere K se refieren al tamaño del territorio de los *hinterlands* o áreas de influencia, que a la vez son adheridos por áreas de un nivel jerárquico mayor, entretejiendo las relaciones y dando lugar a los circuitos mercantiles en función de lugares centrales, mismos que conforman y delimitan una región (Smith, 1991).

En otras palabras, el modelo de lugares centrales hace referencia a la dinámica donde se converge en un lugar central de mayor importancia en comparación con otros, mientras que éstos a su vez se interrelacionan para formar las áreas de influencia o *hinterlands* alrededor de las localidades cuyo tamaño de población permita contar con cierto rango para atraer el mercado y un sistema de transporte que atienda las necesidades tanto de los habitantes locales como los visitantes constantes o periódicos (ver Figura 2).

Los lugares centrales son aquellas zonas donde se concentran grandes volúmenes de productos y población, funcionando como mecanismos de control y engrane de la región; en otras palabras, en ellos se centra el sistema de mercados que irradia a sus *hinterlands* y más allá. En los lugares centrales es donde convergen las unidades comerciales (en ciertos días), donde es común presenciar una dinámica que antecede a la instalación del mercado temporal.

En éstos se observan flujo de personas y transporte horas o incluso días antes, se incrementa la presencia de vehículos de carga y el número de viajes del transporte público aumenta, todo esto con la finalidad de abastecer sus necesidades o bien para ganar los mejores productos y al mejor precio como parte de un sistema de autoconsumo o bien de reventa en las localidades más alejadas (Malinowsky y De la Fuente, 2005).

Figura 2: Configuración de los lugares centrales



Fuente: Elaboración propia con base en Smith (1991) y Garrocho (2003).

El papel de centralidad que juegan distintas localidades del país con respecto al pago de las transferencias condicionadas de programas sociales como “Prospera”, pone de manifiesto la reconfiguración espacial de un territorio y de la misma región.

Las vialidades y el mercado se ven beneficiadas con el constante flujo de personas, incentivadas por la capacidad de compra que le otorga el recurso proveniente de un programa social.

Por otro lado, las localidades circunvecinas (*hinterlands*), aprovechan la presencia de comerciantes y ofertas de diversos productos que acuden a los lugares centrales cada dos meses, con la finalidad de abastecer los productos que demandan de manera cotidiana y por qué no, algún otro bien satisfactor.

Flujos comerciales, base para la conformación de regiones.

El flujo de personas y de productos no solo dinamiza el mercado itinerante que se instala en torno a fechas específicas, sino que representa ganancias y beneficios para los comercios establecidos de manera regular, pues la mayor presencia de población demanda también bienes que no se consiguen en el mercado, además de otros servicios (Malinowsky y De la Fuente, 2005).

Para Garrocho (2005, p. 458), los flujos comerciales se definen por “la intensidad y dirección de los compradores hacia las diversas unidades comerciales”. La localización de éstas se debe en mucho de los casos a un lugar estratégico que permita a los comerciantes maximizar sus ganancias en función de la cercanía con el mercado local o el centro de la localidad, punto de convergencia entre los bienes, servicios y personas.

La actividad comercial y de servicios que se produce en un lugar central específico, le otorga una importancia regional como articuladora de relaciones de tipo comercial, cultural y poblacional.

Los comercios permanentes adquieren relevancia en la dinámica comercial al interior de los lugares centrales, así como en sus *hinterlands*. Si bien este tipo de comercios ya cuentan con un tipo de consumidores constantes, las ventas se potencializan en los días de instalación de las unidades comerciales itinerantes, pues el flujo de personas es más alto y con mayor constancia en aquellos lugares donde se encuentra instalada una terminal de transportes que comunica a las localidades alejadas con el centro de la región o lugar central (Malinowsky y De la Fuente, 2005).

Además de la dinámica propiciada en torno a los comercios permanentes localizados en los lugares centrales en días específicos, los comerciantes foráneos son beneficiados por las compras que realiza la población al tratar de aprovechar la oferta de productos que no se presenta de manera constante, además que la población está “empoderada” por el recurso económico que recibe como parte de los programas sociales de manera periódica.

