

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

**FACULTAD DE ECONOMIA**



**DESCRIPCION Y ANALISIS DEL  
PROGRAMA  
CONASUPO-COPLAMAR DE  
ABASTO A GRUPOS  
MARGINADOS.**

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

**LICENCIADO EN ECONOMIA**

P R E S E N T A

**ELIZABETH HILDA ALCARAZ**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A MI MADRE

Con el cariño y respeto que se merece  
por haberme enseñado el camino de la vida,

A MI HIJO

Pablito, ese motor que  
impulsa mi superación de  
cada día y el que da luz  
a mi existencia,

A MI COMPAÑERO, AMIGO Y ESOSO

Con el más profundo de los agradecimientos  
por la ayuda y el apoyo que me ha brindado  
en todos los momentos de mi vida sin los  
cuales no hubiera sido posible mi formación  
profesional, así como la realización de éste  
trabajo,

A MI SOBRINA

Alejandra, mi segunda hija  
compañera y hermana de Pablito.

A LOS COMPAÑEROS DE TRABAJO

Que de una u otra manera supieron  
brindarme el apoyo que necesité.

## C O N T E N I D O

INTRODUCCION ..... 1

CAPITULO I ..... 8

MARCO TEORICO DE REFERENCIA RESPECTO A LA CRISIS  
AGRICOLA, AGRICULTURA DE SUBSISTENCIA Y GRUPOS  
MARGINADOS

- 1.1 CRISIS AGRICOLA
- 1.2. AGRICULTURA DE SUBSISTENCIA
- 1.3 GRUPOS MARGINADOS

CAPITULO II ..... 31

ESTRUCTURA COMERCIAL DE MEXICO

2.1 DEFINICION

- a) Abasto
- b) Comercialización
- c) Distribución

2.2 COMERCIO PRIVADO

- a) Comercio Moderno
- b) Pequeño Comercio Tradicional
  - 1. Mercados Públicos
  - 2. Abarrotes y Misceláneas
  - 3. Mercados Sobre Ruedas
  - 4. Tianguis
  - 5. Concentraciones

2.3 COMERCIO OFICIAL

- a) DICONSA
  - 1. Tienda CONASUPO Urbana y Rural
  - 2. Centros Comerciales
  - 3. Conasupers "A"
  - 4. Conasupers "B"
- b) Dependencias Estatales

## 2.4 COMERCIO MIXTO

- a) Cooperativas de Consumo
- b) Tiendas Sindicales

## CAPITULO III ..... 64

### CARACTERISTICAS DEL PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS.

- 3.1 ANTECEDENTES DEL PROGRAMA
- 3.2 OBJETIVOS DEL PROGRAMA
- 3.3 OPERACION DEL PROGRAMA
- 3.4 INTEGRACION DEL PROGRAMA A NIVEL NACIONAL
- 3.5 COMPROMISOS Y OBLIGACIONES DE CONASUPO Y DE COPLAMAR
- 3.6 PARTICIPACION DE LAS SECRETARIAS DE COMERCIO, DE PATRIMONIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, DE ASENTAMIENTOS HUMANOS Y OBRAS PUBLICAS EN EL PROGRAMA.
- 3.7 PARTICIPACION Y RESPONSABILIDADES DE LAS COMUNIDADES.

## CAPITULO IV ..... 85

### IMPLANTACION DEL PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR

- 4.1 MECANISMOS DE PRESELECCION, CAPACITACION Y CONTRATACION DEL PERSONAL DEL PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR.
  - 4.1.1 PRESELECCION DE PERSONAL
    - a) Fases de la preselección
      - Difusión del Programa
      - Aplicación de Instrumentos
  - 4.1.2 CAPACITACION
    - a) Definición
    - b) Metodología
    - c) Estrategia
    - d) Capacitación inicial
    - e) Estructura temática
    - f) Capacitación permanente
  - 4.1.3 CONTRATACION

CAPITULO V ..... 127

PRINCIPALES FUNCIONES DEL PROMOTOR Y DEL ENCARGADO DE LA TIENDA  
EN EL PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR.

5.1 EL PROMOTOR

- a) Definición
- b) Funciones de difusión, información y orientación
- c) Funciones de Investigación

5.1.1 FUNCIONES PREOPERATIVAS Y OPERATIVAS

- a) Programación e información de actividades
- b) Investigación
- c) Ubicación de tiendas
- d) Difusión
- e) Información
- f) Organización
- g) Participación
- h) Supervisión
- i) Orientación
- j) Coordinación
- k) Evaluación

5.1.2 PRINCIPALES FUNCIONES DEL ENCARGADO DE LA TIENDA

5.1.3 PRINCIPALES FUNCIONES DEL COMITE RURAL DE ABASTO

CAPITULO VI ..... 154

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA ..... 159

ANEXOS

## PROLOGO

La presente tesis fue desarrollada en forma elemental, sencilla y clara respecto a los capítulos que la integran. El marco de referencia teórico respecto a la crisis agrícola, agricultura de subsistencia y grupos marginados fue elaborado como una fuente de información sobre los aspectos políticos del desarrollo económico del país a partir de los años cuarentas. Su finalidad es la de tener una aproximación del significado de la crisis agrícola, agricultura de subsistencia y grupos marginados.

El capítulo Estructura Comercial de México constituye una aproximación al conocimiento de las principales características del comercio privado y oficial del país. Para ello hemos intentado expresarnos con claridad, utilizando un lenguaje claro; presentando esquemáticamente las características que conforman la estructura del comercio en México.

En el capítulo tercero Principales Características del Programa CONASUPO-COPLAMAR proporcionamos la explicación de los aspectos más significativos del Programa que corresponden principalmente a la organización de las comunidades, administración, operación y financiamiento del Sistema en los niveles de región y de comunidad.

En la implantación del Programa proporcionamos ejemplos expli  
cativos de la forma en que éste se fue desarrollando, desde -  
su inicio, con la difusión, preselección y contratación del -  
personal mencionando cada una de las fases que se llevaron a  
cabo.

En su desarrollo se requirió de participación en las activida  
des que hicieron posible su ejecución por ello en el capítulo  
quinto se describen en forma pormenorizada las principales ac  
tividades del promotor del Programa, procurando explicar tam-  
bién en forma esquemática y de una manera clara y sencilla -  
las funciones organizativas y operativas del promotor.

Los capítulos pretenden promover la reflexión del Programa -  
más importante, a nuestra manera de ver, implantado por el Es  
tado en la última década. Definitivamente hemos omitido la -  
repetición de conceptos dogmáticos o formulación de preguntas  
y respuestas preconcebidas que pudieran distorcionar el Pro-  
grama, por el contrario, la aplicación de conceptos fueron -  
utilizados solamente en correspondencia con el mismo, y por -  
tratarse de una tesis que describe el programa CONASUPO-COPLA  
MAR, hemos utilizado la terminología utilizada por las insti-  
tuciones participantes en él. Si la tesis, de por sí, presen  
ta dificultad, para una persona que no conoció la experiencia,  
no debe ésta de complicarse más.

Por último debo señalar que la tesis fue elaborada conjuntamente con mi compañero Pedro Pablo Uvence Rojas, ambos compartimos la misma experiencia en el Estado de Chiapas. Nos pareció importante elaborarla de tal manera como participamos dentro de las prácticas de la institución, es decir, que fuera un reflejo filosófico, político, administrativo y operativo de la institución que diseñó y puso en marcha el Programa. Por lo anteriormente señalado no corresponde a nosotros su evaluación y crítica.

## INTRODUCCION

### ALGUNAS CONSIDERACIONES METODOLOGICAS

La presente tesis contiene: marco teórico general de referencia - respecto a la crisis agrícola en México, con sus causas y sus efectos; descripción y análisis del Programa CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados, tomando en cuenta los aspectos filosóficos, políticos y económicos que le dieron origen; descripción y análisis de la estructura de organización para la distribución en los niveles de comunidad y región.

La metodología utilizada en la elaboración de la tesis tiene dos niveles sucesivos:

### TECNICOS Y PRACTICOS

Descripción y análisis de los documentos teóricos de las instituciones CONASUPO y COPLAMAR y del Programa CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados, así como la descripción y análisis de la información recopilada y seleccionada en la etapa de ejecución, seguimiento y evaluación de dicho Programa, es decir, el conjunto de problemas sociales, políticos y operativos de las comunidades, Comités Rurales y Consejos Comunitarios de Abasto fueron recopilados y jerarquizados en actas y formatos para ser sistematizados en bloques de información.

## CONCEPTUALES

Los conceptos utilizados en el análisis y descripción del Programa están estrechamente relacionados entre sí. Explican fundamentalmente el proceso de la distribución, así como los aspectos políticos, sociales y operativos en los niveles de región y comunidad. Constituyen herramientas conceptuales metodológicas que sirven para procesar la información, a través del análisis y la reflexión, en conclusiones de los principales problemas existentes.

Al utilizar las herramientas teóricas o conceptos fue necesario reflexionar respecto a la utilidad que nos pudieran proporcionar, de la misma manera que, cuando utilizamos una herramienta (hacha o martillo) pensamos si son las más adecuadas para nuestro fin.

La utilización del método, para manejar las herramientas conceptuales, no consiste, desde luego en su aplicación mecánica acomodando la realidad a los conceptos como si la realidad nos diera el conocimiento correcto. Por el contrario, es el proceso de razonamiento y de reflexión de las ideas y experiencias de las comunidades, que con apoyo de los conceptos ya sistematizados por científicos sociales, lo que nos suministra un conocimiento más objetivo de la comunidad o región. Por ejemplo: al aplicar el concepto de región definido como la "porción de territorio determinada por características geográficas, étnicas, lingüísticas y

administrativas" o como "el espacio geográfico, económico y ecológico de un determinado lugar", comprendimos que, además de la existencia de estas características, existían otras que iban más estrechamente relacionadas con los objetivos políticos, organizativos e ideológicos del Programa CONASUPO-COPLAMAR, en las comunidades y regiones. Es decir, denominamos regiones políticas al conjunto de comunidades con más disposición para organizarse y regiones ideológicas al conjunto de comunidades más avanzadas con relación al grado de entendimiento y comprensión del Programa. Con lo anteriormente expuesto, pretendemos ilustrar la relación que existe entre los conceptos y las prácticas de los agentes institucionales y sus relaciones con las comunidades.

La elaboración y relación de estos nuevos conceptos, regiones políticas e ideológicas, nos sirvieron como nuevas herramientas que fueron aplicados, a su vez, a otros factores relacionados con las estructuras de intermediación y de poder en las comunidades y regiones. En síntesis, la aplicación de los conceptos ya elaborados en la realidad o proceso que queremos conocer o transformar constituye, desde nuestro punto de vista, la metodología conceptual.

Un concepto muy importante que aplicamos para conocer a las comunidades y a las regiones es el de conjunto de problemas, el cual empezaremos a definir diciendo que: toda realidad es un proceso y todo proceso es un conjunto de problemas, por ejemplo: la co-

mercionalización de productos en regiones donde es determinante la agricultura de subsistencia, constituye una realidad por las características que la definen y a la vez un proceso complejo de problemas que se encuentran en constante movimiento, en los que algunos se manifiestan por diferentes mecanismos de exacción del excedente agrícola del campesino. Estos mecanismos constituyen diversas relaciones entre los agentes intermediarios y el campesino. Entre el campesino y el intermediario media una relación de intercambio de mercancías que se caracteriza de acuerdo con el contrato jurídico e ideológico que se establece; prueba de ello son los préstamos de capital en moneda o en insumos, la mediería, el alquiler de yuntas o tractores, etc., que constituyen conjuntos de problemas articulados y relacionados entre sí de una manera específica.

Consideramos que para conocer un proceso, sea éste de producción, distribución o consumo, es indispensable conocer el conjunto de problemas así como cada uno de ellos. Definir una realidad mencionando uno, dos o tres problemas de un mismo proceso aunque se mencionen sus relaciones, pensamos, es incorrecto. Tener presente el mayor número posible de ellos y sus relaciones, destacando los fundamentales, principales y secundarios; conociendo el papel que desempeñan, la posición que ocupan como determinantes o determinados, así como la influencia que tienen entre sí y con todo el conjunto, creemos que es lo más correcto, en términos de método, para conocer un proceso social, político o económico de una comunidad o región.

Toda comunidad o región tiene un conjunto de problemas que por su naturaleza se distinguen unos de otros, unos son complejos y otros sencillos. Al solucionar uno o varios problemas es necesario analizar cada uno de ellos y concluir con diferentes alternativas de solución. No basta tener conocimiento de ellos, lo importante es incidir sobre ellos y, solamente se incide, de forma correcta, si las soluciones que analizamos se realizan conjuntamente con los miembros de la comunidad.

El papel del promotor o supervisor regional debe de ser de orientación en la solución de los problemas sencillos y complejos; por ejemplo, las decisiones acordadas por la Asamblea de la comunidad respecto a la construcción o habilitación del local de la tienda constituye una solución sencilla, pero la implementación de mecanismos de ejecución de la decisión constituye una solución compleja, ya que requiere de la organización de comisiones encargadas de ejecutar tal decisión, requiere pues de la designación, en la misma asamblea, de responsables con funciones concretas para su cumplimiento.

Al resolver parcial o totalmente los problemas de forma permanente y por etapas se podrá pasar a otros problemas. Conviene recordar que, los problemas están en constante movimiento, y por lo tanto, los métodos que se utilicen variarán según los momentos. En resumen, el concepto conjunto de problemas nos sirve para conocer, entender, diferenciar, definir y jerarquizar las con

tradiciones internas, externas, fundamentales, principales, secundarias y sus relaciones en una comunidad o región.

Otro concepto que está relacionado con el conjunto de problemas, es el de estructura, el que se ha definido como "el arreglo o disposición de las diversas partes de un todo". Los elementos de una estructura se encuentran relacionados según una organización de conjunto. Son estas relaciones las que determinan las funciones que desempeñan cada una de las partes, es decir, esta estructura nos es conocida a partir del entendimiento y comprensión de las posiciones y de las relaciones que tienen las partes entre sí. Por ejemplo, el Consejo Comunitario, organismo de decisión regional para la distribución de productos básicos es el espacio donde se mueven los agentes institucionales (CONASUPO, COPLAMAR, SARH, BANRURAL, etc.) y los representantes elegidos por las comunidades para analizar los problemas de abasto, insumos y créditos. En el estudio de estos problemas intervienen aspectos económicos, ideológicos, políticos, administrativos, etc., que sustentan como funciones y responsabilidades cada uno de los agentes que intervienen en él. Entender y comprender las relaciones y posiciones que tienen cada una de las instancias políticas, económicas e ideológicas a través de sus representantes, es atender su estructura de organización. Según la estructura de organización propuesta por el Programa, la decisión la tienen los representantes de las comunidades; la orientación corresponde a los agentes y la ejecución pertenece a todos los integrantes

que participan en el Programa conjuntamente con las comunidades según los acuerdos tomados en las actas de los Consejos Comunitarios de Abasto y las actas constitutivas de las comunidades.

La estructura de participación organizada para la distribución - fue implementada, como un mecanismo de capacitación en las comunidades y en los Consejos a través de las siguientes preguntas: ¿quién decide en la comunidad y cómo se decide? ¿quién orienta la decisión y cómo se orienta? ¿quién ejecuta y cómo se ejecuta?. Lo anterior estaba enfocado para que los campesinos, a través de sus propias respuestas tomaran conciencia respecto a la estructura interna de la comunidad y del Consejo.

CAPITULO I. MARCO TEORICO DE REFERENCIA RESPECTO A LA CRISIS AGRICOLA, AGRICULTURA DE SUBSISTENCIA Y GRUPOS - MARGINADOS.

1.1 CRISIS AGRICOLA

En el transcurso de la Segunda Guerra Mundial, fundamentalmente en el comienzo de la década de los años 40, fué concebido, por los nuevos dirigentes políticos, un nuevo modelo de desarrollo para el país que se fundamentaba en el crecimiento industrial. Este punto de vista estimaba que el sector agropecuario debería pasar por una nueva transformación, en el que los campesinos - con mayores recursos de tierra, agua, insumos, tecnología e infraestructura pasaran a convertirse en empresarios agrícolas y los campesinos con bajos recursos también de tierra, agua, insumos, tecnología e infraestructura pasaran a convertirse en asalariados agrícolas o en obreros industriales. Desde este punto de vista el campo quedó supeditado a las necesidades que requería el modelo de desarrollo industrial.

Durante 25 años, de 1940 a 1965, la agricultura del país tuvo un crecimiento importante debido a que el desarrollo de la economía fué mayor que el aumento de la población. El ritmo de crecimiento hasta 1965, fué de un 6.5% contra un aumento de la población de un 3.5%. Durante este período de floreciente desarrollo económico llamado "el milagro mexicano", el país, aprovechando la

coyuntura de la Segunda Guerra Mundial, exportó en los mercados internacionales, productos de origen agropecuario. La oferta - de estos productos fué mayor que la demanda de los alimentos - que requería la población del país.

La Segunda Guerra Mundial hizo posible la ampliación de la capacidad productiva del país al atender el aumento de la demanda - de exportaciones a los Estados Unidos de Norteamérica, así como la demanda nacional que no podía abastecerse con importaciones pues sus proveedores se encontraban en guerra. Esta situación propició que se aflojaran los lazos de dependencia con los Estados Unidos de Norteamérica, ocasionando con esto el desarrollo de actividades industriales productoras de bienes de consumo - que antes se importaban. Por otra parte, los efectos de la política económica y social del General Lázaro Cárdenas: reparto de 18 millones de hectáreas de tierra, nacionalización de ferrocarriles, expropiación del petróleo, constitución de la Comisión Federal de Electricidad y el Banco Nacional de Crédito Ejidal, apoyo a la construcción de caminos y obras de riego, constitución de organizaciones obreras y campesinas, así como el impulso al proceso de industrialización y urbanización, ampliaron las bases de desarrollo agrícola.

Este modelo de desarrollo económico repercutió de manera significativa en la estructura del campo mexicano, a causa de que el crecimiento económico se manifestó en forma desigual en los -

diversos sectores de la población agrícola. Los pequeños y medianos productores agrícolas fueron los principales contribuyentes de los demás sectores de la economía, pero fundamentalmente de la industria alimentaria, textiles, muebles y zapatos, etc., al suministrar a bajos precios las materias primas y productos de origen agropecuario que necesitaba el desarrollo industrial de México.

La desigualdad en la estructura agrícola se intensificó al fortalecer a las empresas agropecuarias como unidades económicas - de alto poder productivo. El latifundismo, en sus diferentes modalidades apareció en el medio rural mexicano como un fenómeno ligado a los cultivos comerciales de exportación. Los latifundios asumieron diversas formas jurídicas de propiedad y de explotación de la tierra de los cuales mencionaremos los más importantes:

a) Latifundio territorial

Se caracteriza por la extensión de la propiedad de la tierra, no necesariamente compacta, ésta puede estar dispersa geográficamente. Su característica principal radica en la intensificación tecnológica en las diferentes propiedades haciendo aumentar la productividad de la tierra.

b) Latifundio financiero

Se caracteriza por ser una forma de producción empresarial que consiste en la inversión de capitales para la siembra de cultivos rentables (banano de importación, algodón, etc.) en pequeñas propiedades o tierras ejidales rentadas. Este tipo de latifundio constituye una forma de extracción del excedente producido en el campo para ser transferido a la ciudad.

c) Latifundio mixto

Se caracteriza por la combinación de dos formas de latifundios: por la extensión territorial que se ejerce a través de tierras rentadas en ejidos o pequeñas propiedades, con la finalidad de obtener ganancias en cultivos agrícolas rentables y por la intensificación tecnológica en la producción agrícola a través de grandes inversiones de capital, así como por el control empresarial que se ejerce en la división del trabajo.

En otras palabras, se dió apoyo, por parte del Estado, al crecimiento agrícola de un sector empresarial comercial. Por otra parte se dejó en el abandono y al empobrecimiento a pequeños y medianos productores agrícolas usufructuarios de pequeñas superficies de malas tierras, medida que posibilitó que la estructura agraria de México quedara conformada en dos tipos diferentes de producción: agricultura capitalista comercial y agricultura de subsistencia.

La industria creció a costa de la agricultura, el campo abasteció a la industria de fuerza de trabajo y de financiamiento, a través de transferencia de valor. Esta transferencia de valor se dió también mediante precios baratos de los alimentos y mate rias primas. De una manera más detallada nos referiremos a las funciones principales que desempeñó el sector agrícola en el crecimiento industrial de México:

a) Abastecimiento de alimentos a bajos precios

La agricultura proporcionó durante décadas, a través de los pre cios de garantía, alimentos básicos a los centros urbanos, de tal manera que, la reproducción de la fuerza de trabajo del obrero hizo atractiva la inversión en el sector industrial.

b) Abastecimiento de materias primas a la industria a precios inferiores que los del mercado internacional.

