

EL CONSUMO DE FRIJOL EN EL ESTADO DE DURANGO

Bean Consumption in Durango State

O. H. Velasco González^{1,2}, S. Echavarría Almeida, G. Baca U.^{2,3}, M. C. García, L.⁴ y P. Peralta, Ch.⁵

¹CIIDIR-IPN-Unidad Durango,

²Becario EDI y COFAA

³UPIICSA-IPN, ⁴Facultad de Ciencias Químicas, UJED, ⁵Instituto de Ciencias Sociales, UJED. E-mail: ovelasco@hotmail.com

RESUMEN

Se estudió el consumo de frijol en Durango, Dgo. y la Comarca Lagunera N=1908, estratificadas por ingresos y escolaridad, entre 1- 3, 4-6, 7-10 y más de 10 salarios, con un nivel de confianza del 95 por ciento y un error del 20 por ciento. El consumo en Durango es menor ($\alpha=0.05$ %) a la Comarca Lagunera 14.56 y 18.58 kg año⁻¹ respectivamente. La percepción salarial conforma tres subpoblaciones ($\alpha=0.05$ %), la de mayor percepción, y consumos de 12.61 y 14.11 en Durango y Comarca Lagunera, la segunda 6-10 y 3-6 salarios, con consumos de 15.55y17.56 kg año⁻¹ en Durango y 18.20 y 21.10 kg año⁻¹ en la Comarca Lagunera, el tercero de (ingreso) consumo 20.56 y 22.95 kg año⁻¹ en Dgo y Comarca Lagunera. El comportamiento es semejante en escolaridad, licenciatura (consumo 14.85 y 15.43 kg año⁻¹ en Dgo y Comarca Lagunera, preparatoria y secundaria con consumos entre 15.04 y 17.54 kg año⁻¹ en Durango y 15.86 y 19.91 kg año⁻¹ para la Comarca Lagunera) consumo (preparación) 18.42 y 25.12 kg año⁻¹ en Durango y Comarca Lagunera. Prefieren frijol cocido a granel 32.84 por ciento limitando a la vida de anaquel. El frijol enlatado refrito representa un mercado potencial del 15 por ciento. El 55.07 por ciento no remoja el frijol, representando mayor flatulencia y consumo energético. El 47.30 por ciento adquiere frijol por sabor, 28.85 por ciento por precio y 23.82 por ciento por la preparación. En Durango prefieren Flor de Mayo 38.12 por ciento y en la Comarca Lagunera Pinto 54.23 por ciento. El 41.65 por ciento adquiere frijol en supermercados, 39.21 por ciento en tienditas y tortillerías. El mercado potencial lo constituyen las botanas nutritivas 89 por ciento, constituyendo un mercado atractivo, para desplazar a los productos chatarra, incrementando considerablemente el valor agregado del frijol.

Palabras clave: Alimentación, Leguminosas, Durango.