La diferencia entre los comercios establecidos y las unidades instaladas en los lugares centrales en días específicos radica en el tipo de producto que ofertan cada uno de ellos.

Los primeros, dadas las condiciones de formalidad del mismo negocio, ofertan “más caras, más refinadas o mercancías más especializadas” (Malinowsky y De la Fuente, 2005, p. 70) que no podrían encontrarse en las otras unidades comerciales; mientras que en las segundas, el tipo de productos ofertados son más sencillos y de fácil movilidad y a precios más competentes, características principales para la atracción de compradores que se ven en la necesidad de trasladarse al punto central (Malinowsky y De la Fuente, 2005).

Sin embargo, la elección del qué y dónde comprar no es asunto meramente económico, en términos de cantidad de ingresos disponible, sino es una cuestión social y psicológica, muchas veces aprendida o generada por la misma sociedad.

La sociedad comercial ha dado un cambio radical en la oferta de sus productos y experimentar nuevas rutas y nuevos espacios que representen fuente de apertura de intercambio comercial.

Estas prácticas han sido ventajosas no solo para los propios comerciantes, sino para los usuarios establecidos en zonas alejadas de los centros de mayor población, donde es común encontrar diferentes productos y servicios no solo para cubrir necesidades, sino para cubrir los satisfactores propios de la nueva era comercial global.

El consumo en los lugares centrales: generación de “necesidades”

De acuerdo con lo establecido por Bauman (2007), en términos de consumo, las unidades comerciales dentro de la Teoría de Lugares Centrales (TLC) adquieren una especial atención, pues ellas son las encargadas de movilizar la dinámica en la región y al mismo tiempo polarizan o amplían la jerarquía del mismo polo central.

Las unidades comerciales regionales funcionan a nivel central, pues alrededor del factor locacional se presentan flujos de intercambio y accesibilidad de personas (vendedores y compradores).

Estos establecimientos están dados en función de la población, o del denominado umbral de población, planteado por Christaller, pues de no existir una cantidad suficiente de personas que demanden un bien o servicio, dichas unidades no tendrían razón de ser (Garrocho, Álvarez-Lobato y Chávez, 2012).

Por el contrario, la aglomeración de este tipo de centros ofertantes de productos puede incluso ser de dos tipos: constantes o periódicos (como sucede con las unidades comerciales de tipo irregular, que se localizan en torno al lugar y fecha de pago de algunos programas gubernamentales).

La actividad comercial puede y es vista como mecanismo para adquirir productos de los que no se disponen de manera inmediata, implicando un movimiento regular para la adquisición de bienes y/o servicios.

En el mercado (conjunto de unidades comerciales) es donde se constituye un punto de reunión de distintas comunidades cuyo propósito primordial es el intercambio de bienes mediante la compra, donde el uso del dinero es imprescindible para el actual sistema distributivo dentro del complejo mercado (Polanyi, 1976).

La segregación espacial generada por la sobrepoblación de los territorios ha multiplicado la demanda de bienes y servicios en diferentes regiones del país. Aunado a lo anterior, los cambios demográficos han modificado la estructura espacial de las unidades de distribución de productos, así como la apertura

comercial acompañada de la globalización han generado diversas alternativas comerciales, entre ellas los mercados móviles (o tianguis, que se establecen en determinadas zonas y en determinados días, haciendo rutinaria esta práctica, tanto para los vendedores como para los consumidores); mismos que responden a patrones sociales y económicos particulares dentro de la dinámica constante de compra y venta (Romero Valle y Chías Becerril, 2000).

Los tianguis o mercados itinerantes que se instalan de manera periódica en las localidades más importantes denotan una vitalidad que llama especial atención a gran cantidad de población, incluso de otras localidades cercanas, llegando a ser “el escenario de abigarrada, efervescente y extensa actuación de cambio y comercio. Todos los medios de comunicación se intensifican en ese día” (Malinowsky y De la Fuente, 2005, p. 43).