Esta situación hizo que la industria se capitalizara, al obtener altas tasas de ganancia, a costa de los bajos precios de ma terias primas de los productos agropecuarios.

c) Transferencia de la fuerza de trabajo rural hacia la industria.

Debido al proceso de empobrecimiento del campo mexicano se regis

tró una fuerte inmigración, a mediados de la década de los 60, hacia los centros urbanos, de tal manera que llegó a saturar la demanda de fuerza de trabajo industrial, medida que contribuyó a estabilizar los salarios y, además, a formar las colonias populares de poseionarios precaristas.

d) Exportación de productos agropecuarios y materias primas

La exportación de productos agropecuarios tuvo como finalidad - la obtención de divisas para comprar tecnología e insumos necesarios que requería el ritmo de crecimiento del país. Conviene señalar que en el año de 1960 mas del cincuenta por ciento de - los productos de exportación los proporcionaba el sector agropecuario.

e) Transferencia del excedente económico del campo a la ciudad.

Esta transferencia del excedente económico del campo a la ciudad permitió la acumulación de capital en los restantes sectores de la sociedad.

La forma específica que tuvo el crecimiento capitalista en nuestro país de 1940 a 1965 originó el surgimiento de una crisis - económica que tuvo como consecuencia los siguientes factores:

1. Fortalecimiento de las empresas agrícolas comerciales extrangeras principalmente norteamericanas orientadas a producir mer-

cancias agropecuarias para los sectores de clase media y alta, con objetivos de rentabilidad económica. Esta situación impuso patrones nuevos de consumo donde los pobres de la ciudad y el campo quedaron excluidos y dieron como consecuencia que el mercado interno se redujera en detrimento de las líneas productivas de los cultivos populares.

2. Proteccionismo a la industria a través de políticas de protección a la industria por parte del Gobierno del Estado que se manifestaron en subsidios, precios bajos de energéticos, transporte ferroviario, etc., trajeron como consecuencia que la industria instalada en el país se transformara en ineficiente (baja productividad, mala calidad de los productos) y ocasionara con ello el cierre de los mercados internacionales. Las exportaciones de productos mexicanos tuvieron un crecimiento lento, de tal manera que la industria fué incapaz de absorber la fuerza de trabajo desempleada por la crisis en el campo.

3. En el año de 1965 se manifestó, entre otras, una contradicción con características irresolubles hasta nuestros días: la balanza comercial agrícola de México registró un saldo favorable del orden de 600 millones de pesos debido al equilibrio existente entre la exportación de productos agrícolas excedentes y la reducción de las importaciones de productos y materias primas. En el mismo año, aparecen los primeros signos de la crisis agrícola que se expresa en el descenso de la producción

de alimentos que de 1940 a 1965, había sido de un promedio mayor del 5% y que de 1965 a 1970, este promedio disminuyó al 1.2%. De 1970 a 1974 desciende a un agudo estancamiento del 0.2%<sup>1/</sup>. Esta situación provocó la elevación de los precios de los alimentos básicos y de las materias primas.

México se sometió a un brusco desplazamiento: de exportador de productos agrícolas pasó a ser importador de los mismos. El Gobierno del Estado tuvo que importar productos alimentarios básicos en los mercados internacionales a precios superiores que en los mercados nacionales que, al importarlos tuvo que equilibrarlos de acuerdo con los precios nacionales, dando como consecuencia políticas de subsidios a las importaciones de productos básicos, medidas que ocasionaron desequilibrio y déficit en la balanza comercial de pagos. Esta falta de producción de alimentos trajo como consecuencia el estancamiento agrícola y tuvo efecto inmediato en el deterioro económico de las unidades productivas ejidales y comunales que al no tener alternativas económicas en sus propias comunidades emigraron hacia las ciudades. Cinco millones de campesinos dependen de dos millones de predios temporaleros que no les proporciona lo suficiente para vivir.

Estos factores fundamentalmente fueron los que provocaron la crisis de la economía mexicana que, al coincidir con la crisis

---

<sup>1/</sup> Sistema CONASUPO-COPLAMAR. Manual de Consulta y Operación. pág. 16

internacional, se manifestaron en un crecimiento económico lento o nulo, inflación desbordada, inversión privada paralizada y devaluación del peso.

Existen otros factores, tanto internos como externos, que intervinieron en la configuración de la crisis agrícola, de los cuales podemos mencionar los siguientes:

a) Agotamiento de las tierras agrícolas

La tierra es un bien limitado cuyas características influyen en el proceso de producción agrícola, unas son de mejor calidad que otras o están mejor ubicadas de los centros comerciales, por lo tanto, lo es también su disponibilidad. El agotamiento de las tierras de buena calidad data desde el año de 1940 en el que el ejido es concebido, entre otros, como un medio de control de dicho reparto.

b) Falta de atención a la producción

La falta de estímulos a la producción agropecuaria se manifiesta específicamente en la política de precios agrícolas, los cuales favorecieron a los sectores de la población de los centros urbanos.

c) Falta de organización

La desorganización de las comunidades ejidales y comunales, así como de pequeñas propiedades, dieron como origen la participación o atomización de pequeñas superficies que se dedicaron a la producción de alimentos básicos como el maíz y el frijol destinados a la subsistencia.

d) Saturación de los productos agrícolas en el mercado internacional.

Esta situación produjo la baja de los precios del henequén, el algodón y el azúcar.

Los efectos de este tipo de desarrollo del sector agrícola han afectado a la producción, al empleo, comercialización, servicios básicos (salud, educación, agua potable, electrificación, comunicaciones, etc.) y distribución de la riqueza. Lo anterior ha provocado tensión e inestabilidad política en el campo, la cual se manifiesta en violencia por parte de sus habitantes que se han visto marginados del desarrollo social.

## 1.2 AGRICULTURA DE SUBSISTENCIA

La falta de producción de alimentos básicos, unido al problema de comercialización de los mismos, constituyen los dos aspectos fundamentales en que se manifiestan los actuales problemas agrícolas en nuestro país.

Generalmente el tipo de agricultura prevaeciente en el campo

mexicano está caracterizado por una agricultura de subsistencia tradicional y atrasada y por una agricultura desarrollada integrada al mercado nacional e internacional.

En el primer tipo de agricultura los campesinos tienen la posesión real o usufructo de una pequeña superficie de tierra generalmente de mala calidad por no tener profundidad en la capa arable, fertilidad natural y agua.

La agricultura de subsistencia se distingue también por la falta de infraestructura (canales de riego, caminos, comunicaciones), de tecnología (maquinaria e implementos agrícolas modernos) y de insumos (fertilizantes, semillas mejoradas, insecticidas, herbicidas, etc.).

El segundo tipo de agricultura está caracterizado por tener un sector de campesinos agricultores poseedores de los principales medios de producción: tierra, agua (obras de riego), insumos, herramientas, máquinas modernas, crédito, asistencia e investigación agrícola y fuerza de trabajo asalariada.

La agricultura de subsistencia tiene dos métodos para cultivar la tierra: uno llamado trashumante y el otro sedentario que se distinguen entre sí por tener diferencias, principalmente geográficas, ecológicas y técnicas.

La agricultura trashumante está considerada como primitiva porque busca realizar la siembra con criterios de fertilidad natural. La utilización de la fuerza de trabajo está aplicada fundamentalmente en las faenas de rosa, tumba y quema de malezas y la siembra, que se realizan con instrumentos de labranza rudimentarios como el hacha y la coa. Este tipo de agricultura se realiza en regiones con grandes planicies llamadas del trópico húmedo que tienen suelo arcilloso. Se le ha caracterizado también como una forma irracional de destruir los suelos y los bosques.

La agricultura sedentaria, por lo contrario, se le ha caracterizado como históricamente más adelantada porque cuenta con instrumentos más desarrollados para trabajar la tierra, como la yunta que es movida por tracción animal y otros instrumentos de labranza. La fuerza de trabajo está destinada principalmente a las labores de roturación de la tierra, a la siembra y la cosecha. La tierra posee una capa arable y algunas regiones tienen humedad natural.

Los campesinos, en ambos casos, se dedican a las labores de los cultivos de maíz y frijol, los cuales están destinados directamente para el autoconsumo. Se dedican también a los cultivos de algunas especies hortícolas y frutícolas, así como a la crianza de algunos animales mayores y menores que les sirven para complementar su dieta alimenticia.

Los productos obtenidos de la explotación de las pequeñas superficies de tierra no son suficientes para cubrir las necesidades fundamentales de alimentos para reproducir la fuerza de trabajo del campesino como la de su familia.

"En el medio rural mexicano los niveles deitéticos, tanto consumo protéico como consumo energético por día puede equipararse al que se tiene en la población rural de la India y Egipto, considerados países pobres a nivel mundial en este sentido.

De los tres millones de niños que nacen al año, por lo menos 2.5 nacen en un medio ecológico y en un sistema económico que propicia la desnutrición y las enfermedades de carácter infeccioso, por lo tanto no pueden desarrollar sus capacidades, no logran el desarrollo intelectual y muscular óptimo, ni reciben los adecuados estímulos ambientales para su máximo desarrollo mental y social.

Una alimentación inadecuada disminuye la posibilidad de esfuerzo, de trabajo y por lo tanto de productividad, lo que interfiere con las posibilidades de lograr un desarrollo socioeconómico constante y equilibrado.

En México se ha enfocado el desarrollo a la producción de bienes y al cuidado y mejoramiento de su recurso humano y como resultado ha logrado generar un producto nacional bruto en completa --

inscrepancia con el nivel de vida de la población.

Es indudable que México es más rico y produce mucho más de lo que come el pueblo, lo que señala claramente lo injusto de la distribución de los recursos y la falta de acción gubernamental al respecto. Este verdadero desarrollo no se puede dar sin una mejor nutrición. La causa de la desnutrición no es la falta de alimentos, sino su inadecuada distribución." 2/

Como consecuencia de lo anteriormente expuesto, los campesinos emigran hacia los centros urbanos de manera transitoria o permanente, no teniendo otra alternativa más que vender su fuerza de trabajo a la industria o a los servicios, con salarios inferiores a los mínimos establecidos legalmente "el desempleo y el subempleo son los de mayores problemas en el medio rural, 18% de la fuerza de trabajo campesina en las zonas de agricultura de temporal se subemplea con ingresos inferiores a los salarios mínimos rurales vigentes y un 44% sólo tiene ocupación asalariada cada tres meses". 3/ Estas ocupaciones son comúnmente temporales, las cuales son realizadas cuando las labores agrícolas han terminado. El ingreso obtenido por estas actividades está destinado fundamentalmente para el consumo de alimentos básicos.

---

2/ Sistema CONASUPO-COPLAMAR La Dieta en las Zonas Marginadas. Anexo 1 pág. 1-2, 1979.

3/ COPLAMAR. Bases para la Acción 1977-1982, pág. 9, 1977.

Por otro lado, obtienen sus ingresos al vender parcial o totalmente sus cosechas a los comerciantes locales, transportistas, caciques y otros intermediarios de los cuales reciben "financiamiento" en forma de semillas, fertilizantes, herramientas y dinero en efectivo en las épocas de los cultivos, siendo la forma de pago habitualmente en especie, según los acuerdos o condiciones impuestas por dichos intermediarios.

La anterior situación repercute en la economía de autosubsistencia por los factores ya señalados y por el desequilibrio que existe entre la compraventa de mercancías, incluyendo su fuerza de trabajo. "En el mes de noviembre de 1978 se realizó una investigación de precios en veintidós comunidades, a fin de determinar las diferencias en los precios de las tiendas CONASUPO y los pequeños establecimientos comerciales ubicados en estas áreas. De una canasta de 15 artículos de los denominados básicos, se determinó que tienen un costo de \$ 209.50, que representa comparativamente con la misma canasta CONASUPO, un incremento del 70.25%." 4/

Los campesinos reciben por su producto, precios inferiores a los de garantía y a los del mercado, situación que los descapitaliza ya que el poco excedente que producen es usurpado a través de múltiples mecanismos, por intermediarios y otros agentes económicos con los que tienen intercambios. En los cuadros siguientes podemos apreciar la situación a la que nos hemos referido.

---

4/ Sistema CONASUPO-COPLAMAR. Precios en las Zonas Marginadas y Areas Indígenas. Anexo 2. pág. 1. 1979.

PRECIOS COMPARATIVOS EN EL MERCADO PARA LOS PRODUCTOS

BASICOS EN LAS ZONAS MARGINADAS

PRODUCTO		PRECIO CONASUPO	PRECIO MIN. ZONAS INDIGENAS	DIF. %	PRECIO MIN. ZONAS INDIGENAS	DIF. %
MAIZ	kg.	3.50	4.50	29	8.00	129
ZUCAR STANDARD	kg.	2.15	12.00	26	16.00	68
ALIJOL	kg.	9.50	12.00	26	16.00	68
CAFE MOLIDA	kg.	2.00	3.00	50	6.00	200
ARROZ EN BOLSA	kg.	10.90	12.00	10	14.50	33
TABLETAS MARIAS	180 gr.	3.30	4.00	21	5.00	52
PASTA P/SOPA	200 gr.	2.00	3.00	50	5.00	150
TABLETAS ANIMALITOS	200 gr.	2.20	3.00	36	5.00	127
LECHE EVAPORADA	410 gr.	5.80	6.80	17	9.00	55
ACEITE VEGETAL	lt.	22.90	32.00	40	42.00	83
MAIZINA DE MAIZ	kg.	5.40	11.00	104	17.00	215
<b>TOTAL</b>		<b>69.65</b>	<b>97.30</b>	<b>39.6</b>	<b>139.50</b>	<b>100.3</b>

NOTA: Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados

PRECIOS COMPARATIVOS PAGADOS A LOS PRODUCTOS

BASICOS EN LAS ZONAS MARGINADAS

( 1 9 7 9 )

PRODUCTO	<u>PRECIO MINIMO</u>	<u>PRECIO MAXIMO</u>	<u>PRECIO MAXIMO</u>
	PAGADO EN LA REGION	PAGADO EN LA REGION	MAYOREO EN LOS MERCADOS DE CONSUMO
CAFE PERGAMINO	15.00	28.00	36.08
PIMIENTA	13.00	17.00	27.00
MAMEY	1.80	2.40	14.00
AGUACATE	4.00	8.00	16.50
CIRUELA	.70	.90	4.00
CACAHUATE	2.50	4.50	10.50
PILONCILLO	2.40	3.50	8.30
MANZANA GOLDEN	4.00	6.00	14.00

UENTE: Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados.

Esta situación se agrava en las comunidades mas alejadas de las vías de comunicación ya que los precios son incrementados hasta en un 300 por ciento en relación con los precios de los mercados de consumo. "Lo anterior implica que últimamente, el campesino tiene dos salidas, la primera de ellas es comer menos y la segunda es abandonar su parcela y emigrar hacia los centros urbanos. En una u otra forma, trae como consecuencia la baja producción de los propios alimentos que el campesino requiere". 5/

Los campesinos pobres que tienen niveles de vida mas bajos que los centros urbanos que viven aislados sin infraestructura básica y tecnología y que consumen una dieta en proteínas inferior a lo necesario para reproducir su fuerza de trabajo y condiciones de salud, han sido caracterizados como marginados.

### 1.3 GRUPOS MARGINADOS

El concepto marginación se ha utilizado para "caracterizar a aquellos grupos que han quedado al margen de los beneficios del desarrollo nacional y de los beneficios de la riqueza generada, pero no necesariamente al margen de la generación de esa riqueza ni mucho menos de las condiciones que la hacen posible". 6/

Dentro del medio del análisis institucional el concepto grupos

---

5/ Op. cit. pág. 3

6/ COPLAMAR. Bases para la Acción 1977-1982. pág. 3. 1977.

marginados, corresponde al "enorme déficit existente -durante centurias- en las áreas rurales en materia de alimentación, sa lud, equipamiento comunitario, equipo de apoyo a la producción y otros servicios . . . sujetos a formas particulares de arte gración al sistema actual". 7/ Este concepto se ha utilizado también para reflejar la situación de opresión en que viven - los habitantes rurales en cuanto a la tenencia de la tierra, - sistemas de comercialización de productos agrícolas, créditos para máquinas, herramientas e insumos, empleo productivo, educación, cultura e idioma, participación en la toma de decisiones en los asuntos que competen a las comunidades, consumo de alimentos básicos, etc.

En el campo socio-antropológico, el concepto grupos marginados es aplicado indistintamente por las instituciones o dependencias del Estado, a los fenómenos económicos, políticos, ideológicos y culturales de los sectores y grupos de la población - del campo más pobres del país "diez millones de habitantes se distribuyen en 83 mil comunidades dispersas menores de 500 habitantes... son estas comunidades las que carecen de los servi cios mas elementales... para el año dos mil las personas que - habiten en comunidades con menos de mil personas serán 23 millo nes de 33 que será la población rural". 8/

---

7/ Op. cit. pág. 5.

8/ Op. cit. pág. 7.

Los grupos marginados han sido caracterizados también por el lugar socio-económico, político y cultural que tienen dentro de la sociedad, como desposeídos de los principales medios de producción y por el rol que tienen dentro de las luchas sociales de naturaleza económica o política.

Desde el punto de vista económico a los grupos marginados se les ha colocado, por su nivel de ingreso, por abajo del sector obrero y de los habitantes de la ciudad "una persona se encuentra en condiciones de pobreza cuando su ingreso constituye la tercera parte del ingreso per cápita promedio del país... Tomando los anteriores datos, un 50 por ciento de la población rural podría tipificarse como marginada". 9/ En 1973, dos millones de jefes de familia, cuyas superficies agrícolas no alcanzan las cinco hectáreas, aproximadamente el 50 por ciento de la población del país, tuvo un promedio de ingresos anual de "diez mil ochocientos pesos (900 pesos al mes), de los cuales destina el 65 por ciento a su alimentación. A los precios promedio actuales, vigentes en el mercado de esas regiones, esa disponibilidad de recursos les sería suficiente para cubrir tan solo sus necesidades de dos productos: maíz y azúcar. Ello, siempre y cuando existiera la disponibilidad de abasto en todas las comunidades". 10/

---

9/ Op. cit. pág. 9

10/ Sistema CONASUPO-COPLAMAR. Distribución del gasto y Análisis de Capacidad de Compra. Anexo 3. pág. 1. 1979.

Desde el punto de vista geográfico la existencia de comunidades - aisladas posibilita la presencia de condiciones de insalubridad, desnutrición, desempleo e ignorancia "veinte millones de mexicanos mayores de 15 años no tienen educación primaria completa ... más del 50 por ciento de niños que se inscriben en el primer grado no terminan su primaria... de los veinte millones más de doce están en el medio rural, de los cuales dos millones de niños no pueden recibir el sistema educativo por vivir en comunidades dispersas". 11/

Los habitantes de las zonas desérticas y de las montañas por su misma ubicación de aislamiento, carecen de los servicios elementales para vivir, como son el agua potable, los medicamentos y los alimentos básicos para su dieta alimenticia "en 1973, catorce millones de personas carecían de agua entubada y esta cifra no se ha podido abatir actualmente... en el mismo año, 18 millones de habitantes carecieron de servicios médicos en forma permanente... la atención médica sigue centralizada... el 80 por ciento de los médicos del país residen en el Distrito Federal... 20 millones de campesinos no tienen servicios de salud, lo cual se refleja en la alta mortalidad causada principalmente por padecimientos infecciosos (contaminación fecal y hacinamiento) y parasitarios". 12/

---

11/ COPLAMAR. Bases para la Acción. pág. 11. 1977.

12/ Op. cit. pág. 11 y 12.

Las deficiencias alimentarias en las zonas rurales donde habitan los grupos marginados son altas, ya que el consumo de alimentos a base de maíz, frijol y chile es inferior a las dos mil calorías y a los cincuenta y cuatro gramos de proteínas que necesita el cuerpo humano por día. En algunas regiones y épocas del año, esta dieta desciende a niveles más bajos del mundo. La deficiencia alimentaria de estas zonas afecta principalmente a la población infantil, ya que "el 78 por ciento tiene peso y estatura por abajo de la considerada como normal en México". 13/

Desde el punto de vista histórico, los grupos marginados son el resultado de la división social de las clases, así como del tipo de estructura y funcionamiento de la sociedad mexicana. La población rural, pero particularmente la indígena, desde la época de la conquista hasta nuestros días ha sido expulsada de sus tierras por diversos medios (violencia, despojo, engaño, fraude, etc.). Aspectos culturales, económicos, políticos e ideológicos han sido impuestos a las comunidades, llegando a destruir sus propias formas de producción, organización social, alimentación, uso de tecnología, etc.