La figura 2 explica de manera clara la dinámica que gira en torno a los lugares centrales de Christaller, donde dichos lugares resultan puntos de atracción y polos de localización y desarrollo de las distintas unidades comerciales, así como sus respectivas áreas de influencias, mismas que están ligadas a la accesibilidad carretera y disponibilidad de transporte.

Un modelo sencillo pero muy gráfico para entender la dinámica espacial y económica en torno a la monetarización resultante en muchas localidades donde se otorgan las becas del programa de inclusión social “Prospera”, mismo que ha fomentado el consumo y mayor flujo de mercado en diversas regiones del país.

El equipamiento comercial está condicionado por el nivel socioeconómico de la población que habita un territorio, por lo que es común observar una serie de comercios minoristas e informales de manera periódica en estos lugares centrales, cuya jerarquía y especialización no es comparada con el centro estatal.

Así, la actividad comercial ha ocupado un lugar primordial dentro de la vida de las personas, pues constituye un lazo inseparable entre la población, la ciudad, el campo y la actividad económica misma: lugar inducido por las fuerzas externas y el mercado global.

La actividad comercial en los diferentes territorios ha sido siempre necesaria para el desarrollo de las civilizaciones, pero también para la configuración de los comercios, situación que obedece en gran medida a ciertos aspectos físicos del territorio, modificando el paisaje natural y complejizando las prácticas de la vida cotidiana (Sarasa, 2013). Bajo este enfoque determinista, la actividad comercial adapta su sistema de compra y venta haciéndolo más efectivo, puesto que en gran parte del territorio muchos de los productos son originarios de la región y conforman el comercio local, la restricción o

apertura de nuevos comercios está inmanentemente ligada a las características morfológicas del paisaje, ya que éstas pueden resultar ventajosas o no para los comerciantes que ofrecen productos escasos en la región.

La diversidad comercial que se presenta en los distintos territorios; sobre todo en aquellos con una especial jerarquía con base en su localización, accesibilidad y tamaño de población, funciona como un mecanismo estructurador de prácticas cotidianas, además que la diversidad se presenta en función de la demanda que tenga la población basada en sus propias necesidades.

Es así como se pueden identificar tres tipos de comercio (Figura 3): irregulares (aquellos productos o bienes propios de una temporada específica), corrientes (los productos que son consumidos con mayor frecuencia y que hasta cierto punto son imprescindibles para el ser humano, o bien para su convivencia dentro de la sociedad) y excepcionales [son todos aquellos productos que se consumen con una frecuencia muy espaciada debido a los altos costos y la vida útil propia del producto] (Sarasa, 2013).

Figura 3: Tipos de comercio basados en la necesidad de la población



Fuente: Elaboración propia con base en Sarasa (2013).