Otras causas de la marginación se deben a que las ramas más desarrolladas de la industria del país construyeron su crecimiento en detrimento de los habitantes rurales. Los sistemas de energía

---

13/ Op. cit. pág. 14.

eléctrica, hidrocarburos, comercialización de alimentos, transportes, créditos, insumos, agua potable, salud, etc., han sido encauzados hacia las grandes ciudades y en particular hacia la producción industrial, provocando con ello injusticia y desigualdad social. De esta manera podemos decir que los problemas de los marginados en las grandes ciudades son también producto de la marginación en el medio rural.

El Estado y el Gobierno Federal a través de los órganos administrativos ha canalizado cuantiosos recursos económicos en las comunidades marginadas con el objeto de integrarlas al desarrollo del país. Para ello, ha diseñado diversos programas de investigación agrícola, organización, educación, sanidad, caminos, -- agua potable y alcantarillado, crédito, etc., sin resultados positivos.

El Programa CONASUPO-COPLAMAR de abasto a grupos marginados se presenta en el escenario campesino como una alternativa de nuevo tipo, por ser un sistema integral que contempla los factores tanto organizativos como operativos para solucionar los problemas de comercialización del país.

## CAPITULO II. ESTRUCTURA COMERCIAL DE MEXICO

### 2.1 DEFINICION

#### a) Abasto

Dentro de la terminología de comercialización, este concepto significa suministro de productos destinados al mercado y al consumo. Se relaciona también con las diversas actividades que tiene el proceso de comercialización como orientación en las líneas de producción, acopio, transporte, almacenamiento, transformación y distribución de productos.

#### b) Comercialización

A este concepto se le ha definido como el proceso de enlace que abarca las diferentes actividades (acopio, acondicionamiento, selección, envase, transporte, almacenamiento y distribución) que van desde la producción hasta el consumo, mediante el cual los productores directos suministran mercancías a los consumidores finales.

El proceso de comercialización considera las siguientes etapas:

#### 1. Acopio o concentración

El acopio está considerado como la primera actividad necesaria que realiza el productor en el proceso de comercialización y

que consiste, como su nombre lo indica, en aglutinar en un mismo lugar los diferentes productos que el productor directo produce para el intercambio o el consumo y que celebra en el lugar de la producción o en el mercado de la distribución. Estos productos son desplazados, a través del transporte hacia el mercado, lugar donde se origina una relación de compra-venta entre compradores intermediarios o consumidores finales del producto.

Esta actividad también consiste en llevar a cabo la recolección y la concentración de productos a lugares apropiados con la finalidad de facilitar el trabajo de selección, envase, manejo y distribución de dichos productos.

## 2. Acondicionamiento

Es el proceso en el cual se le agrega valor al producto a través de actividades como uniformar calidad, liberar impurezas, agregar substancias para su conservación, facilitar su consumo, etc.

## 3. Selección

Es el proceso en el cual se realiza la clasificación del producto de acuerdo con los requisitos del mercado con base a tamaño, peso, grado de madurez, daños biológicos (plagas), daños

mecánicos (manejo inadecuado), etc., según las especificaciones establecidas entre productores y consumidores.

#### 4. Envase

Esta fase de la comercialización se caracteriza por dotar al producto de envases o envolturas que los protejan contra golpes, vibraciones, plagas, etc., con el objeto de evitar mermas por pudrición, derrame, desecación, etc. Facilita también el manejo adecuado de las mercancías.

#### 5. Transporte

Representa la actividad más importante del proceso de comercialización ya que interviene en todas las fases del proceso al desplazar los productos desde el lugar de origen, pasando por los de acopio, selección y envase, hasta el consumidor final. Los costos de transporte representan una parte considerable en el precio final del producto.

En nuestro país, el problema de la comercialización y, en particular el proceso de desplazamiento de los productos agrícolas ha ocasionado serios desajustes en los precios, entre otras causas, por la concurrencia de reducidos volúmenes de productos al mercado y por repetidos movimientos innecesarios de productos que afectan el ingreso real y el poder de compra de los consumidores.

c) Distribución.

La distribución de mercancías constituye la fase final del proceso de comercialización. Las mercancías producidas por los productores directos circulan a través de diversos agentes intermediarios que los hacen llegar hasta el consumidor final, - de tal manera que, según sus características, éstos configuran los diversos canales de distribución y constituyen el contacto directo, así como el enlace con los gustos, deseos y necesidades que, en materia alimentaria, demandan los diversos sectores de la población. Por consiguiente, los agentes intermediarios, tanto del sector privado como oficial, al captar esas necesidades orientan la producción hacia el cultivo de productos más rentables o socialmente necesarios para los diversos sectores sociales, llegando incluso a influir en el consumo a través de la publicidad.

La estructura de distribución en el país, como ya dijimos, está compuesta por un conjunto de agentes intermediarios que se interponen entre el productor directo y el consumidor, es decir, está compuesta por una cadena de intermediarios que van desde el vendedor ambulante hasta la moderna tienda de autoservicio privada u oficial y obtienen ganancias según los intereses y funciones que persiguen.

El proceso de distribución en México, como una de las actividades

des económicas del país, ha alcanzado una amplia división del trabajo y ha repercutido, por el alto costo que se agrega a los productos de primera necesidad, en la baja productividad al restarle poder adquisitivo a la población. Esta distribución actualmente se encuentra invertida por la conformación de una estructura comercial moderna que vende más barato y por una estructura comercial tradicional, atrasada que vende más caro, de tal manera que los ricos compran más barato y los pobres compran más caro.

La distribución de alimentos en México está estructurada de acuerdo a los diferentes niveles de ingresos que tiene la población del país. Así tenemos una estructura comercial integrada por dos tipos de comercio: Uno moderno y eficiente, orientado a satisfacer la demanda de los sectores urbanos de ingresos medios y altos, que surgió en los años 50's y creció en los 60's hasta llegar a constituir una gran fuerza económica dentro de la estructura comercial del país, de tal manera que, en la actualidad incide tanto en la producción (orientando el tipo de cultivo que necesita) como en el consumo (orientando el tipo de consumo a través de la publicidad) y, otro tradicional y atrasado, orientado a satisfacer a la población de menores ingresos, constituido por pequeñas y medianas tiendas ubicadas fundamentalmente en poblaciones rurales y urbanas. Este tipo de comercio constituye el mecanismo de distribución por el cual se abastece la mayoría de la población del país, pero principalmente el sector rural.

## 2.2 COMERCIO PRIVADO.

### a) Comercio Moderno.

El comercio moderno de alimentos está constituido por las grandes cadenas comerciales de autoservicio que poseen recursos financieros y técnicos propios y operan en las grandes ciudades (Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey, etc.). Se desarrollaron rápidamente, ya que "en 1965, el censo comercial aún no las captaba por separado. En 1970, se registraron 807 unidades. Para 1975 su número se incrementó en 2,244 y sus ventas representaron el 42% de los ingresos totales de los establecimientos de distribuidores de alimentos" <sup>1/</sup>. En la actualidad las cadenas de tiendas comerciales constituyen el sector dominante en la distribución de alimentos de las grandes ciudades.

Este tipo de comercio constituye un mercado oligopólico ya que "menos del 1% del total de establecimientos realizan más del 30% del volumen nacional de ventas. Estas cifras corresponden a aproximadamente 50 empresas privadas, operando 1,100 tiendas de autoservicio y departamentales en cadena y que en 1981 obtuvieron ingresos superiores a los 150,000 millones de pesos y generaron 10,000 millones de utilidades netas" <sup>2/</sup>.

<sup>1/</sup> Subgerencia de Estudios Económicos. La Distribución Nacional de Alimentos y la Acción del Estado. Pág. 7.

<sup>2/</sup> Subgerencia de Estudios Económicos. Estructura del Mercado Nacional y Problemática en la Distribución y Regulación de Productos Básicos. Pág. 3.

La expansión comercial de las tiendas de autoservicio se ha manifestado en el país, mediante la adquisición de otros establecimientos, así tenemos que, la cadena de tiendas GIGANTE adquiere en la ciudad de Guadalajara las tiendas MAXI y HEMUDA. La cadena AURRERA compra las tiendas NOVEDADES BERTHA. Por su parte COMERCIAL MEXICANA compra la cadena de tiendas SUMESA y, finalmente, PARIS-LONDRES adquiere las FABRICAS FRANCIA. Estos ejemplos nos ilustran la tendencia oligopólica del sector privado en la actividad comercial del país.

Si a lo anterior agregamos la asociación de capitales de las empresas comerciales extranjeras con las grandes cadenas nacionales confirmamos lo señalado, por ejemplo, el norteamericano -- Jenel es en la actualidad accionista de AURRERA; la principal cadena del mundo SE FE WAY es socio de los ALMACENES LEY de Sonora; la cadena de tiendas norteamericana K. MART es accionista principal de la cadena de TIENDAS ASTRA, pertenecientes al grupo Monterrey y; finalmente, el comerciante mayorista español -- Makro es socio de la cadena de TIENDAS SALINAS Y ROCHA.

En la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey están concentradas más de la mitad de las tiendas y de los grandes supermercados. "Existen 21 cadenas comerciales con 194 unidades comerciales que conjuntamente poseen 488,932 M2 de piso de venta y -- 2,342 cajas registradoras". 3/

---

3/ Op. cit. pág. 5

En el siguiente cuadro podemos observar las características -- principales de las tiendas comerciales privadas que operan en las grandes ciudades.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE AUTOSERVICIO QUE OPERAN EN LAS ÁREAS METROPOLITANAS DE LAS CIUDADES DE MÉXICO, GUADALAJARA Y MONTERREY

CADENA COMERCIAL	NÚMERO DE TIENDAS	SUPERFICIE DE VTA. M <sup>2</sup>	NÚMERO DE CAJAS
<u>TOTAL</u>	<u>194</u>	<u>488 930</u>	<u>2 342</u>
<u>CIUDAD DE MÉXICO</u>	<u>126</u>	<u>373 545</u>	<u>1 677</u>
AURRERA	42	123 010	646
SUMESA	38	26 903	237
COMERCIAL MEXICANA	16	91 633	297
GIGANTE	12	77 529	271
BLANCO	3	31 659	133
EL SARDINERO	4	5 711	42
LA LUJA	2	4 500	20
SUPER NOVA	2	600	8
DE TODO	1	12 000	23
<u>CIUDAD DE GUADALAJARA</u>	<u>28</u>	<u>81 465</u>	<u>353</u>
GIGANTE	11	26 297	133
MAXI	10	22 694	94
AURRERA	2	13 671	52
COMERCIAL MEXICANA	2	10 752	36
BLANCO	2	7 523	34
RICAMESA CHAPALITAS	1	528	4
<u>CIUDAD DE MONTERREY</u>	<u>40</u>	<u>33 920</u>	<u>312</u>
AUTOMERCADOS	10	15 000	139
SORIANA	3	7 500	73
AZCUNAGA	5	5 800	27
SUKSA	3	4 100	45
OXO	10	800	10
SUPER 7	9	720	18

FUENTE: Sistema de Distribuidoras CONASUPO, Subgerencia de Estudios Económicos.

Las principales características de las cadenas de tiendas comerciales son las siguientes:

1. Están integradas por centenares de mercancías.
2. Tienen un promedio de 35 departamentos por piso de venta. - El estar en un mismo local y bajo el mismo techo posibilita que la cantidad y la variedad de mercancías sea mayor (frutas, carnes, zapatos, ropa, etc.) y por consiguiente el número de demandantes aumente. Les favorece también que bajo

el mismo techo, la asociación, coordinación y organización - del trabajo sea más eficiente que el pequeño comercio.

3. Venden grandes volúmenes de mercancías, lo cual les permite manejar diferentes productos con bajas, altas y medianas uti lidades, adquiriendo con ello poder de negociación y grandes descuentos con los proveedores. Lo anterior tiene como re-- resultado que los precios sean más bajos que en el pequeño comercio y la competencia comercial sea arruinada.
4. Tienen capacidad de autofinanciamiento por sus altas utilida des así como acceso al crédito en el sistema bancario cuando lo solicitan.
5. Cuentan con personal calificado que les permite tener eficien cia en los niveles de control, administración y supervisión.
6. Ejercen tanto la planeación como la dirección única en opera ciones de distribución lo cual les permite tener economía en los costos y en el personal.
7. Suministran atención al público de manera eficiente por la - disposición de equipo y mobiliario moderno.
8. Se encuentran ubicadas en zonas donde la población tiene for mas de consumo e ingresos elevados.

9. Destinan inversiones para la publicidad de artículos gancho y ofertas que influyen en el consumidor en detrimento de éste.
10. El sistema de intermediación es mínimo ya que producen algunas mercancías o tratan directamente con los productores o fabricantes.
11. La distribución es eficiente, bien surtida con precios más bajos que abastecen a los grupos sociales de altos ingresos.
12. No tratan con intermediarios sino directamente con productores y comerciantes.
13. Obtienen grandes utilidades. Las utilidades son por volumen y no por unidades.
14. Se ubican en las ciudades preferentemente en las colonias de altos y medianos ingresos.
15. No se interesa por las zonas marginadas porque las ventas son fundamentalmente de productos básicos y los márgenes de utilidades no les son convenientes.
16. Tienen mayores plazos de pagos.

Lo anteriormente expuesto ha permitido, a las cadenas de tiendas de autoservicio, que la expansión y el monopolio del mercado de distribución de alimentos sea desproporcionado en términos de intermediación, costos, volúmenes de venta y utilidades, lo cual conduce a disminuir el nivel de vida de la población.

b) Pequeño comercio tradicional.

El pequeño comercio tradicional se ubica en forma dispersa en las áreas populares de las ciudades y en las zonas marginadas del campo. Sus actividades se encuentran canalizadas principalmente en el ramo de abarrotes, en la venta de productos básicos, ya que en éste no se requiere capital y capacidad técnica. Se integra aproximadamente por 500,000 establecimientos en todo el país, los cuales están compuestos por distribuidores mayoristas, medio mayoristas y acaparadores que son los que mayor incidencia tienen en los niveles de intermediación que junto a las pequeñas ventas y a la limitada variedad de productos, ocasionan los precios más altos del mercado.

Las características más importantes del pequeño comercio tradicional son las siguientes:

1. Se ubica fundamentalmente en el medio rural, suburbios de las zonas urbanas y en las colonias populares de las ciudades.

2. Abastece a los grupos más pobres del país.
3. Se encuentra representado por abarrotes y misceláneas.
4. Es insuficiente, mal surtido y tiene altos precios.
5. Sus precios son más altos en un 15 o 20% comparados con las tiendas de autoservicio de las grandes ciudades.
6. En los pequeños poblados rurales de las zonas marginadas, - los precios se elevan hasta un 50% y un 100%.
7. Por la magnitud de sus operaciones ocasionalmente es surtido directamente por fabricantes y productores.
8. Se caracteriza por el conjunto de intermediarios (distribuidores, mayoristas, medio mayoristas, acaparadores, coyotes) que intervienen en el proceso de distribución que ocasionan alzas en los precios, afectando con ello a la producción y al consumo.
9. Se encuentra atomizado y desorganizado, no pertenece a las Cámaras del Pequeño Comercio, motivo por el cual la capacidad de negociación es limitada o inexistente.
10. Constituye un medio de supervivencia para el pequeño distribuidor que obtiene ganancias netas menores al salario mínimo.

mo. En este caso, la distribución de mercancías no es la ganancia lo que constituye el móvil principal sino la supervivencia familiar.

11. Compran caro porque compran poco, situación que les desfavorece en relación con las grandes tiendas.
12. El financiamiento que obtiene es insuficiente y costoso y por tal motivo recurre a la usura.
13. Constituye un refugio para desempleados y subempleados por los pequeños gastos de instalación y equipo que requiere para montar la tienda.
14. Opera generalmente en forma individual o con grupos como mercados sobre ruedas, tianguis, mercados públicos y concentraciones.
15. Tienen competencia con los autoservicios que los elimina del mercado.

Para llevar a cabo sus operaciones, el pequeño comercio tradicional opera en forma individual o se agrupa en diversas formas para contrarrestar sus limitaciones. De esta manera se constituyen diversos canales de distribución de productos al menudeo como son los mercados públicos, mercados sobre ruedas, tianguis y otro tipo de concentraciones.

El pequeño comercio de distribución de productos al menudeo -  
tiene características diferentes según sean sus canales, de -  
los cuales describimos los más importantes:

#### 1. Mercados Públicos.

Es uno de los más importantes canales de distribución del - -  
país. Fueron constituídos desde hace varias décadas y finan-  
ciados por el Banco de Obras y Servicios Públicos tanto en el  
Distrito Federal como en el interior del país.

Los mercados públicos están compuestos por conjuntos de locatar  
rios aglutinados en un mismo techo que operan fundamentalmen-  
te en forma individual. Las características más importantes-  
las enumeramos de la siguiente manera:

1. Tienen un radio de acción de aproximadamente un kilómetro.
2. La actividad del locatario está en función directa con el tipo de mercancía que distribuye.
3. El surtido de mercancías es muy reducido y por lo tanto -  
adquieren mercancías en pequeños volúmenes.
4. Tienen ventas reducidas porque la variedad de mercancías-  
se concentra en productos perecederos.

5. La rotación de capital es baja
6. No utilizan equipo de refrigeración excepto cuando venden -  
carne o productos marinos.
7. Utilizan transporte de manera individual
8. Obtienen créditos extrabancarios con altas tasas de interés
9. Sus clientes son personas que habitan cerca del mercado, acos-  
tumbrados a realizar sus compras diariamente e inspeccionar -  
la mercancía, así como recibir atención directa del locatario.
10. La frecuencia con que adquieren mercancías requiere de servi-  
cios de intermediarios medio mayoristas, situación que reper-  
cute en el precio por el número de participantes en el canal  
de distribución.
11. En general, los clientes pertenecen a los sectores de medios  
y bajos recursos económicos de la población.

Se ha estimado con base al IX Censo General de Población de --  
1970, que en 1979 había 873 mercados, de los cuales 249 estaban  
en Delegaciones del Distrito Federal y 624 en el interior -  
del país. Se estimó también el número de locatarios tanto en

el Distrito Federal (64,772) como en el interior del país - - (21,401). Lo anterior lo podemos observar en el siguiente cuadro:

MERCADOS PUBLICOS CON SUS LOCATARIOS QUE OPERAN  
EN LA REPUBLICA MEXICANA 1970.

CONCEPTO	NUMERO DE MERCADOS	NUMERO DE LOCATARIOS
<u>TOTAL</u>	<u>873</u>	<u>86 173</u>
DISTRITO FEDERAL	249	52 013
INTERIOR DEL PAIS	624	34 160

FUENTE: Sistema de Distribuidoras CONASUPO. Subgerencia de Estudios Económicos. Estimaciones en base al IX Censo General de Población. 1970.

## 2. Abarrotes y misceláneas.

Comúnmente se les ha denominado tiendas de esquina, es decir, son pequeñas tiendas que venden frutas y legumbres y algunos productos menos perecederos. Las características principales que podemos enumerar son las siguientes:

1. La tienda es atendida por miembros de la familia que no reciben salario fijo por su trabajo.
2. El área de venta es pequeña, tiene aproximadamente entre 6 y 30 metros cuadrados.

3. Ocupan parte del espacio que corresponde a la casa habitación, la cual utilizan como bodega, dificultando con ello su expansión.
4. El surtido de productos es pequeño, lo cual conduce a especialización de la actividad.
5. El volumen de venta es reducido, dando como consecuencia que los precios sean altos. Se puede decir que los precios son fijados por la necesidad que tienen sus propietarios de subsistir.
6. Se establecen con poco capital, escasa habilidad administrativa y algunos trámites gubernamentales.
7. Pagan pocos impuestos, mismos que se pagan a través de convenios de cuota fija.
8. Cierran cuando fracasan o el dueño encuentra un mejor empleo. No tienen personal que indemnizar.
9. No tienen crédito y financiamiento en el sistema bancario, - por ello recurren a préstamos no institucionales, pagando altos intereses o recurren a la usura.
10. Del negocio consumen algunos comestibles necesarios para -

la reproducción de su fuerza de trabajo.

11. La tienda representa una fuente complementaria del ingreso familiar y funciona como negocio de subsistencia.
12. Carecen de técnicas de comercialización.
13. Para su abastecimiento dependen de una cadena de intermediación (fabricantes, medio mayoristas, mayoristas y pequeño comercio). Ello los conduce a violar los precios oficiales.
14. Este sector vende más caro porque compra más caro.
15. La población objetivo de éstas tiendas son los habitantes de menores ingresos, es decir, la población económicamente con más bajo poder adquisitivo.
16. Carecen de un adecuado control en sus almacenes y existencias.
17. No utilizan adecuadamente la estantería de la tienda, -  
pués ésta se utiliza para exhibir los artículos que tie  
nen mayor ganancia.
18. La competencia comercial de las grandes tiendas provoca su ruina o desplazamiento comercial.

19. Tienen menores plazas de pago.

20. Enfrentan una gran competencia publicitaria a la que no tiene acceso.

### 3. Mercados Sobre Ruedas.

Los mercados sobre ruedas constituyen un importante canal de distribución organizado por el Estado, específicamente por acuerdo de la Secretaría de Comercio. Empezaron sus operaciones en el Distrito Federal en 1969 y un año después en el interior del país. Fueron constituidos con objetivos experimentales para abatir el exceso de intermediarismo, relacionar directamente a productores y consumidores, así como para inducir y orientar a la población en hábitos de consumo alimenticios de productos de origen agropecuario.

Tienen un sistema de funcionamiento, por medio de sitios rotativos, con un radio de acción inferior a un kilómetro, que cubren grupos de vendedores o puesteros igual a los días de la semana. En cada una de las rutas o sitios de distribución existe un coordinador e inspectores que se encargan de supervisar las funciones del mercado según sus reglamentos e instructivos, así como fijar al día los precios instrumentados adecuadamente según los informes que recibe de la Secretaría de Comercio. De esta manera los mercados sobre ruedas han lo

grado constituir sus niveles de precios propios, dando como resultado que éstos sean más baratos que las tiendas de autoservicio (en productos perecederos) y de otros canales de distribución por tener costos de operación más bajos.

En el Distrito Federal existen 10 rutas que tienen 75 sitios de venta. En el interior del país, los mercados sobre ruedas operan en 18 Estados y tienen aproximadamente 350 sitios de venta. Venden según estimaciones de DICONSA 2,500 millones de pesos al año. Conviene señalar que éstos mercados, con el paso de los años, se fueron desligando de sus objetivos que les dieron origen y en la actualidad se encuentran controlados por grandes comerciantes distribuidores que operan en las ciudades.

En los cuadros siguientes se puede observar la ubicación de los sitios de venta de los mercados sobre ruedas a nivel de Delegaciones y a nivel de los Estados al interior del país.

PUNTOS DE VENTA DE LOS MERCADOS SOBRE RUEDAS

EN EL AREA METROPOLITANA 1/

1976 - 1979

DELEGACION-MUNICIPIO	1976	1977	1979
<u>TOTAL</u>	<u>69</u>	<u>78</u>	<u>75</u>
<u>DELEGACIONES</u>	<u>55</u>	<u>54</u>	<u>57</u>
GUSTAVO A. MADERO	8	8	10
ALVARO ORRBEGON	6	7	6
RENYO JUAREZ	4	4	6
COYOACAN	6	6	5
MIGUEL HIDALGO	5	5	5
AZCAPOTZALCO	4	4	4
IZTACALCO	4	4	4
IZTAPALAPA	7	5	4
TLALPAM	1	1	1
CONTRERAS	3	3	3
CUAUHTEMOC	4	4	3
VERUSTIANO CARRANZA	1	1	1
CUAJIMALPA	-	-	1
TLAHEAC	-	-	1
<u>MUNICIPIOS-EDO. DE MEXICO</u>	<u>14</u>	<u>16</u>	<u>18</u>
TLALMEPANTLA	7	7	7
CUAUTITLAN IZCALLI	1	1	3
ATIZAPAN DE ZARAGOZA	1	1	3
TULTITLAN	2	3	2
CONCALCO	1	1	1
TECANAC	-	1	1
TEXCOCO	-	-	1
NAUCALPAN	2	2	-

FUENTE: SECRETARIA DE COMERCIO Y REVISTA DEL CONSUMIDOR 1977 No. 9

1/ ESTOS PUNTOS DE VENTA SON SEMANALES.

LOCALIDADES DONDE OPERAN  
LOS MERCADOS SOBRE RUEDAS  
EN ESTADOS EN EL INTERIOR  
DE LA REPUBLICA  
1976 - 1979

* ENTIDAD	1976	1977	** 1978
<u>TOTAL</u>	<u>167</u>	<u>388</u>	<u>353</u>
AGUASCALIENTES	5	10	9
BAJA CALIFORNIA NORTE	-	55	55
CAMPECHE	5	-	-
COAHUILA	18	17	14
CHIHUAHUA	2	7	7
DURANGO	2	5	7
GUANAJUATO	-	-	1
GUERRERO	-	6	1
JALISCO	-	2	2
MICHOACAN	8	12	12
MORELOS	4	7	7
NAYARIT	8	1	-
NUEVO LEON	41	77	77
PUEBLA	12	15	15
SAN LUIS POTOSI	11	13	13
SINALOA	4	14	14
SONORA	34	34	34
TABASCO	12	20	20
TAMAULIPAS	23	31	31
VERACRUZ	30	26	26
YUCATAN	34	34	-

FUENTE: SECOM-DIRECCION DE DELEGACIONES FEDERALES Y REVISTA DEL CONSUMIDOR 1977 No. 9.

\* EN LAS LOCALIDADES CASI SIEMPRE SE INCLUYE LA CIUDAD CAPITAL DE LA ENTIDAD FEDERATIVA.

\*\* AL MES DE SEPTIEMBRE.

#### 4. Tianguis.

Tienen tradición histórica desde antes de la conquista. En la actualidad están constituidos por pequeños comerciantes -- que operan agrupados en el Distrito Federal, generalmente siguiendo las rutas de los mercados sobre ruedas. Se ubican al lado de ellos, llegando incluso a confundirse si no fuera por el color de las mantas de los puestos. Están controlados por las autoridades locales de las Delegaciones, en el caso del Distrito Federal, y por las autoridades municipales de los 3-Estados donde operan (Toluca, Puebla y Estado de México).

Las características más importantes de los tianguis son las siguientes:

1. Están constituidos por desempleados que compran productos agropecuarios para venderlos en los tianguis.
2. Los comerciantes compran y venden para subsistir.
3. La organización en el trabajo es nula y si la hay es muy deficiente.
4. Venden caro y en condiciones de higiene poco satisfactorias.
5. Las rutas no son regulares siendo difícil precisarlas.
6. Existen 83 rutas que cubren 583 sitios de venta en la semana.
7. Existen aproximadamente 40,200 locatarios en el Distrito Federal y aproximadamente 15,000 en los municipios de los Estados.

##### 5. Concentraciones.

Están constituidas por agrupaciones de pequeños comerciantes que se ubican en lugares fijos a la intemperie ya sea en terrenos públicos o en las calles. Se encuentran controladas por las autoridades locales de las Delegaciones Políticas o de los Ayuntamientos de los Municipios.

Existen en el Distrito Federal 223 concentraciones con 17,500 vendedores que dado lo precario de sus establecimientos, conjuntamente con los tianguis, se han convertido en alternativa para los desempleados. Conviene señalar que tanto en los tianguis como en las concentraciones de vendedores, el Estado no interviene en la fijación de precios.

### 2.3 COMERCIO OFICIAL.

Al caracterizar la estructura de distribución de alimentos nos hemos dado cuenta que corresponde a los sectores de clase con más bajos recursos económicos comprar más caro y que los sectores con más altos recursos económicos son los que disfrutan de los mejores precios al comprar más barato. El actual aparato de distribución ha generado una situación de injusticia social que, aunada al reparto desigual de la riqueza nacional ha conducido a que los pobres sean más pobres y los ricos sean más ricos.

Conviene señalar que el Estado en las décadas de los 50's y 60's se manifestó con medidas normativas y reglamentarias en la actividad comercial; ya que éstas décadas se caracterizaron por una relativa estabilidad del mercado de productos básicos. Sin embargo, en la década de los 70's hubo un desequilibrio que desestabilizó dicho mercado. El aparato tradicional de distribución de productos básicos hizo crisis fundamentalmente por insuficiencia en el abasto.

Debido a la problemática del abasto el Estado consideró conveniente participar en las operaciones de distribución con la finalidad de proteger la economía familiar de los sectores más pobres de la población, para lo cual diseñó un plan que consistió en: "Organizar una estructura comercial para el abasto popular, regulada por el Estado, capaz de atender las necesidades básicas de la población; en particular alimentos, con oportunidad, suficiencia y al menor costo posible" <sup>4/</sup>.

Para proteger la economía de los sectores más pobres del país, el Estado intervino en las operaciones de distribución, a través de dos modalidades que son la regulación y el abasto, atendiendo con ello tanto las actividades de mayoreo como de menudeo.

Para llevar a cabo el abasto (surtimiento permanente) y la regulación de los precios de los productos básicos, (mantenimiento del nivel de oferta con precios inferiores a los ofrecidos por el comercio privado) el Estado ha diseñado dos instrumentos de distribución que están constituidos por dos empresas: 1. Impulsora del Pequeño Comercio (IMPECSA) creada en 1977, misma que tiene como objetivo el abastecimiento directo al pequeño comerciante y 2. La Compañía de Subsistencias Populares (CONASUPO), integrada por 6 empresas regionales estratégicamente ubicadas a nivel nacional <sup>5/</sup>.

<sup>4/</sup> Subgerencia de Estudios Económicos. La Distribución Nacional de Alimentos y la Acción del Estado.

<sup>5/</sup> Ver anexo 1.

Corresponde a las dos empresas la distribución de productos para eliminar la excesiva intermediación. La Impulsora del Pequeño Comercio tiene como función principal el apoyo al pequeño comercio privado de distribución suministrando productos básicos al mayoreo. Esta empresa está integrada "por un sistema de almacenamiento de 200 almacenes con capacidad de un millón de toneladas. En 1980 proporcionaba servicio a 88,000 pequeños comerciantes. Para 1982, se estima, dispondrá del doble de almacenes con una capacidad de 2 millones de toneladas y ampliará sus servicios a 130,000 pequeños comerciantes.

IMPECSA también abastece al pequeño comercio urbano, pequeño comercio rural, locatarios de mercados públicos, zonas fronterizas y grupos familiares que realizan sus compras en forma colectiva o en cooperativas de consumo.

Por su parte Distribuidora CONASUPO (DICONSA) es la empresa que se encarga de participar en la distribución minorista de alimentos básicos. Esta empresa fué creada en el mes de Abril de 1961, y le corresponde abastecer y regular los productos básicos con la finalidad de eliminar la excesiva intermediación, mediante el establecimiento de sistemas modernos de comercialización.

La población atendida por DICONSA está constituida por aquellos sectores de la población que carecen de ingresos suficientes para satisfacer sus necesidades de alimentación, vivienda, salud, etc. Esta población se encuentra en las zonas proletarias de --

las ciudades y el medio rural. De éstos dos tipos de sectores - la población prioritaria, para Distribuidora CONASUPO, la constituye la población rural.

El método que sigue DICONSA para escoger la población objetivo, - es decir, la más necesitada, es la de analizar las condiciones de vida de los diversos sectores de la sociedad referentes al ingreso, gasto, salud, alimentación, educación y vivienda. A partir de éstos indicadores, DICONSA jerarquiza, con fines programáti--cos de corto y mediano plazo, el sector prioritario donde se presentan mayores condiciones de marginalidad o de extrema pobreza.

a) DICONSA.

De acuerdo con la metodología anterior, DICONSA planifica sus - actividades en dos: urbanas y rurales. En efecto, las caracte-rísticas socioeconómicas de éstas actividades son las que configuran los diversos programas de abasto y regulación. Así tene-mos que el Programa Urbano tiene cuatro canales de distribución: tienda urbana y rural, centros comerciales, conasuper "A" y co-nasuper "B", las cuales describiremos por separado de la manera siguiente:

## 1. Tienda CONASUPO urbana y rural.

Las tiendas pequeñas CONASUPO urbana y rurales constituyen el - mejor canal de distribución de alimentos que tiene el Estado - en las zonas populares y proletarias de la ciudad y el campo, - su principal función consiste en regular el mercado de productos básicos al menudeo mediante el abastecimiento de mercancías a - precios bajos. Este sistema de tiendas CONASUPO se creó en - - 1965, las cuales estaban constituídas en su inicio, por tiendas pequeñas y por unidades móviles.

Las pequeñas tiendas CONASUPO urbanas tuvieron un proceso de - expansión en 1971, al manejar al rededor de 200 productos y tener un piso de venta de 200 M<sup>2</sup>; con una capacidad de venta de - 800 mil pesos mensuales. Estas pueden surtir a 700 familias - mensuales.

Por su parte las pequeñas tiendas rurales son de mostrador y - operan un cuadro básico de 30 productos que abastecen a 250 fa- milias. Venden un promedio de 100 mil pesos mensuales.

## 2. Centros comerciales.

Los centros comerciales están ubicados en las áreas urbanas - de concentración demográfica; el piso de venta es de 3,000 M<sup>2</sup>; manejan 35 líneas de ventas en forma permanente; las ventas -

promedio mensuales de éstos centros son de aproximadamente -  
20 millones de pesos mensuales; teniendo una capacidad de - -  
abastecimiento, por su variedad de mercancías, para 8,000 fami-  
lias mensuales.

### 3. Conasuper "A".

Los conasuper "A" constituyen un importante canal de distribu-  
ción en los medios urbanos, son centros comerciales de barrio;  
manejan aproximadamente 3,000 productos; venden 5 millones de  
pesos mensuales con una capacidad de abastecimiento de 3,000 -  
familias. Este tipo de tiendas se ubica en poblaciones de más  
de 10,000 habitantes; disponen de una superficie de venta de -  
más de 1,500 M<sup>2</sup> disponiendo de instalaciones especiales para -  
la conservación de mercancías.

### 4. Conasuper "B".

Los conasuper "B" tienen un piso de venta de 500 M<sup>2</sup>, manejan -  
1,500 productos; venden 2 millones de pesos mensuales con una-  
capacidad de abastecimiento para 2,000 familias.

En los siguientes cuadros podemos observar los principales ca-  
nales de venta, así como la participación de DICONSA en el me-  
dio rural.

TIPO DE CANAL	EXTENSION DE PISO DE VENTA M2	VENTAS MENSUALES PROMEDIO (MILES-DE PESOS).
CONASUPO RURAL	50-150	100
CONASUPO URBANA	150-300	800
CONASUPER "B"	300-800	2,000
CONASUPER "A"	800-2,000	5,000
CENTROS COMERCIALES CONASUPO	MAYORES DE 3,000	20,000

FUENTE: Sistema de Distribuidoras CONASUPO. Subgerencia de Estudios Económicos.

ESTRUCTURA DE LOS CANALES DE VENTA DEL SISTEMA

DICONSA 1980

<u>CANAL DE VENTA</u>	<u>NUMERO DE UNIDADES</u>	<u>%</u>
CENTROS COMERCIALES	10	0.2
CONASUPER "A"	151	2.2
CONASUPER "B"	<u>1,809</u>	<u>26.8</u>
TOTAL URBANO	1,970	29.2
TIENDAS RURALES	<u>4,778</u>	<u>70.8</u>
TOTAL	6,748	100.0

Fuente: Sistema de Distribuidoras CONASUPO. Subgerencia de Estudios Económicos.

b) Dependencias oficiales.

Otro importante canal de distribución al menudeo lo constituye las tiendas del sector público (INSS, ISSSTE, SAHOP, SEDENA, - etc.) que venden mercancías a precios bajos como una prestación social a los empleados y trabajadores. La característica principal de estas tiendas radica en que son exclusivas para los empleados y se encuentran subsidiadas por las dependencias o por los sindicatos; por este motivo dichas tiendas venden más barato que en los mercados oficiales y privados. Estas tiendas manejan grandes volúmenes de productos.

Las dependencias oficiales han abierto tiendas en todo el país, llegando a constituir un canal de distribución comparadas con las tiendas de autoservicio medianas del sector privado.

UNIDADES COMERCIALES  
POR ENTIDADES DEL SECTOR PUBLICO

1 9 7 9

No.	DEPENDENCIA	AREA METRO LITANA 1/	INTERIOR DEL PAIS
	<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>344</b>
1	AEROPUERTOS Y SERVICIOS AUXILIARES	1	-
2	ALTOS HORNOS DE MEXICO	1	-
3	CAMARA DE DIPUTADOS Y SENADORES	1	-
4	DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL	26	-
5	ESTADO MAYOR PRESIDENCIAL	1	-
6	FERROCARRILES NACIONALES DE MEXICO	2	35
7	INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL	4	33
8	INSTITUTO DE SEGURIDAD Y SERVICIOS SOCIALES DE LOS TRABAJADORES DEL ESTADO	22	92
9	PETROLEOS MEXICANOS	4	43
10	SECRETARIA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRAULICOS	2	-
11	SECRETARIA DE ASENTAMIENTOS HUMANOS Y OBRAS PUBLICAS	1	31
12	SECRETARIA DE COMERCIO	1	-
13	SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO	1	-
14	SECRETARIA DE LA DEFENSA NACIONAL	7	91
15	SECRETARIA DE MARINA	2	19
16	SINDICATO NACIONAL DE TRABAJADORES DE LA EDUCACION	1	-
17	COMISION FEDERAL DE ELECTRICIDAD	1	-
18	UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO 2/	1	-

FUENTE: Sistema de Distribuidoras CONASUPO. Subgerencia de Estudios Económicos.

1/ Se considera en este concepto al Distrito Federal y a los 28 Municipios del Estado de México, ubicado en el área de México.

2/ Se incluye la tienda de la UNAM, en virtud de que funciona y opera comercialmente igual que las demás del Sector Público.

Cabe señalar que los precios de las tiendas del sector oficial compitieron favorablemente con las grandes tiendas de autoservicio, transfiriendo recursos económicos por la vía del abasto y la regulación de precios y poder adquisitivo a los empleados del Estado. Actualmente constituyen la cadena más grande, junto con las tiendas CONASUPO del país, por encima de las cadenas de autoservicio del sector privado. En el siguiente cuadro podemos observar las principales características de las tiendas pertenecientes al sector oficial, así como la magnitud de sus ventas.

PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LAS TIENDAS DEL SECTOR PUBLICO  
QUE OPERAN EN EL INTERIOR DE LA REPUBLICA  
1978 - 1979  
(MILLONES DE PESOS)

DEPENDENCIA	NUMERO DE TIENDAS	SUPERFICIE DE VTA. M2	NUMERO DE CAJAS	VENTAS	
				1978	1979
<u>TOTAL</u>	<u>344</u>	<u>126 111</u>	<u>770</u>	<u>5 382.5</u>	<u>6 097.2</u>
SECRETARIA DE ASENTAMIENTOS HUMANOS Y OBRAS PUBLICAS	31	26 350	124	509.9	871.2
COOPERATIVA UNICA FERROCARRILERA, S.C.L.	35	10 500 2/	25	177.0	190.8
SECRETARIA DE MARINA 1/	19	3 800 2/	19	29.1	34.2
INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL	33	17 165	155	903.0	1 120.8
PETROLEOS MEXICANOS	43	17 200	129 2/	738.3 2/	756.8 2/
SECRETARIA DE LA DEFENSA NACIONAL	91	14 296	134	514.5	549.9 2/
INSTITUTO DE SEGURIDAD Y SERVICIOS SOCIALES DE LOS TRABAJADORES DEL ESTADO	92	36 800 2/	184 2/	2 510.7	2 573.5 2/

FUENTE: Sistema de Distribuidoras CONASUPO. Subgerencia de Estudios Económicos.

1/ Tiendas tipo mostrador

2/ Cifras estimadas.

PRINCIPALES CARACTERISTICAS DE LAS TIENDASDEL SECTOR PUBLICO1978 - 1982

(MILLONES DE PESOS)

CONCEPTO	NUMERO DE TIENDAS	SUPERFICIE VENTA M2	NUMERO DE CAJAS CAJAS	VENTAS	
				1979	1979 1/2
<u>TOTAL</u>	<u>423</u>	<u>207 736</u>	<u>1 327</u>	<u>10 670.8</u>	<u>12 795.3</u>
AREA METROPOLITANA	79	81 625	557	5 288.3	6 698.1
INTERIOR DEL PAIS	344	126 111	770	5 382.5	6 097.2

Fuente: Sistema de Distribuidoras CONASUPO. Subgerencia de Estudios Económicos.

## 2.4 COMERCIO MIXTO

## a) Cooperativas de consumo

Existen numerosas cooperativas de consumo en el país que venden alimentos a bajos precios a sus socios. Este canal de distribución obtiene beneficios al abastecerse de productos básicos a precios bajos, ya que agrupados adquieren mercancías por volumen y descuento.