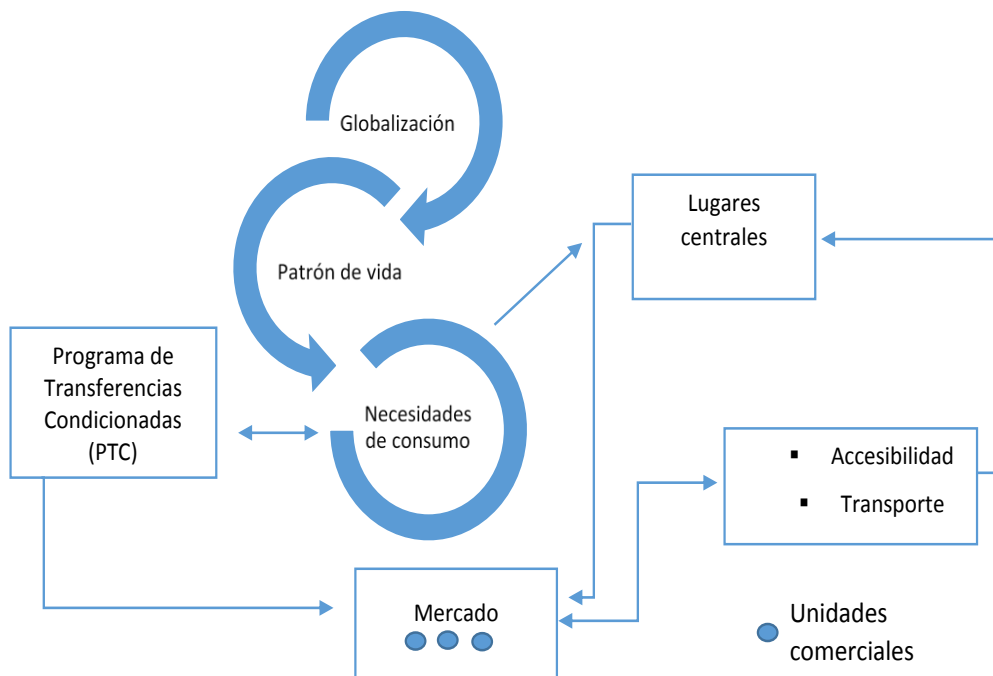
El ingreso individual o familiar juega un papel primordial tanto para los vendedores como para los consumidores, puesto que en función de éste se dinamiza el intercambio comercial y la interacción espacial en torno a la región con el objetivo de obtener los bienes y servicios requeridos por la población. El ingreso económico permite la existencia de diversidad tanto de unidades comerciales, como de productos y del consumo mismo (Garrocho, 2003).

Para Bauman (2007), el consumo ligado a la información que se difunde por temporada o estación del año, incita a niveles superiores de compras bajo un esquema circular de “cómpralo, disfrútelo, tírelo” (p. 135), donde el vendedor genera nuevas necesidades para el umbral de población que asiste al lugar de implementación del mercado.

Tanto el modelo económico como los vendedores crean una cultura consumista que traspasa fronteras, clases sociales o capacidad de ingreso, teniendo como único objetivo la creación de un sinfín de necesidades insaciables durante todo el año.

Estas necesidades creadas ponen a la población de menores ingresos en un dilema constante entre utilizar el poco dinero para satisfacer sus necesidades o ir en busca de satisfactores disfrazados de otras “necesidades”, situación acompañada de una supuesta emancipación, libertad de elección, mayor autonomía y participación de este sector de población en la vida económica y dentro del mismo modelo de producción (Figura 4).

Figura 4: Configuración del mercado y su relación con los Programas de Transferencias Condicionadas



Fuente: Elaboración propia con base en Huitrón y Monroy (2008).

No sólo la población beneficiaria de Prospera aprovecha las ofertas en los días de pago y adquiere distintos productos, sino que la población que no está empadronada también es favorecida de manera indirecta con la instalación de establecimientos comerciales de tipo informal, variando la oferta y la demanda de los productos básicos en las zonas rurales y semi-urbanas, como parte de la liquidez que representan las transferencias condicionadas cada dos meses en los distintos rincones del país (García y Sánchez, 2016).

Los lugares centrales y su relación con “Prospera”

En este apartado se expresan algunos ejes de análisis que surgen de la relación entre la dinámica territorial de los lugares de mayor jerarquía y el programa de inclusión social “Prospera”.

De acuerdo a los lineamientos establecidos en las reglas de operación de “Prospera”, los apoyos son entregados en localidades urbanas, quienes fungen como nodos de actividad comercial, de transporte y abasto de mercancías, que a su vez incentivan la participación económica regional.

Aunque si bien es cierto la selección de localidades beneficiarias, depende de condiciones propias al rezago social establecido en su conjunto por CONEVAL y CONAPO (D.O.F, 2015), aun siendo localidades rurales con alto nivel de dispersión territorial, las localidades de mayor jerarquía han sido parte fundamental en la atención y seguimiento por parte de las autoridades del propio programa, por cuestiones de accesibilidad y el umbral de población atendida en dichos centros.

Tal como lo expresan Rojas, Múñiz y García-López (2009, p. 48-49) “un lugar central es aquel núcleo de población que ofrece más bienes y servicios, siendo la cercanía a ellos por parte de los clientes el factor más importante que guía la distribución de los asentamientos”. Lo anterior refiere que, en función de la centralidad, serán el tipo de asentamientos humanos, la diversidad y la calidad de los bienes y servicios que se oferten, condición que es común observar de manera bimestral con el arribo de comerciantes organizados en tianguis y por el mismo personal de “Prospera”.

Cabe resaltar, que derivado de programas sociales como Oportunidades/Prospera, bajo el enfoque de entrega de apoyos económicos en efectivo de manera directa a las beneficiarias, los asentamientos humanos de tipo urbano han experimentado mayor dinamismo y atracción de población segregada, circundante e incluso comerciantes de la misma región (García y Sánchez, 2016), como parte de esta presencia de recurso económico aunque efímero (de uno a dos días), pero que sin duda ha representado áreas de oportunidad para la comercialización de diversos productos.

La localización de los lugares centrales, dentro del territorio, juega un papel determinante en la instalación de comercios, atrayentes para el consumidor, eliminando o reduciendo las barreras físicas que implican acceder a dichos puntos de venta y de servicios (González, 2005), como el caso de las localidades alejadas, dentro del área de influencia del nodo principal.

Conclusiones

El papel de centralidad que juegan distintas localidades del país con respecto al pago de las transferencias condicionadas de programas sociales como “Prospera”, pone de manifiesto la configuración espacial de un territorio y de la misma región.

Las vialidades y el mercado se ven beneficiadas con el constante flujo de personas, incentivadas por la capacidad de compra que le otorga el recurso proveniente de un programa social.

Por otro lado, las localidades circunvecinas (*hinterlands*), aprovechan la presencia de comerciantes y ofertas de diversos productos que acuden a los lugares centrales cada dos meses, con la finalidad de abastecer los productos que demanda de manera cotidiana y por qué no, algún otro bien satisfactor.

La sociedad comercial ha dado un cambio radical en la oferta de sus productos y experimentar nuevas rutas y nuevos espacios que representen fuente de apertura de intercambio comercial.

Estas prácticas han sido ventajosas no solo para los propios comerciantes, sino para los usuarios establecidos en zonas alejadas de los centros de mayor población, donde es común encontrar diferentes productos y servicios no solo para cubrir necesidades, sino para cubrir los satisfactores propios de la nueva era comercial global.

El mercado busca el máximo de utilidades creando nuevos nichos de mercado los cuales se basan en las “necesidades”, mismas que el sistema de consumo va creando en la población con el objetivo de contar con una mayor demanda y, por consiguiente, mayor producción y venta de bienes.

Estos nuevos patrones de vida que las sociedades van adquiriendo en torno a las nuevas necesidades, están dadas en función de la globalización, misma que no solo ha tenido injerencia en materia económica, sino también social. Por esta razón, la Teoría de Lugares Centrales adquiere importancia en torno a las múltiples dinámicas que se generan entre las unidades comerciales, los consumidores y los flujos de mercado, a partir de la accesibilidad y transporte

para acceder a dicho mercado, como parte de las implicaciones de los programas de transferencias condicionadas. De esta manera; los lugares centrales —territorios donde convergen gran cantidad de personas sobretodo en días de pago de programas sociales como “Prospera”— centran su atención en la atracción de medios de transporte y distintas unidades comerciales que, además de cubrir necesidades imprescindibles para la población, generan nuevas necesidades como parte de la derrama y circulación económica en los días de pago, alejando drásticamente el fin que persiguen dichos programas para el combate a la pobreza.

No sólo la población beneficiaria de “Prospera” aprovecha las ofertas en los días de pago y adquiere distintos productos, sino que la población que no está empadronada también es favorecida de manera indirecta con la instalación de establecimientos comerciales de tipo informal, variando la oferta y la demanda de los productos básicos en las zonas rurales y semi-urbanas, como parte de la liquidez que representan las transferencias condicionadas cada dos meses en los distintos rincones del país (García y Sánchez, 2016).