El Registro Nacional Cooperativo tiene 4,291 cooperativas registradas vigentes, siendo 1,505 de consumo con 227,000 socios. Cabe mencionar que en la actualidad todavía no alcanzan un lugar importante en la estructura distributiva del país.

b) Tiendas sindicales.

Dentro de los sindicatos, tanto los independientes como los agrupados en el Congreso del Trabajo, existen numerosas tiendas sindicales que suministran productos básicos, como una prestación social, a sus agremiados. Los precios son bajos por que éstas tiendas compran por volúmenes, obteniendo de ésta manera descuentos.

CAPITULO III. CARACTERISTICAS DEL PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR DF ABASTO A GRUPOS MARGINADOS.

3.1. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA

Es importante señalar que DICONSA tiene clasificadas sus tiendas por la zona en donde se ubican y por el tamaño de su piso de ventas. De acuerdo con las especificaciones anteriores, éstas se agrupan a través de programas urbanos y rurales.

El programa urbano está agrupado por Centros Comerciales, Conasuper "A", Conasuper "B" y tiendas tradicionales urbanas. Por su parte el programa rural se integra por pequeñas tiendas tradicionales y por cooperación con instituciones y autoridades ejidales.

Desde 1972, CONASUPO elaboró con diversas instituciones del sector público - que trabajan en el medio rural, programas especiales para llevar coordinadamente a las zonas aisladas y alejadas de los centros urbanos, productos alimenticios a precios iguales a los de las zonas urbanas a los más bajos posibles. Los objetivos de DICONSA y las instituciones participantes eran los de mejorar la dieta alimenticia mediante el aumento del poder adquisitivo de compra y evitar el traslado largo y lejano de la población hacia los centros urbanos para abastecerse de productos.

Los programas se realizaron a través de convenios, acuerdos y negociaciones con varias instituciones con las cuales CONASUPO, - con diferentes modalidades, otorgó créditos para la operación de las tiendas rurales. Estos programas fueron poco importantes -

desde el punto de vista de rentabilidad económica, por su alto - costo de operación, pero de significativa importancia social.

Los principales programas que operaron en diferentes Estados por cooperación y en coordinación con DICONSA fueron los siguientes:

1. Tiendas Rurales por Cooperación
2. Ferrotiendas
3. Unidades Móviles SOP-CONASUPO
4. Tiendas INI
5. Tiendas de Inversión Pública
6. Centros INMECAFE
7. Programa Huicot
8. Programa Tarahumara
9. Tiendas La Forestal
10. Programa Banco Agrario
11. Programa Cañero
12. Unidades Móviles Ejidales
13. Crédito al Consumo
14. Programa Pizcadores de Algodón
15. Tiendas TABAMEX
16. Tiendas Meseta Tarasca
17. Programa Barcotiendas
18. Programa La Angostura
19. Programa PROQUIVEMEX
20. Programa Altos de Chiapas

21. Plan Chontalpa
22. Tiendas Comisión Grijalba
23. Tiendas Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital
24. Actividades Productivas, S. A.
25. Aprovechamientos Forestales de Nayarit (APROFON)
26. Banco de Fomento Cooperativo (BANFOCO)
27. Comisión del Papaloapan
28. Fábrica de Papel Tuxtepec (FAPATUX)
29. Fondo Nacional de Fomento Ejidal (FONAFE)
30. Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital (PIVM)
31. Sindicato de Trabajadores de la Industria Azucarera y Similares de la República Mexicana (S.T.I.A.S.R.M.)
32. Tiendas COPRODEO
33. Tiendas Micropolos
34. Gremio Unido Alijadores

Cabe señalar que, desde su inicio estos programas fueron concebidos para llevar beneficio social a las zonas marginadas, motivo por el cual desde su nacimiento operaron con pérdidas. La política de DI-CONSA estaba fundamentada en proporcionar precios accesibles y atención directa de productos básicos para abatir el excesivo interme--diarismo y la especulación en dichas zonas.

La metodología en la elaboración de los programas rurales se realizaba a partir del apoyo, cooperación y coordinación que brindaban - los consumidores e instituciones.

En cuanto al sistema de funcionamiento, CONASUPO otorgaba generalmente crédito en mercancía, a las instituciones participantes, el cual era surtido directamente de las sucursales a los almacenes - destinados por las instituciones y, éstas a su vez, lo hacían llegar a las comunidades. Algunas instituciones aportaban el capital inicial, así como los vehículos y el lugar de almacenamiento para los productos alimenticios.

Las características más importantes de éstos programas rurales son las siguientes:

1. Los surtimientos se realizaban periódicamente con el sistema de pago al contado.
2. El concesionario pagaba la mercancía recibida contra factura al conductor del camión.
3. No existía lista de productos de acuerdo con las necesidades de las comunidades. Por lo tanto, el concesionario - elaboraba la lista de productos en función con la existencia o stock de mercancías de las sucursales.
4. Los gastos de transporte de la sucursal al lugar de almacenamiento eran descontados por la sucursal de sus márgenes de utilidades.

5. Los concesionarios tenían sueldo mínimo de acuerdo a la región donde estaba ubicada la tienda o percibían la parte - correspondiente al 7% sobre las ventas totales.
6. Los precios de los productos básicos eran inflados al no haber un control y supervisión por las comunidades.

DICONSA estimaba que las instituciones serían los sujetos participantes que ejercerían funciones de control, supervisión y administración de las tiendas rurales, en la práctica no fue así y, por consiguiente tuvieron serias deficiencias que se tradujeron en:

1. Falta de recursos económicos para pagar personas que llevaran a cabo dichas funciones.
2. Escasez de abasto.
3. Irregularidad en los surtimientos.
4. Envío de productos no solicitados por los concesionarios.
5. Negativa de los transportistas o fleteros a regresar mercanca en mal estado.
6. Robo de mercancías por parte del transportista y el concesionario.

7. Los programas rurales no fueron dotados de equipos administrativos adecuados.
8. Los sistemas de pago de mercancías por la comunidad eran muy complicados.
9. Los capitales de trabajo asignados a las tiendas eran muy reducidos.
10. No tuvieron almacenes y transportes propios.
11. Los precios estaban subsidiados.
12. Incorrecta ubicación de las tiendas situación que repercutió negativamente en las ventas.
13. No hubo participación conciente y organizada por parte de las comunidades.

Los intentos realizados para organizar a las comunidades dieron buenos resultados en la fase de promoción e inicio de operaciones, pero el seguimiento no pudo realizarse por las causas anteriormente mencionadas. Sin embargo, las diversas experiencias han sido sistematizadas por DICONSA y, con base en ello, ha reorientado sus programas, de los cuales uno de ellos, el más importante, es el Programa CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados que a continuación se describe.

### 3.2 OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Los objetivos del Programa CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados son los siguientes:

1. Asegurar el abasto de productos básicos (maíz, frijol, arroz, azúcar, aceite, café, café con azúcar, chiles jalapeños, chiles serranos, detergente, jabón, pasta para sopa, sardina, galletas, harina de maíz, harina de trigo, leche nido, leche evaporada, sal), en forma permanente a los grupos marginados del campo en volúmenes suficientes de acuerdo con las necesidades de la población a los precios más bajos posibles.

2. Transformar las necesidades alimenticias de la población marginada en demandas reales, garantizando el abastecimiento de los productos alimenticios, de tal forma que les permita adquirir dichos productos con su salario actual.

Para realizar estos objetivos son necesarios los siguientes requisitos:

a) Abasto.

La clave del programa radica en garantizar en forma permanente el abastecimiento de productos básicos sin los cuales el programa no alcanzaría sus objetivos. Por ello, el programa canaliza

una parte de la producción nacional de esos productos al Programa CONASUPO-COPLAMAR.

b) Transporte

La autosuficiencia operativa del Programa CONASUPO-COPLAMAR consiste en disposición de transporte propio. El Programa cuenta con camiones, camionetas, aviones, lanchas para distribuir los productos de primera necesidad a los centros de distribución.

c) Financiamiento

El financiamiento del Programa ha sido proporcionado por el Gobierno Federal a través de la Secretaría de Comercio y COPLAMAR para cubrir los gastos operativos y administrativos del Programa, es decir, gastos en la construcción de almacenes, adquisición de transporte terrestre, aéreos y lacustres, así como en la realización de estudios y proyectos.

d) Organización

Promover el Programa ante las comunidades para propiciar su organización y participación en la operación, administración y supervisión del movimiento de mercancías.

### 3.3 OPERACION DEL PROGRAMA

Para la realización de los anteriores objetivos, la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO), a través de su filial - Distribuidora CONASUPO, S.A. (DICONSA), ha diseñado un sistema integral de distribución de alimentos, autosuficiente en la operación, administración y financiamiento.

El Programa opera de acuerdo con la participación organizada de las comunidades en la distribución y en el consumo, las cuales ejercen funciones de decisión a través de sus órganos como son la Asamblea General, el Consejo Comunitario y el Comité Rural de Abasto.

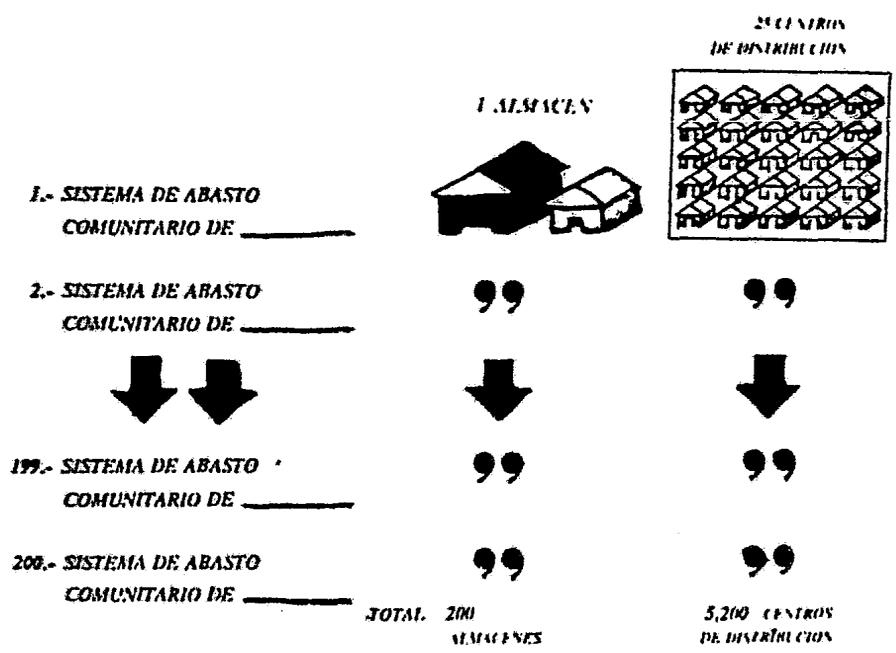
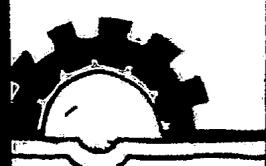
La operación del sistema está conformada por dos elementos esenciales:

1. Una estructura de distribución de alimentos básicos compuesta por un almacén de abasto comunitario que atiende 25 centros de distribución establecidos en 25 comunidades cercanas al almacén.

(Ver figura 1 ).

**FIGURA 1**

## SISTEMA CONASUPO COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS



Los almacenes regionales de abasto comunitario cuentan con una su perficie de 1,000 M2 y equipo de transporte propios para asegurar su autosuficiencia. Así mismo están divididos en dos secciones - de las cuales una está destinada para mercancías de DICONSA y otra para insumos y oficinas pertenecientes a otras instituciones. (Ver figuras 2 y 3).

## almacén regional

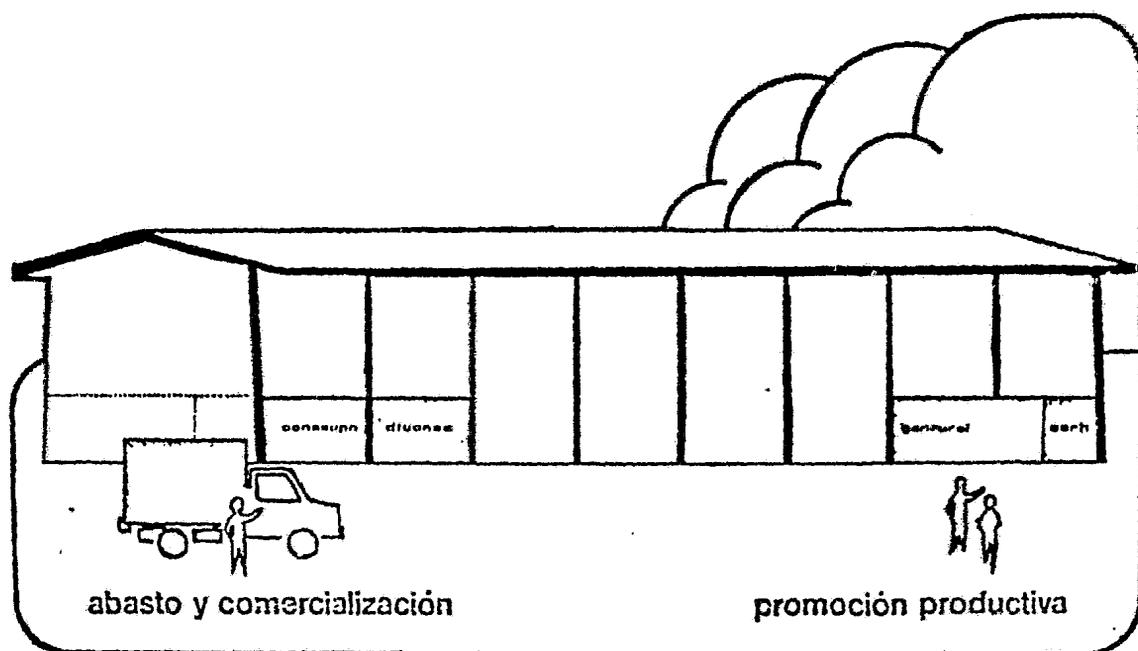
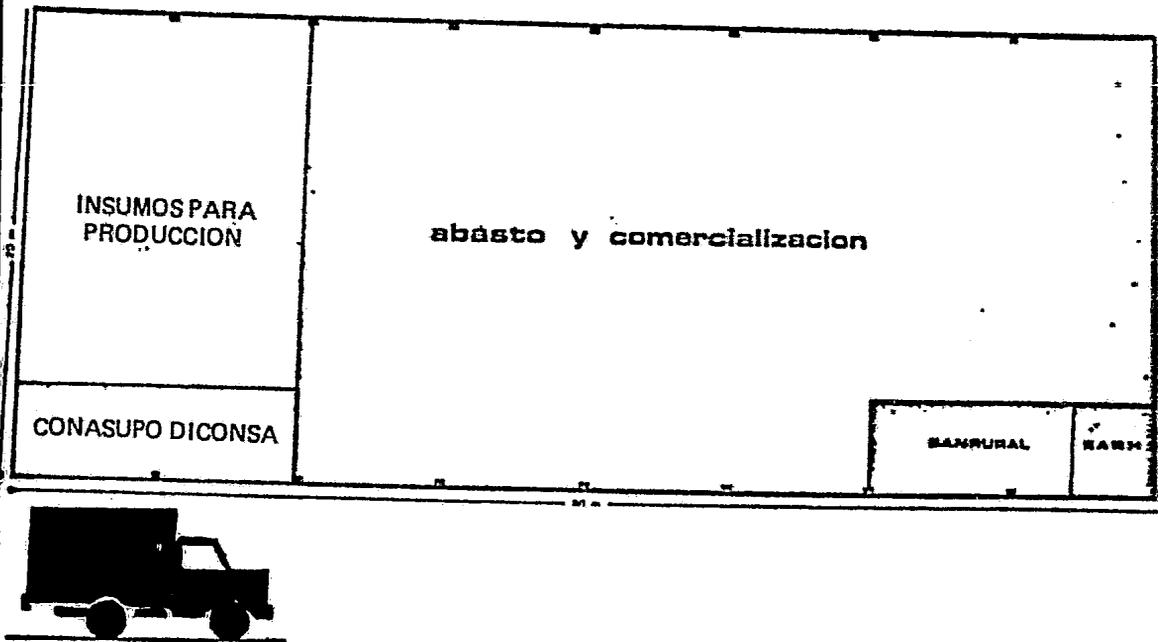


FIGURA 3

# almacén regional



Los almacenes comunitarios de abasto fueron ubicados de acuerdo a los criterios siguientes:

1. Situación estratégica de acuerdo a las localidades a servir
2. Lo más cerca posible a las comunidades
3. En poblaciones que sean centros rectores comerciales
4. En localidades accesibles por camino pavimentado
5. Ubicados cerca de la Sucursal DICONSA
6. En poblaciones cercanas a bodegas de ANDSA y BORUCONSA para facilitar el abasto de granos.

Los almacenes de abasto comunitario están operados por DICONSA y los Centros de Distribución por las comunidades.

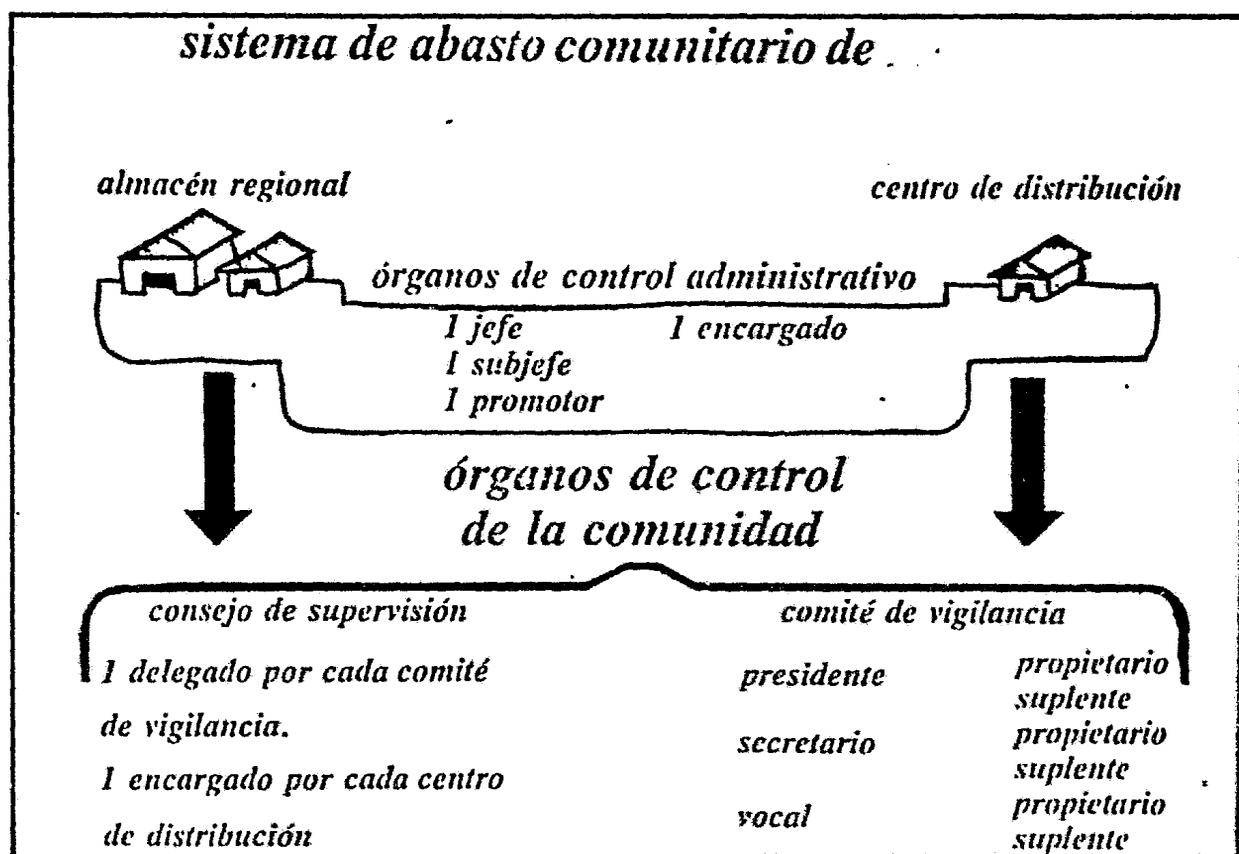
Los Centros de Distribución tienen como característica un lugar habilitado, un capital de trabajo equivalente a un mes y medio de ventas y un encargado de la tienda que recibe comisión sobre las ventas.