Hablar de programas sociales basados en la entrega de recursos monetarios en efectivo, sin duda trae consigo diversas implicaciones, debido a la complejidad en el manejo del recurso y el gasto que representa para el beneficio cercano a los siete millones de familias en todo México; dinero que se ha repartido de manera bimestral desde el año 2002 con el extinto programa Oportunidades (PROSPERA, 2016).

La derrama económica que se produce con el pago de estos apoyos en lugares centrales ha generado una serie de modificaciones en el consumo de las familias, así como en los modos de vida y en las relaciones espaciales, a partir de los contantes flujos de intercambio entre los territorios vecinos.

Referencias

Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo*. Fondo de Cultura Económica. México.

Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL).(2015). Acuerdo por el que se emiten las Reglas de Operación de PROSPERA Programa de Inclusión Social, para el ejercicio fiscal 2016, México. Diario Oficial de la Federación.

- García, N. y Sánchez, A. (2016). Influencia del programa Oportunidades en el comercio de La Concordia, Ayutla de los Libres, Guerrero *Estudios Sociales*, 24(47), 100-127.
- Garrocho C., Álvarez-Lobato, J. y Chávez, T. (2012). Aglomeración espacial de establecimientos comerciales en un centro tradicional de negocios. Un análisis basado en las funicones K. *Revista Economía Mexicana. Nueva Época*, XXI (1), 93-131.
- Garrocho, C. (2005). Localización, localización, localización: el manejo del espacio en la competencia entre centros comerciales. *Estudios demográficos y urbanos*, 20 (3), 449-494.
- Garrocho, C. (2003). La teoría de interacción espacial como síntesis de las teorías de localización de actividades comerciales y de servicios. *Revista Economía, Sociedad y Territorio*, IV (14), 203-251.
- González, Ó. (2005). Papel de la localización en la selección de establecimiento minorista: un enfoque tridimensional. *Distribución y consumo*, (80), 100-107.
- Huitrón Rodríguez, R. y Monroy Gaytán, F. (2008). Consideraciones teóricas para el estudio de la industria alimentaria y su inserción en el comercio moderno de alimentos en México. En Balderas, M., Monroy, F., Carreto, F. (Coord.) *Geografía, procesos socioeconómicos y espaciales en México. Fundamentos teórico-metodológicos y estudios de caso*, México: Universidad Autónoma del Estado de México, 95-111.
- Malinowsky, B. y De la Fuente, J. (2005). La economía de un sistema de mercados en México. Un ensayo de etnografía contemporánea y cambio social en un valle mexicano. Universidad Iberoamericana-Colección Teoría social.
- Mérida, Y. (2006). *Proceso de Crecimiento Urbano de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas 1960-2000* (Tesis inédita de licenciatura). Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Polanyi, K. (1976). El sistema económico como proceso institucionalizado. *Antropología y Economía. Clásicos y contemporáneos en antropología* CIESAS-UAM-UIA. 155-178.
- PROSPERA (2016). ¿Qué es PROSPERA Programa de Inclusión Social?. Recuperado el 19 de junio de 2017, de: <http://www.gob.mx/prospera/documentos/que-es-prospera>

- Romero Valle, S. y Chias Becerril, L. (2000). Patrones territoriales de los establecimientos comerciales de la zona metropolitana de la Ciudad de México, 1997. *Investigaciones Geográficas*, (42), agosto, 134-156.
- Rojas, C., Muñiz, I., y García-López, M. (2009). Estructura urbana y policentrismo en el Área Metropolitana de Concepción. *EURE (Santiago)*, 35(105), 47-70.
- Sarasa, A., J. (2013). Equipamiento comercial y organización territorial. *Papeles de Geografía*, (57-58) enero-diciembre, 35-53.
- Smith, C. (1991). Sistemas socioeconómicos regionales: modelos geográficos y problemas socioeconómicos combinado, en Pedro Pérez Herrero (Comp.), *Región e historia en México (1700-1850)*, México, Instituto Mora. 37-98.