2. Una estructura de participación organizada de la comunidad integrada por un comité de abasto comunitario, compuesto por 7 -- miembros (un encargado de la tienda, presidente, secretario y vocal con sus respectivos suplentes), elegidos por períodos anuales en el máximo órgano de decisión de la comunidad: la asamblea general.

Una estructura de participación organizada de las comunidades a

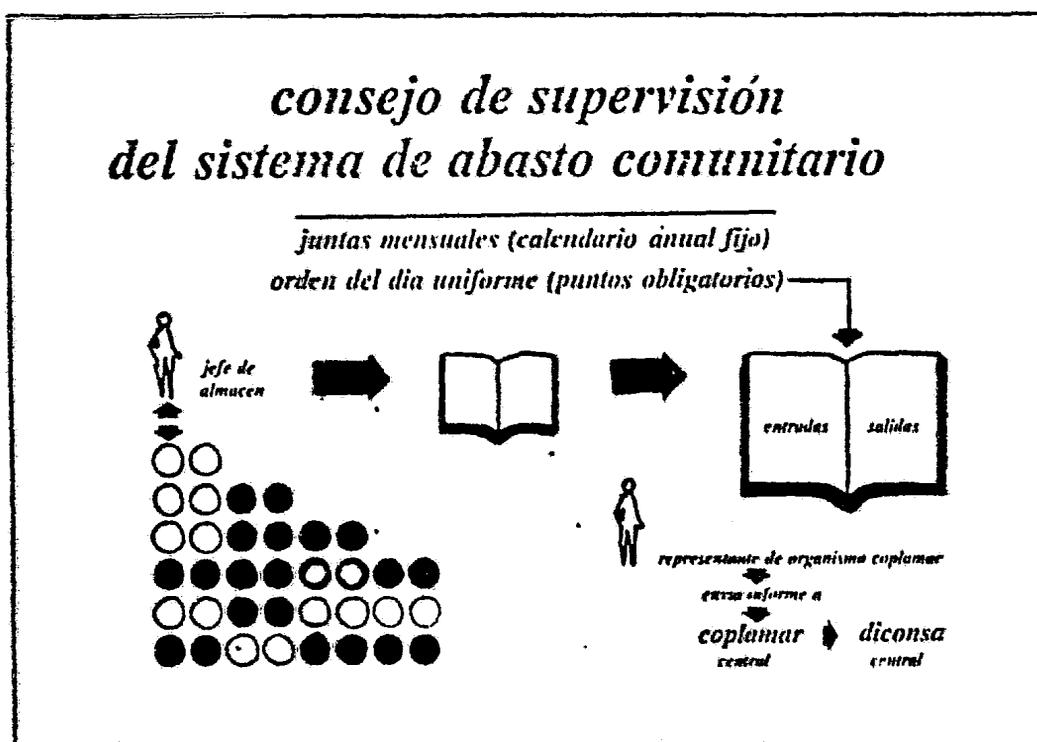
nivel regional compuesta por un delegado del comité rural de abasto y el encargado de la tienda que, conjuntamente con los delegados y encargados de las demás comunidades integran el consejo comunitario de abasto, máximo órgano de decisión a nivel regional. (ver figura 4)

FIGURA 4



El consejo comunitario de abasto se reunirá una vez al mes para lo cual deberá establecer un calendario anual fijo. Las juntas mensuales serán llevadas a cabo a través de un orden del día uniforme con puntos obligatorios de información respecto a la operación y administración del almacén. (Ver figura 5).

FIGURA 5



Las estructuras de participación organizada de las comunidades, en sus dos niveles, comunidad y región, tienen como objetivo administrar a las tiendas y supervisar el almacén. Conviene señalar en este apartado que, la propiedad y administración de almacenes corresponde a DICONSA y, la propiedad de las tiendas corresponde a las comunidades.

#### 3.4 INTEGRACION DEL PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR A NIVEL NACIONAL.

Actualmente el Sistema CONASUPO-COPLAMAR tiene 199 almacenes en 28 Estados de la República con una superficie de 1'524,174 M2 de terrenos donados y 6,000 centros de distribución, mismos que cubren 15,200 poblaciones en 1,035 municipios y atienden 10 millones de personas. <sup>1/</sup>

En su inicio el Programa fué realizado por DICONSA y COPLAMAR. <sup>2/</sup> DICONSA aportó la operación del Sistema suministrando normas, procedimientos de control y supervisión a las tiendas y a los almacenes, así como los volúmenes de productos básicos que requería el programa. COPLAMAR por su parte aportó, conjuntamente con DICONSA, la promoción, difusión, información y constitución de comités rurales de abasto y consejos de supervisión. DICONSA y COPLAMAR integraron equipos de trabajo para ejecutar y dar seguimiento a los objetivos y metas que el Program se propuso.

---

<sup>1/</sup> Ver anexo No. 2

<sup>2/</sup> Ver anexo No. 3

### 3.5 COMPROMISOS Y OBLIGACIONES DE CONASUPO Y DE COPLAMAR

Los compromisos y obligaciones de CONASUPO, a través de su filial DICONSA, en el Programa fueron: reservar productos básicos para - garantizar el abasto a la población objetivo del Programa; surtir por medio de sus sucursales Estatales a los 199 almacenes del país y a los 6,000 centros de distribución; suministrar el sistema de transporte e instalaciones propiedad de DICONSA para apoyar el - Programa, designar a los jefes, subjefes y personal administrativo del almacén; contratar promotores para cada almacén de abasto para que difundieran e informaran el Programa en las comunidades y constituyeran comités rurales y consejos comunitarios de -- abasto; supervisar la instalación o habilitación de locales para - centros de distribución; asesorar y orientar, a través de los promotores y supervisores de región, a las comunidades todo lo con-- cerniente al Programa; cambiar los productos básicos a los encargados de las tiendas que así lo soliciten; recoger los productos de venta reducida; estar informado sobre el cumplimiento de las labores desempeñadas por el personal; tomar medidas necesarias para corregir irregularidades que reporten los consejos comunitarios; determinar las normas organizativas para el funcionamiento del centro de distribución; establecer sistemas de selección y capacitación para el personal del Programa.

Los compromisos y obligaciones de COPLAMAR fueron: proponer la ubicación de los almacenes de abasto y de los centros de distribución-

incluyendo la localidad propuesta para el almacén de abasto, su población, tipo de camino, distancia y tiempo, así como la población total en el área de influencia; información de campo para determinar la selección de las comunidades donde se ubicaron los centros de distribución, así como su área de influencia; señalar por región los principales problemas de caminos terrestre, aéreo y fluvial; señalar los principales productos de la región que puedan ser comercializados con el apoyo del sistema especificando producto, volúmen, época de producción, calidad y precio regional; especificar los factores que intervinieron para la selección de la región, ingreso promedio por jefe de familia mensual; factores que intervinieron en la ubicación del almacén, en la comunidad propuesta, señalar el tiempo de recorrido de la sucursal de DICONSA a la comunidad propuesta para ubicar un almacén y de ésta a las comunidades propuestas para poner un centro de distribución.<sup>3/</sup>

Otras funciones importantes de COPLAMAR en la implementación del Programa son las siguientes: realizar, ante las autoridades municipales, ejidales y comunales, los trámites necesarios para obtener la donación de terrenos para el establecimiento de almacenes regionales; convocar a juntas de cavildo donde se tomen acuerdos de donación de terrenos donde quedarán suscritos en actas que contengan: extensión, conformación geométrica, topografía, acceso y tipo de servicios de los terrenos donados; participar en las asambleas del consejo de supervisión de los almacenes, a través de representantes; y por último, establecer actividades de control, ejecución

---

<sup>3/</sup> Ver anexo 4

y supervisión con DICONSA.

### 3.6 PARTICIPACION DE LA SECRETARIA DE COMERCIO, DE PATRIMONIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, DE ASENTAMIENTOS HUMANOS Y OBRAS PUBLICAS EN EL PROGRAMA.

La Secretaría de Comercio (SECOM) coordina y dirige el funcionamiento de la estructura comercial del país en su totalidad, incluyendo a CONASUPO. También asesora para que el abastecimiento de productos básicos sean destinados, de acuerdo a los requerimientos del Programa.

La Secretaría del Patrimonio y Fomento Industrial (SEPAFIN) garantiza el surtimiento de vehículos automotrices, así como el abasto de azúcar, a través de la Comisión Nacional de la Industria Azucarera, que requiere el Programa. Esta Secretaría se compromete a asegurar el abastecimiento de 100,000 toneladas de azúcar anuales.

La Secretaría de Asentamientos Humanos y Obras Públicas (SAHOP) -- construyó 199 almacenes de abasto en todo el país y participó conjuntamente con CONASUPO, DICONSA y COPLAMAR en la proyección y ubicación de los mismos.

### 3.7 PARTICIPACION Y RESPONSABILIDADES DE LAS COMUNIDADES

El resultado del Programa depende fundamentalmente de la participación organizada de las comunidades seleccionadas para instalar cen-

tros de distribución. Estas comunidades tienen la obligación de -  
instalar o habilitar, organizar y administrar, conjuntamente con -  
DICONSA y COPLAMAR, los centros de distribución. Por consiguiente  
es responsabilidad de la comunidad, a través del comité comunitario  
de abasto, cumplir con los aspectos administrativos y sanitarios -  
que se deriven del establecimiento del centro de distribución. Las  
comunidades son responsables de la división del trabajo (carga y -  
descarga, desplazamiento de las mercancías en períodos intransita-  
bles, etc.) y de toda relación laboral que se derive del funciona-  
miento del centro de distribución.

Por su parte los comités rurales supervisan la operación de los -  
centros de distribución; informan al promotor, al jefe de almacén  
y al consejo comunitario de abasto sobre el funcionamiento de los  
centros de distribución en las sesiones mensuales que celebran en  
el almacén de abasto comunitario. Las resoluciones que tomen los  
consejos, por mayoría de asistentes, deben constar en actas sus-  
critas por los mismos.

Los encargados del centro de distribución son elegidos por los mi  
mbros de la asamblea de la comunidad, misma que puede removerlos  
en cualquier momento. Los encargados reciben el 5% de las ventas  
totales del centro de distribución.

El consejo de supervisión está integrado por dos representantes de  
cada comunidad (el encargado del centro o cualquier miembro del co

mité de abasto) mismos que supervisan el almacén en cuanto al destino de los productos. El orden del día de las asambleas del consejo comunitario de abasto debe de contener los informes detallados del jefe de almacén respecto a los productos recibidos y distribuidos a los centros de distribución, así como a las cuotas fijadas para cada centro de distribución. Los informes deben contener también los movimientos realizados en el almacén referentes a los gastos de operación, administración y venta de productos básicos.

Por otro lado, los consejos de supervisión deberán seleccionar al personal que trabaje en la operación del almacén comunitario de abasto, los cuales deberán ajustarse a las normas que señalen los manuales de operación de DICONSA. Los salarios del personal seleccionado por las comunidades, (loteadores, choferes, veladores) será fijado por el consejo de supervisión conforme a los criterios que se establezcan con DICONSA. El jefe de almacén puede solicitar la sustitución del personal cuando éste no cumpla con los servicios que se le han encomendado.

#### CAPITULO IV. IMPLEMENTACION DEL PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR

##### 4.1 MECANISMOS DE PRESELECCION, CAPACITACION Y CONTRATACION DEL PERSONAL DEL PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR.

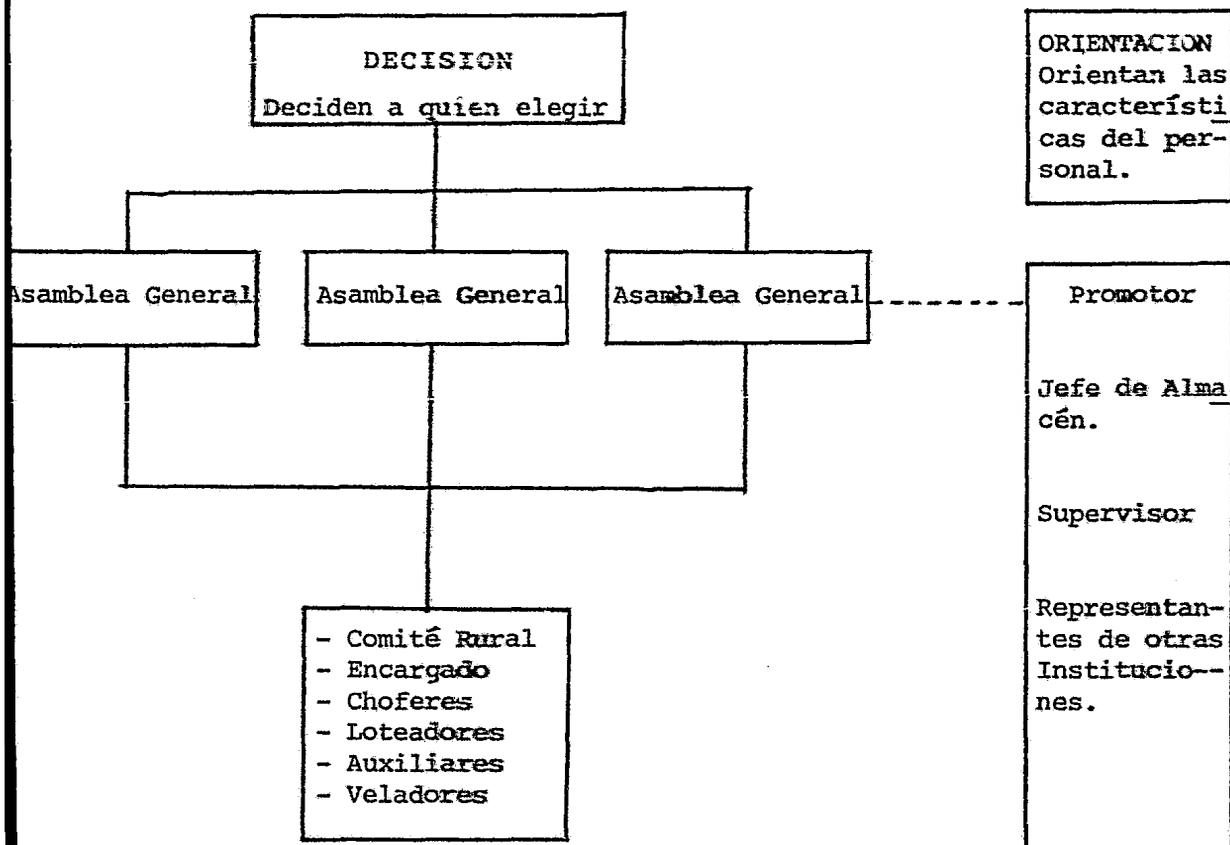
###### 4.1.1 PRESELECCION DE PERSONAL

El Programa CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados estableció criterios de selección de personal (promotores, encargados del Centro de Distribución, choferes, etc.), tomando en consideración un conjunto de características (perfil mínimo) que el Programa requiere. Para ello, se han elaborado - instructivos de procedimientos para la preselección, capacitación y selección de personal, mismos que comprenden varios niveles y que a continuación exponemos:

###### 1. Nivel de comunidad

Este nivel comprende a Encargados de Centros de Distribución, - miembros de Comités Rurales y de Consejos Comunitarios de Abasto, choferes, loteadores, veladores, auxiliares, etc. La selección - de este personal le corresponde a la Asamblea General de la Comunidad. Por su parte al personal del Programa (promotores, supervisores regionales, jefes de almacén, etc.) le corresponde orientar y asesorar a las comunidades, de acuerdo con los lineamientos de selección de personal establecidos por DICONSA, para que ellos mismos realicen la mejor elección.

Lo anteriormente expuesto se puede ilustrar de la siguiente manera:



## SIMBOLOGIA

Decisión \_\_\_\_\_

Orientación - - - - -

## 2. Nivel Almacén.

Este nivel comprende al jefe de almacén, subjefe de bodega y subjefe administrativo. Los choferes, loteadores, veladores y auxiliares, una vez escogidos por las comunidades, quedan adscritos al almacén de abasto para que se ajusten a los procedimientos de preselección, ya que sus capacidades y conocimientos deben de ser comprobados antes de su contratación por el personal del almacén y por el personal de la sucursal DICONSA. Los demás empleados del almacén

( jefe de almacén, jefe de bodega y subjefe administrativo), son preseleccionados en la sucursal DICONSA correspondiente.

### 3. Nivel de sucursal.

Este nivel corresponde a supervisores de almacén, personal auxiliar de la coordinación del Programa CONASUPO-COPLAMAR y promotores, - los cuales son preseleccionados en oficinas de sucursales.

### 4. Nivel regional.

Este nivel comprende a personal que trabaja en el Programa CONASUPO-COPLAMAR a nivel regional como coordinadores del Programa en - sucursales y coordinador regional o coordinador de coordinadores del Programa, los cuales son preseleccionados en cualquiera de - las 6 regionales del país.

### 5. Nivel de oficinas centrales.

Este nivel comprende a los jefes de zona, supervisores regionales y personal del programa que trabaja en oficinas centrales como - coordinadores corporativos de selección, capacitación, supervisión y evaluación de personal, etc., mismos que son preseleccionados - por personal de las coordinaciones corporativas correspondientes.

#### 4.1.2 FASES DE LA PRESELECCION

Conviene señalar que la preselección de personal contempla varias fases, de las cuales las más importantes son:

a) Difusión del Programa.

Esta etapa consiste en difundir el Programa, en universidades o - escuelas del país, con la finalidad de atraer personal (supervisores, promotores, jefes de almacén, etc.) que tengan las características que necesita el Programa. La difusión del Programa se - lleva a cabo por medio de convocatorias, spots en la radio y anuncios en los periódicos.

b) Aplicación de instrumentos.

Las sedes de los encuentros de preselección se realizan en las sucursales de DICONSA, instalaciones de otras instituciones (D.I.F., FONAPAS, Casa de la Cultura en los Estados, etc.) y oficinas centrales.

El personal captado deberá sujetarse a las siguientes actividades:

1. Preguntas escritas.

Las preguntas escritas o guías de instrumentos escritos (curriculum vitae, análisis de una experiencia de campo, cuestionario de conocimientos generales, análisis de la cláusula decimo cuarta del

convenio CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados), constituyen una fuente de informes y datos de los candidatos a ser pre-seleccionados. En el transcurso de las preguntas se darán las explicaciones necesarias para que los candidatos contesten los instrumentos escritos aclarando las dudas durante su explicación.

El curriculum vitae es un instrumento auxiliar en cuanto al conocimiento y experiencias que se refieren al candidato. 1/

El análisis de una experiencia de trabajo de campo, nos permite conocer los métodos de trabajo aplicados por el candidato, así como los conocimientos generales sobre los problemas existentes en el medio rural y en particular de la región en donde trabajó. Permite también ubicar la capacidad para evaluar su trabajo.

El cuestionario de conocimientos generales, nos informa, de una manera general, los puntos de vista que tiene el candidato respecto a los grupos marginados, los programas institucionales y su integración de trabajo en equipo, así como sus actividades frente al trabajo y a la comunidad.

El análisis de la cláusula décimo cuarta del Convenio CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados, pretende apreciar la capacidad de análisis y síntesis en relación al grado de incidencia que tendrá el Programa en el medio rural, así como el tipo de funciones que puede desempeñar.

---

1/ Ver anexo No. 5

A continuación exponemos las guías de instrumentos escritos:

Análisis de una experiencia de trabajo de campo.

Instrucciones: De los trabajos que ha tenido, seleccione el que le parezca más importante y conteste las siguientes preguntas:

- a) Nombre de la comunidad
- b) Estado
- c) Duración
- d) Puesto desempeñado
- e) Nombre de la institución
- f) Mencione en orden de importancia cuales fueron los principales problemas que afectaron a la comunidad.
- g) Cuál fue el método de trabajo que utilizó para introducirse en la comunidad.
- h) Cuáles fueron los efectos que tuvo la comunidad después que realizó su trabajo.

Cuestionario de conocimientos generales

Instrucciones: Lea cuidadosamente y conteste las siguientes - preguntas eligiendo una de las cinco, la que a su parecer es - la correcta.

- a) El papel del promotor debe de ser:

- a) De liderazgo ( )
- b) Educativo ( )
- c) Gestor ( )
- d) De asistencialismo ( )
- e) De ayuda ( )

b) Las condiciones en que vive el campesino se debe a que:

- a) Son apáticos y flojos ( )
- b) La ignorancia en que se encuentran ( )
- c) No se organizan para con seguir créditos y comercializar sus productos ( )
- d) Desconocen sus derechos ( )
- e) Sus técnicas de cultivo son primitivas ( )

c) Su compromiso más importante en este trabajo va a ser:

- a) Con la comunidad que trabaje ( )
- b) Con las autoridades de la comunidad ( )
- c) Con las personas de la comunidad que lo ayuden ( )

- d) Con la gente que más  
sufre ( )
- e) Con las organizaciones  
existentes en la comuni-  
dad. ( )
- d) Al trabajar en campo deberá:
- a) Saber convencer a la gen-  
te de los beneficios que  
aportan los programas --  
institucionales ( )
- b) Ayudar a resolver los --  
conflictos de la comuni-  
dad. ( )
- c) Analizar y discutir junto  
con la comunidad las ac--  
ciones que implican los  
programas. ( )
- d) Dirigir las acciones que  
pueden beneficiar a la -  
comunidad. ( )
- e) Aplicar los programas se-  
gún las orientaciones da-  
das por la institución ( )

e) Los niveles que enfrenta el campesino en la comercialización se debe a:

- a) La falta de tecnología ( )
- b) Insalubridad rural ( )
- c) El coyotaje ( )
- d) La inflación ( )
- e) La falta de créditos ( )

f) Considerando la situación actual del campo ¿Cuál cree que es - la acción más importante para asegurar un mejor bienestar para el campesino? jerarquice por orden de importancia del 1 al 5.

- a) Dar empleo a los campe  
sinos ( )
- b) Garantizar por lo menos  
la educación primaria a  
todos los campesinos ( )
- c) Proporcionar los alimen  
tos básicos para toda -  
la población campesina ( )
- d) Fomentar la organización  
consciente de los campesi  
nos ( )
- e) Regularizar la tenencia  
de la tierra ( )

g) Los programas de Gobierno dirigidos al sector rural no siempre logran sus objetivos ¿porqué?.

- a) No parten de una necesidad real y sentida por la comunidad ( )
- b) No se dá una participación conciente de la comunidad. ( )
- c) No van de acuerdo a la cultura campesina ( )
- d) Son a largo plazo y generalmente no terminan ( )
- e) Ayudan sólo a unas cuantas personas ( )
- h) Son principales problemas que enfrenta el proceso de comercialización.
  - a) El intermediarismo ( )
  - b) Falta de bodegas o almacenes rurales ( )
  - c) Falta de mercados ( )
  - d) Falta de transporte ( )
  - e) Falta de capacitación ( )
  - f) Caciquismo ( )
  - g) Individualismo ( )



CONVENIO SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS.CLAUSULA DECIMO CUARTA.

## LA PARTICIPACION COMUNITARIA.

La operación del sistema descansará básicamente en la participación, organización y supervisión de las comunidades, bajo las siguientes normas:

a) En base a la selección de las comunidades en que se ubicarán - los Centros de Distribución, conforme a la cláusula DECIMO SEGUNDA, los promotores del sistema y COPLAMAR, a través de sus representantes, realizarán en las propias comunidades las siguientes actividades:

1. Difundir las características del sistema haciendo explícitos - sus objetivos y las responsabilidades que contraen las partes para su cumplimiento y ejecución.

2. En caso de obtener consenso, invitar a las comunidades a realizar asambleas en las que se formalice su voluntad, se integren - los Comités de Vigilancia y se nombren los encargados de los Centros de Distribución.

b) Las comunidades integradas al sistema tendrán la obligación de instalar, habilitar, organizar y administrar los Centros de Dis--

tribución, de acuerdo con los sistemas, normas y procedimientos de organización y control administrativo que determinen las propias comunidades junto con COPLAMAR, CONASUPO, DICONSA y, en su caso, el organismo COPLAMAR correspondiente. En consecuencia será responsabilidad de las propias comunidades dar cumplimiento a las obligaciones administrativas, fiscales y sanitarias que se de riven de su establecimiento.

La distribución del trabajo comunitario para el funcionamiento del sistema será responsabilidad de las propias comunidades, quedando claro que las partes que suscriben este convenio son total y absol utamente ajenas a toda relación laboral que se pudiera derivar de su funcionamiento.

c) Los Comités de Vigilancia estarán integrados por un presidente, un secretario y un vocal, con sus respectivos suplentes, que serán elegidos para cumplir períodos anuales y no podrán ser reelegidos para el período inmediato siguiente.

d) Los Comités de Vigilancia tendrán a su cargo la supervisión de la operación de los Centros de Distribución conforme a las políti cas que se establezcan en los manuales respectivos, e infór marán a los promotores del sistema y al representante de COPLAMAR que correspon da, sobre el funcionamiento de dichos Centros, de acuerdo con las sesiones mensuales que para tal efecto deberán cele brarse en los Centros de Distribución, conforme a un calendario -

anual fijo establecido en la primera sesión, en la que se señalaran también las horas de reunión y sus resoluciones serán válidas independientemente del número de asistentes.

e) Las resoluciones de los Comités de Vigilancia se tomarán por mayoría de los asistentes y deberán constar en actas suscritas por los mismos.

f) Los encargados de los Centros de Distribución serán elegidos por la Asamblea de la comunidad, la que podrá removerlos en cualquier tiempo. Estas personas recibirán un ingreso mensual del 5% de las ventas del Centro.

g) La operación de los Centros de Distribución deberá sujetarse a los criterios, políticas, programas y calendarios del Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados.

h) En cada Almacén Regional habrá un Consejo de Supervisión integrado por los presidentes, o en su ausencia por los secretarios, o en ausencia de éstos, por los vocales de los Comités de Vigilancia o sus suplentes, así como por los encargados de los Centros de Distribución de cada comunidad atendida.

i) Los Consejos de Supervisión de los Almacenes Regionales se integrarán tan pronto existan cinco comunidades organizadas conforme a las normas señaladas en ésta cláusula a las que se irán agregando las que se organicen en adelante.

j) Los Consejos de Supervisión celebrarán asambleas mensuales en los Almacenes Regionales, conforme a un calendario anual establecido en la primera sesión, que señale fechas, lugares y horarios de reunión, y sus resoluciones serán válidas independientemente del número de asistentes. Las asambleas serán conducidas por el promotor DICONSA. A dicha reunión asistirá el representante de COPLAMAR que corresponda para dar cumplimiento a lo establecido en el punto 6 de la cláusula DECIMO SEGUNDA de este convenio.

k) Las resoluciones de los Consejos de Supervisión se tomarán por mayoría de los asistentes y deberán constar en actas suscritas - por los mismos.

l) El orden del día de cada sesión del Consejo en todos los casos deberá contener el informe del Jefe del Almacén Regional, en el que se presentarán en forma pormenorizada y de acuerdo a los manuales de operación de DICONSA, los movimientos de mercancía, tanto la recibida de las fuentes de abastecimiento, como la distribuida a las comunidades de acuerdo a las cuotas previamente establecidas para cada Centro de Distribución, acreditando documentalmente cada uno de éstos movimientos así como la relación de gastos de operación, administración y venta.

m) Los Consejos de Supervisión seleccionarán, entre los habitantes de las comunidades que representan, al personal que, por encargo de las propias comunidades, trabajará en la operación del Almacén Regional del Sistema de abasto correspondiente. Dicho -

personal, no obstante emplearse por cuenta de las comunidades deberá ajustarse estrictamente al que se señale como necesario en los manuales de operación de DICONSA, y sus emolumentos, que correrán a cargo de operación de cada Sistema de Abasto Comunitario, serán fijados por el Consejo de Supervisión correspondiente, conforme a los criterios que se establezcan y de acuerdo a las posibilidades financieras del sistema.

El jefe del Almacén Regional podrá solicitar la sustitución del personal de las comunidades que trabaje en el Almacén Regional, para el Sistema de Abasto Comunitario, cuando no esté cumpliendo con el servicio que debe proporcionar a las propias comunidades. Podrá, asimismo, proponer ampliaciones o reducciones de personal, de acuerdo a las posibilidades que se deriven del funcionamiento del Sistema de Abasto Comunitario correspondiente. El mismo Consejo de Supervisión autorizará al jefe del Almacén a que en nombre de las comunidades ejerza el manejo administrativo del personal del sistema.

ANÁLISIS DEL CONVENIO SISTEMA CONASUPG-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS.

INSTRUCCIONES: Lea cuidadosamente la parte que se le entregue del convenio y del análisis que haga, conteste las siguientes preguntas:

- a) Diga cuáles son las principales actividades que realizará el - promotor dentro del Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados.
- b) Diga cómo se integra un Comité de Vigilancia y cómo funciona?.
- c) Diga cómo se integra el Consejo de Supervisión y cómo funciona?.
- d) Señale 3 normas de participación comunitaria que establece el convenio, menciónelas en orden de importancia y fundaméntelas.
- e) De las normas de participación campesina que expresan en el - convenio, ¿cuáles cree usted que propician la democracia en la comunidad y porqué lo cree?.
- f) Considera usted que las normas de participación comunitaria - que establece el convenio son completas o habrá algunas otras que usted sugeriría.

## 2. Preguntas orales.

Las preguntas orales están respaldadas por guías de entrevistas - que se realizarán después que los candidatos hayan presentado los instrumentos escritos.

Para que la entrevista tenga objetividad se tendrán que observar los lineamientos siguientes:

- Los entrevistadores tendrán que trabajar por parejas.
- El tiempo de la entrevista será de 15 minutos como mínimo, pero ésta podrá prolongarse si se estima necesario.
- Los entrevistadores formularán preguntas claras y concretas canalizadas a promover un estado de confianza.
- La entrevista se calificará antes de que pase el siguiente candidato.

La entrevista contendrá los aspectos siguientes:

#### Identificación del candidato

Preguntas: Nombre, edad, estado civil, lugar de residencia.

#### Escolaridad

Preguntas: ¿Porqué escogió su carrera?, ¿cómo ha empleado sus conocimientos profesionales?, ¿tiene interés en seguir estudiando?, ¿considera necesario capacitarse para el trabajo que va a desempeñar?, ¿qué tipo de capacitación requiere?.

Las anteriores preguntas tienen como objetivo tener conocimiento del candidato tanto en el grado de estudios como en la experiencia de trabajo. Sirve también para ubicar la posición social y para romper la tensión inicial que se efectúa en el proceso de la entrevista.

#### Experiencia de trabajo.

Preguntas: ¿Qué experiencia tiene de trabajo en el medio rural?, ¿qué función desempeñaba en su trabajo?, cuál era el objetivo -- principal de su trabajo?, ¿qué método de trabajo utilizó?, ¿cuánto tiempo desempeñó sus funciones?.

Las preguntas anteriores tienen como objetivo valorar la experiencia y capacidad de trabajo, así como sus actitudes hacia él.

#### Capacidad para evaluar su trabajo.

Preguntas: ¿Cómo evaluaría su trabajo realizado?, ¿cómo repercu-- tió su método de trabajo en la comunidad?, ¿qué trascendencia alcanzó?, ¿qué limitaciones personales encontró en su trabajo?.

Las preguntas mencionadas tienen como objetivo el saber si existe una aptitud de evaluación respecto a su propio trabajo.

#### Conocimiento de la problemática en la región.

Preguntas: ¿Cuáles son los principales problemas del campo?, ¿qué opina del campesino?, ¿porqué el campesino vive en condiciones de marginalidad?, ¿qué solución podría ser la más adecuada, si usted estuviera en el Gobierno Federal, respecto a los problemas del campo en su región?.

Las preguntas anteriormente expresadas tienen como objetivo, conocer el nivel de información sobre la situación del campo y en particular la de su región de origen, así como el conocimiento elemental sobre los principales problemas socioeconómicos y políticos de su región.

#### Facilidad para la integración en equipo.

Preguntas: ¿Ha tenido experiencia de trabajo en equipo?, ¿qué aspectos positivos y negativos encuentra al trabajar en equipo?, ¿cómo resultó su trabajo en equipo y cómo repercutió en la comunidad?.

Tienen como objetivo conocer si existe disponibilidad y facilidad para integrarse en un equipo de trabajo.

#### Facilidad de comunicación.

La capacidad de comunicación se evalúa en función de la soltura, fluidez, claridad, sencillez y concreción de las respuestas emitidas por el candidato según las preguntas realizadas por el entrevistador.

Cabe señalar que después de aplicada la entrevista, ésta se debe de calificar antes de que se entreviste al otro candidato. La calificación debe realizarse, por los dos entrevistadores, emitiendo opiniones y juicios sobre cada uno de ellos. La calificación se realizará utilizando la forma de programa de entrevistas y la hoja de calificación por cada candidato.<sup>2/</sup>

### 3. Recopilación de instrumentos escritos.

Contestadas las preguntas por los candidatos, se procede a recopilar los instrumentos escritos de cada candidato para calificar sus conocimientos. Para ello se cuenta con una guía de calificaciones y con una hoja de concentración de resultados por candidato que, conjuntamente con los resultados de la entrevista, sirven para vaciar las calificaciones.<sup>3/</sup>

Vaciados los resultados de las calificaciones, se formula una lista de resultados de los candidatos que fueron aprobados o no, para llevar a cabo la decisión final o dictaminación.

Obtenidos los resultados de los candidatos preseleccionados se determina el número que asistirá al curso de capacitación. Para ello se elabora una lista final que sirve para tomar en cuenta las calificaciones altas, medias y bajas de los candidatos. Los

---

2/ Ver anexo 6

3/ Ver anexo 7

de altas calificaciones serán preseleccionados y asistirán al -  
curso de capacitación; los de media calificación serán sujetos a  
revisión en la reunión dictaminadora para que los elementos -  
más positivos asistan al curso; los de baja calificación se con-  
siderarán fuera de la preselección.<sup>4/</sup>

El personal preseleccionado deberá conocer con suficiente anticiu  
pación que:

- Participarán en un curso de capacitación por los días que deteru  
mine DICONSA.
- Deberán llevar ropa e implementos de aseo personal.
- Deberán dejar resuelta su situación familiar y laboral para no  
abandonar el curso.
- Deberán presentarse en los Centros CONASUPO de Capacitación -  
(CECONCA) un día anterior al inicio del curso por la tarde.
- Acatarán el reglamento de CECONCA por su calidad de becarios.

Por su parte los Centros CONASUPO de Capacitación proporcionará  
a los asistentes: alimentación, hospedaje, servicio médico, mateu  
rial de trabajo y material didáctico de apoyo. El traslado de -

---

4/ Ver anexo 8

los participantes será responsabilidad de las comunidades del Programa.

#### 4. Características del personal preseleccionado.

##### a) Promotores.

El promotor del Programa CONASUPO-COPLAMAR deberá tener conocimientos, capacidades y habilidades que permitan la implementación, ejecución y seguimiento del Programa. Por tal motivo los promotores deberán sujetarse a las siguientes características:

##### 1. Conocimientos.

- Demostrar el nivel académico que se manifiesta.
- Tener conocimiento rural, principalmente en cuanto a problemas socioeconómicos, políticos y culturales de la región de donde provenga el promotor.
- Tener conocimiento en cuanto a programas de desarrollo rural.
- Tener conocimiento respecto a las diferentes estructuras de organización en el medio rural.

## 2. Capacidades.

El promotor del Programa deberá ser capaz de:

- Ser responsable en las actividades que le encomiende DICONSA para realizar los objetivos del Programa.
- Tener capacidad de análisis y síntesis de la problemática regional que le permitan sugerir soluciones a los problemas detectados.
- Tener capacidad de diálogo que le permita obtener comunicación con las comunidades y con las autoridades ejidales, comunales, municipales y estatales.
- Tener capacidad de evaluar y reorientar su trabajo a través de métodos y técnicas previamente diseñadas por DICONSA.
- Tener método y estilo de trabajo en la comunidad.
- Tener capacidad de trabajo en equipo en los niveles de institución y comunidad.

## 3. Aptitudes.

- Saber conducir.
- Saber manejar técnicas audiovisuales como pizarrón, carteles, rotafolios, etc.

b) Encargado del Centro de Distribución.

El encargado del Centro de Distribución es la persona responsable de manejar, administrar y controlar el Centro de Distribución por lo que deberá tener las características siguientes:

1. Conocimientos

- Saber leer, escribir y tener conocimientos elementales de aritmética como sumar, restar, multiplicar y dividir.
- Saber hablar el idioma español y ser bilingue, si el Centro de Distribución está ubicado en una comunidad donde se habla otro idioma.
- Tener capacidad de asimilación operativa, administrativa y de control del Centro de Distribución.

2. Capacidades.

- Tener capacidad de diálogo con las comunidades y con el personal del almacén.
- Tener capacidad organizativa para ejecutar tareas acordadas en el consejo comunitario y en la comunidad.
- Tener capacidad de comprensión en el uso y manejo de formas ad-

ministrativas y operativas relativas al Centro de Distribución.

### 3. Aptitudes.

- Ser limpio y ordenado para el cuidado y el lugar adecuado que requieren las mercancías.
- Ser responsable en el cumplimiento de las tareas asignadas.

### 4. Requisitos.

- Tener 18 años como mínimo.
- Ser elegido por la comunidad.

### c) Choferes.

El conductor de camiones y camionetas del Programa desplazará mercancías de productos básicos a los Centros de Distribución, por ello deberá ajustarse a los mecanismos de selección<sup>5/</sup> y características siguientes:

#### 1. Conocimientos.

- Tener conocimiento de mecánica y mantenimiento de vehículos de carga.

---

<sup>5/</sup> Ver anexo 9.

- Tener conocimiento territorial de la región donde trabajará, -  
así como señales de tránsito de carreteras.

- Saber leer y escribir.

- Tener conocimiento en el trato de mercancías.

- Tener conocimiento de operaciones aritméticas básicas.

## 2. Capacidades.

- Ser responsable en las tareas que le encomienda el almacén, el Consejo Comunitario de Abasto y la sucursal.

- Tener capacidad de diálogo y trato con los miembros del Comité Rural y la comunidad, así como con los miembros del almacén.

- Tener capacidad organizativa para efectuar las tareas de carga y descarga con macheteros y miembros de la comunidad.

- Tener un método y estilo de trabajo sencillo y claro con los miembros de la comunidad.

## 3. Aptitudes.

- Demostrar mediante la prueba de manejo su habilidad en el trato de vehículos.

- Saber manejar herramienta para uso mecánico y equipo de carga y descarga.

- Saber manejar equipo de seguridad.

#### 4. Requisitos.

- Presentar documentos que lo identifiquen.

- Tener un mínimo de 20 años y un máximo de 40.

- Presentar documentos que lo identifiquen como conductor de primera.

- Demostrar experiencia de un año en vehículos de 3 toneladas, - 2 años en vehículos de 8 toneladas y 3 años en vehículos de 12 - toneladas.

- Presentar 2 cartas de recomendación.

- Ser presentado como aval en alguna asamblea de la comunidad de la región en donde trabajará.

El personal preseleccionado que haya cumplido con los requisitos establecidos por el Programa (aplicación de instrumentos escritos, entrevistas y requisitos mínimos de ingreso) deberán sujetarse a

las actividades siguientes:

1. Desplazamiento a las instalaciones del Centro de Capacitación.
2. Presentación del Programa y condiciones administrativas a las que estarán sujetos.
3. Exposiciones orales y audiovisuales de los temas.
4. Condiciones de hospedaje, alimentación y recreación.
5. Formas de organización para el mejor aprovechamiento del curso.

#### 4.1.3 CAPACITACION.

##### a) Definición.

La capacitación está constituida por un conjunto de conocimientos teóricos y metodológicos que se imparten, a través de un proceso ininterrumpido por etapas, a las comunidades y a las diferentes - personas que trabajan en los distintos niveles del Programa. La capacitación, en cuanto proceso, suministra conocimientos y experiencias administrativas, operativas, organizativas y sociales a todos los sujetos participantes en el Programa para que a través, de métodos y técnicas diversas, se planifique, ejecute y evalúe - el trabajo permanentemente.

La capacitación correctamente aplicada otorga a las comunidades la toma de decisiones respecto a sus propias necesidades. Les aporta conceptos que le ayudan a analizar y evaluar su realidad socioeconómica, para que ellos mismos, con orientación y apoyo de los capacitadores, la transformen o modifiquen haciendo efectivas las políticas y objetivos de la distribución y consumo de alimentos que DICONSA diseña.

#### b) Metodología.

La etapa de capacitación comprende tres fases o pasos que son necesarios seguir en todo proceso de capacitación: planificación, ejecución y evaluación. A continuación describiremos cada una de estas fases o pasos por separado;

##### 1. Planificación.

La planificación permite, al capacitador, organizar cualquier evento de capacitación, ya sea formal, a través de un curso, o informal, al informar un lineamiento político o administrativo en los órganos de decisión de la comunidad. Por consiguiente la planificación permite programar paso a paso las necesidades que requiere la ejecución. Estas necesidades pueden ser: Establecer los objetivos generales y específicos de los contenidos temáticos, los tipos de técnicas y dinámicas a utilizar en las reuniones plenarias o de grupos, los materiales de capacitación, distribución de tiempo, designación de responsables, elección del local, etc., en el caso de un curso -

normal de capacitación, o preparar con jerarquía los bloques de información operativas, organizativas y administrativas - en el caso de un evento de capacitación informal.

## 2. Ejecución

La ejecución se realiza con base a lo programado, es decir, se requiere de una secuencia lógica y ordenada determinada por el tiempo y por el lugar. Para ejecutar un curso de capacitación se requiere de cuatro pasos:

- Inauguración del curso
  
- Explicación y presentación del Programa
  
- Entrega del material de trabajo
  
- Diseño de mecanismos de organización, como equipo de trabajo y mesas de trabajo, presentación de exposiciones, etc.

## 3. Evaluación

La evaluación se realiza a través de la información emitida y recibida en el transcurso del curso, con la cual se valora a los capacitadores y a los capacitandos, medida que posibilita reorientar o modificar el desarrollo del curso. La evaluación, así entendida,

tiene que ser permanente e integral, es decir, que tienen que intervenir todos los que participan en él, capacitadores y capacitandos.

La evaluación constituye un indicador del tipo de aprovechamiento y asimilación de conocimientos que permiten al capacitador o capacitando valorar su trabajo con la finalidad de reprogramar y de reorientar sus actividades.

La evaluación debe de estar orientada por los resultados obtenidos, por los objetivos perseguidos, y determinada por la característica del personal que requiera el Programa, así como por las funciones que desempeñarán en su trabajo. En los capacitandos se ejerce con mecanismos diferentes que en los capacitadores. En los primeros se debe tomar en cuenta indicadores como: participación, claridad de exposición, entendimiento y asimilación, puntos de vista y actitudes frente a los equipos. En los segundos se debe tomar en cuenta los objetivos planteados, los contenidos de los temas, análisis de los capacitandos respecto a las exposiciones y la autoevaluación realizada en el transcurso del curso.

Lo anterior implica elaboración de métodos y técnicas que correspondan a las condiciones socioeconómicas, políticas y culturales en donde se imparta el curso.

Por último, conviene señalar, la capacitación con sus fases de -

planificación, ejecución y evaluación son un proceso ininterrumpido de actividades de información (de todas las partes que constituye un sistema), de análisis de la información y de conclusiones de la información para rectificar las actividades y las funciones del personal.

c) Estrategia.

La estrategia de capacitación está basada con los objetivos que - el Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados se ha propuesto, es decir, la estrategia de capacitación está estrechamente relacionada con la operación de un sistema integral de distribución de alimentos que garantice el flujo de alimentos de primera necesidad en volúmenes suficientes y a precios bajos a las comunidades marginadas del medio rural, así como en la participación organizada de la comunidad en dicha distribución. Por ello, el tipo de capacitación que se imparte está determinada por los objetivos del Programa. Por consiguiente, el personal contratado ha sido seleccionado en función de las capacidades, conocimientos y aptitudes, en el momento que requiere el Programa. El Programa ha requerido personal, según los momentos y sus necesidades, en orden de prioridades de la siguiente manera: 1. Promotores, supervisores regionales y jefes de zona. 2. Coordinadores del Programa en sucursales, jefes y subjefes de almacén. 3. Comités Rurales de Abasto. 4. Choferes, loteadores y macheteros en 199 almacenes.

d) Cursos de capacitación o capacitación inicial.

La capacitación inicial o curso de capacitación nos permite conocer la capacitación permanente en su fase inicial. El curso constituye la transmisión de un conjunto de conocimientos operativos, organizativos y administrativos que responden a lineamientos y objetivos del Programa para que éstos sean difundidos, a su vez, - por promotores, jefes de almacén, a las comunidades, a los Comités de Abasto y a los Consejos Comunitarios.

La capacitación inicial se distingue de la capacitación permanente porque agrupa bajo un mismo techo a un conjunto de personas - preseleccionadas que van a recibir conocimientos básicos generales respecto a la estructura y función del Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados, Desarrollo rural, Estructura y función de los niveles de organización para la distribución y participación y organización campesina, a través de objetivos generales y particulares, guías de lecturas y de estudio, preguntas escritas y orales en reuniones plenarios o en grupos pequeños se sujetarán a horarios, técnicas, materiales didácticos, materiales de apoyo e instructores que designa DICONSA.<sup>6/</sup>

La capacitación inicial se distingue, de la capacitación permanente, por su estructura de contenido y por encontrarse determinada por el tipo de funciones que desempeñará el promotor.

---

Ver anexo 10

A continuación presentamos en forma de resúmenes, los contenidos, objetivos y preguntas de los temas impartidos en los cursos de capacitación para promotores:

e) Estructura temática.

1. Estructura y función del Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados.

Objetivos:

El capacitando deberá ser capaz de:

Objetivo general:

Ubicar el Sistema CONASUPO-COPLAMAR, a través del conocimiento de las estructuras y funciones de las instituciones participantes en el Programa, como son CONASUPO, DICONSA y COPLAMAR.

Objetivos particulares:

- Entender cuáles son los objetivos principales de CONASUPO.
- Comprender la función de DICONSA como filial de CONASUPO.
- Captar el fin con que fué creado COPLAMAR y cómo ha venido desenvolviéndose.
- Entender las características del estrato social a quien va dirigido el Programa CONASUPO- COPLAMAR.

conocer la participación de cada una de las instituciones en el -  
Sistema CONASUPO-COPLAMAR.

Actividades:

- Explicar la estructura y funciones de las siguientes instituciones: CONASUPO, DICONSA y COPLAMAR.
- Describir las principales características con las que se define el concepto "Zonas Marginadas".
- Enumerar detalladamente los objetivos del Sistema CONASUPO-COPLAMAR.
- Enunciar el esquema de implementación del Sistema CONASUPO-COPLAMAR.
- Elaborar comentarios respecto a los alcances y limitaciones de los objetivos del Sistema.

2. Desarrollo rural.

Objetivos:

El capacitando deberá ser capaz de:

Objetivo General:

Comprender cual ha sido el proceso del desarrollo rural en México.

Objetivos particulares:

Conocer el modelo económico de los años cuarenta.

Comprender la formación de los dos tipos de economías que se dan -  
al interior del agro mexicano (campesina y capitalista).

Distinguir las principales manifestaciones y características de la -  
crisis agrícola.

Actividades:

- Explicar cuál ha sido el comportamiento del sector agropecuario.

- Enumerar las características principales de los dos tipos de eco-  
nomías en el campo. Ejemplificar con una experiencia regional.

- Detallar el porqué se dió la crisis en el campo y cuáles han si-  
do sus manifestaciones económicas, políticas y sociales. Ejemplifi-  
car con una experiencia regional.

- Manifestar en qué ha consistido la respuesta del Estado ante la  
crisis agrícola.

- Proporcionar críticas con respecto a la participación del Sector Público en el agro mexicano.

3. Estructura y funciones de los niveles de organización para la distribución.

Objetivos:

El capacitador deberá ser capaz de:

Objetivo General:

Comprender la estructura organizativa que plantea el Sistema CONA-SUPO-COPLAMAR así como las características que diferencian los niveles de organización.

Objetivos particulares:

Entender el objetivo y la estructura de la organización a nivel de la comunidad, así como las funciones de los órganos de decisión y ejecución a este nivel.

Entender el objetivo y estructura de la organización a nivel regional, así como las funciones de los órganos de decisión y ejecución a este nivel.

Conocer las funciones y el papel que desempeña el promotor en ambos niveles.

Actividades:

Enumere las funciones específicas del promotor y comente algunas - de ellas.

Explique en qué consisten las actividades de organización, investigación, planeación, programación, ejecución y evaluación.

Preguntas:

¿Cuál es la diferencia fundamental entre los dos niveles de organización planteados por el Sistema CONASUPO-COPLAMAR?

¿Cuál es el órgano de decisión y cuál el de ejecución en la estructura de organización de la comunidad y cuáles son sus funciones - principales?.

¿ Quiénes forman el Consejo de Supervisión?.

¿Cuáles son las funciones principales de la Asamblea General del Consejo de Supervisión?.

¿Cuál es el papel que desempeñan los representantes del Consejo de supervisión?.

¿Cuál deberá ser la participación del promotor y del supervisor en los dos niveles de organización?.

## ORGANIZACION Y PARTICIPACION CAMPESINA.

### Objetivos:

El capacitando deberá ser capaz de:

### Objetivo General:

Ubicar la importancia que tiene la participación de las comunidades en el Sistema CONASUPO-COPLAMAR.

### Objetivos particulares:

- Comprender qué es la participación social.

- Identificar las principales formas de organización social en el medio rural.

- Entender el concepto de organización en el Sistema de distribución de alimentos.

### Actividades:

Caracterizar los tipos de economías coexistentes en las zonas marginadas.

Indicar la importancia que tiene el conocer la tipología de las organizaciones así como las formas de organización productiva.

Preguntas:

¿ Es válido afirmar que el sector rural no está organizado?.

¿ Qué fines y objetivos persigue la organización para la distribución?.

¿ Cómo pueden adaptarse las formas de organización legal y formal en el Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto?.

¿ Qué importancia tiene el establecer normas e instrumentos operativos en la formación de toda organización?.

¿ Porqué se dan divergencias en las organizaciones y cuáles son sus repercusiones en el desarrollo de éstas?.

¿ Qué importancia tiene el conocer la estructura productiva concreta de las zonas a trabajar?.

f) Capacitación permanente

La capacitación permanente consiste en la transmisión de conocimientos en forma permanente de métodos y técnicas apropiadas que posibiliten la evaluación del Sistema CONASUPO-COPLAMAR en función de las necesidades que su desarrollo presente. Podríamos decir que la capacitación inicial es el punto de partida o arranque del Sis-

tema y la capacitación permanente es el proceso de seguimiento y - evaluación de la operación, organización y administración, en forma ininterrumpida del Sistema CONASUPO-COPLAMAR.

La capacitación permanente es un proceso de abastecimiento en forma ininterrumpida de conocimientos que sirven para ejecutar actividades orientadas a la distribución de productos básicos en las comunidades marginadas, así como para reorientar a los sujetos que trabajen según sus funciones en el Sistema cuando éstos lo ameriten. Garantiza a los capacitados el seguimiento correcto de los objetivos del Sistema, la comprensión de sus funciones en cuanto a los lineamientos, técnicas y actividades de supervisión y evaluación en las comunidades, almacenes y sucursales.

#### 4.1.4 CONTRATACION.

Una vez diseñados, elaborados y aplicados los contenidos temáticos del curso de capacitación, según los lineamientos y objetivos del Programa, se procede a aplicar los instrumentos de evaluación, mismos que se adaptan a las características del curso y de los capacitandos.

La selección definitiva se realiza a través de la evaluación diaria tomando como criterios la participación y discusión de los temas; comprensión de los objetivos y de los conocimientos impartidos, aptitudes y capacidades para el desempeño de las funciones así como de las responsabilidades que requiere el Programa CONASUPO-COPLAMAR.

## CAPITULO V. PRINCIPALES FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL PROMOTOR

### 5.1 EL PROMOTOR

#### a) Definición.

El promotor rural, como su nombre lo indica, es la persona que inicia e impulsa, a través de diversos mecanismos de ejecución, los lineamientos políticos, ideológicos y económicos de una - institución que promueve una acción de desarrollo rural.

#### b) Funciones de difusión, información y orientación.

La actividad principal del promotor es la de difundir, informar y orientar a las autoridades municipales, ejidales, comunales, organismos oficiales, organizaciones políticas y a las comunidades respecto a las acciones de una institución en el medio rural. Para ello tendrá que diseñar una estrategia de contacto que defina el estilo de trabajo y de penetración en la comunidad. La estrategia de contacto consiste en la presentración del Programa institucional a las personas que ocupan distintas posiciones sociales y económicas en la comunidad. En este sentido el promotor es un guía o conductor de las acciones programadas por la institución para realizar los objetivos generales y específicos que se ha propuesto lograr.

El promotor se caracteriza fundamentalmente como difusor, informador y orientador comunitario, en la medida en que es portador

de información administrativa, operativa y de organización de un programa que se quiera implementar en el medio rural. Es pues, un transmisor de ideas jerarquizadas que induce, a los miembros de las comunidades, juicios respecto a la estructura y función de un programa.

Cuando el promotor ordenadamente expresa, por bloques de información jerarquizada, a las comunidades un conjunto de ideas, - de hecho está exponiendo las ideas sistematizadas y los criterios de la institución con su propio lenguaje. En este sentido, el promotor informa y orienta a las comunidades los criterios organizativos, administrativos y operativos de un programa. Por su parte las comunidades a través de su órgano político de decisión, como la Asamblea General de la comunidad, toman decisiones operativas, administrativas y organizativas. La orientación, entonces debe realizarse en las decisiones que la comunidad tome en la Asamblea General. En este sentido la autogestión comunitaria o decisiones de la comunidad en la distribución de alimentos o la comercialización de productos, no es mas que la toma de decisiones por ellas mismas, pero correctamente orientadas por los promotores.

Otra forma de orientar, es la de estructurar previamente preguntas en forma interrogativa concernientes a los bloques de información, por ejemplo: la participación de otras dependencias en el Programa. Se pregunta a la comunidad, después de -

enfocar los elementos esenciales del Programa, ¿quién y cómo se van a construir los locales? ¿dónde se instalará la tienda? - - ¿quién y cómo van a construir los almacenes?. Esta forma de orientación posibilita a las comunidades mecanismos que aportan esfuerzos de reflexión. Inmediatamente después el promotor informa correctamente. Lo anterior tiene como objeto que las comunidades emitan juicios por sí mismas y no se les den juicios completos.

Cuando a las comunidades se les otorga información permanente de arriba-abajo, es decir, en forma vertical y el promotor únicamente habla y, las comunidades escuchan, se corre el riesgo de obstaculizar un proceso de aprendizaje. Por lo tanto, se puede minar el proceso autogestivo de abajo-arriba y convertirlo en simples relaciones paternas de mando y de obediencia en donde las comunidades realicen exclusivamente funciones de ejecución, y el promotor se convierta en una correa de transmisión. En este proceso de comunicación, es importante que el promotor capte los aspectos principales de cada bloque de información, es decir, que aprenda a apropiarse de los aspectos principales y secundarios, a estructurar preguntas y a emitir correctamente los lineamientos y políticas de la institución.

#### c) Funciones de investigación

El conocimiento de las comunidades, subregiones, zonas o regiones no se obtiene de manera inmediata con el simple hecho de

ter presencia física y contacto con sus pobladores. En otras palabras, la obtención de conocimientos de los lugares en donde el promotor va a trabajar se logra investigando las condiciones reales del lugar. Se debe, entonces, investigar a la comunidad antes de actuar en ella ¿pero cómo se investiga?

La primera condición que requiere el promotor para ser investigador es que sea portador de un sistema de preguntas o guión de investigación, mismos que previamente debe elaborar con la institución y con las comunidades. Las preguntas son el medio para obtener las respuestas que necesita la institución respecto a las características de la comunidad, población, vivienda, salud, salario, alimentación, producción, distribución, consumo, etc., respuestas que sirven como informes para transformar, con los conceptos teóricos, técnicas y métodos de la institución, en conclusiones de la situación de un lugar. Por supuesto, las conclusiones serán de calidad si el promotor ha obtenido buenos informes.

La recolección previa del mayor número posible de informes dará como consecuencia que el conocimiento del lugar sean en todos sus aspectos, lo cual constituye la base objetiva que permite conocer en forma global cualquier lugar. Esto no quiere decir que se tomen en cuenta todos los detalles del lugar, ya que es imposible e innecesario, pero si es posible y necesario que el promotor esté al corriente de las características y tendencias de lo que sucede en el lugar.

Por su parte, la institución no podrá realizar un análisis adecuado si tiene conocimiento de informes incompletos, superficiales y unilaterales de la comunidad. Esto se debe a que dichos informes no podrán reflejar las características y tendencias de un lugar.

Queremos recalcar que, el proceso de investigación que realiza el promotor debe estar condicionado por los conceptos, métodos y técnicas que previamente elaborados por la institución ayuden a descubrir el conjunto de problemas socioeconómicos y políticos que se manifiestan en un lugar. Para ello es conveniente seguir las fases siguientes:

1. Definir el estilo de trabajo en la comunidad.
2. Recolectar los puntos de vista de la comunidad en relación con sus propios problemas y soluciones.
3. Jerarquizar los problemas y las soluciones de la comunidad.
4. Estructurar el sistema de preguntas o guión de investigación con base en los problemas principales y en las soluciones de la comunidad.
5. Establecer el cuerpo de conceptos, métodos y técnicas para realizar el análisis de los principales problemas y soluciones de la comunidad.
6. Realizar la sistematización de los informes jerarquizando los problemas con sus respectivas soluciones.

7. Planificar, conjuntamente con la comunidad, la ejecución de los lineamientos operativos, administrativos y organizativos.

Toda comunidad tiene una cadena o conjunto de problemas que por su naturaleza se distinguen entre sí. Los problemas se manifiestan en forma desigual, es decir, unos tienen más importancia y por lo tanto son principales y otros de menor importancia y por lo tanto son secundarios. De la misma manera podemos decir con respecto a las soluciones, unas tienen mayor o menor importancia e inciden positiva o negativamente sobre las demás soluciones - según sea lo acertado del análisis.

El análisis de los problemas consiste en aprehender, del conjunto de ellos, los principales y los secundarios determinando sus relaciones entre sí. De otra manera se puede invertir lo principal con lo secundario (al no tomar en cuenta las opiniones, las necesidades y los deseos de las comunidades, así como los conceptos, los métodos y las técnicas de la institución) y fracasar - con los objetivos tácticos y estratégicos que la institución se propone.

Al analizar los problemas que se presentan en la comunidad, zona o región se debe esclarecer si el problema detectado por la comunidad y por la institución representa efectivamente lo correcto en relación a la solución, lo que implica ver el todo y cada una de sus partes, analizando el conjunto por separado. Habrá que -

analizar la tendencia de los problemas principales y secundarios calculando su ubicación o posición respecto a los otros, o de lo contrario se puede perder la dirección en el proceso de investigación y por consiguiente se alejarán las conclusiones de lo - - acertado, oportuno y justo.

Lo anteriormente escrito más que un enfoque teórico de realizar el trabajo rural, constituye un punto de vista metodológico para apropiarse del conocimiento de un lugar y una guía para ver el - todo y las partes, es decir, el bosque y los árboles.

Sobre la base del esfuerzo de reflexión (análisis) de la información recolectada y de la sistematización permanente es como se elabora la teoría de un programa. Este sería, más o menos, el proceso de análisis:

1. Recabar información.
2. Transformar la información en conclusiones.
3. Volver a recabar información.

En este proceso se descubrirán otros métodos y sistemas de preguntas para llegar a conclusiones más correctas.

Por último, conviene señalar que, la investigación entendida como conocimiento a través de un sistema de preguntas socioeconómicas, políticas e ideológicas influyen en el promotor para to-

mar conciencia y adquirir una ideología que se apegue más a la realidad del lugar donde trabajará. Es a la vez un mecanismo que posibilita al promotor la ejecución de los objetivos generales y específicos de un programa de desarrollo rural.

#### 5.1.1 FUNCIONES PREOPERATIVAS Y OPERATIVAS.

El promotor del Programa, por su participación directa, constituye el núcleo principal entre DICONSA y las comunidades. A través de él, DICONSA informa, difunde, orienta y organiza a las comunidades en el proceso de distribución de alimentos básicos en las zonas marginadas del medio rural.

Es la persona encargada de ejecutar los lineamientos políticos, operativos, administrativos y organizativos que el Programa ha diseñado para cumplir con los objetivos de control, supervisión de almacenes y tiendas con la participación organizada de la comunidad.

Las funciones del promotor están constituídas fundamentalmente por dos tipos de actividades: preoperativas y operativas. Las funciones preoperativas comprenden desde el reconocimiento e investigación de la zona hasta el momento en que funciona la tienda. En este proceso el promotor tiene diferentes responsabilidades, de las cuales mencionamos las siguientes actividades:

a) Programación e información de actividades.

El promotor deberá de alaborar un programa de actividades en el cual especifique, durante 15 días, el lugar, la fecha y el método, es decir, dónde, cuándo y cómo va a realizar dichas actividades. Lo anterior tiene como objetivo la planificación, organización y ejecución de sus actividades de una manera eficiente. El programa de actividades sirve también como una herramienta - de apoyo para sistematizar su informe de actividades quincenal<sup>1/</sup>.

b) Investigación.

1. Recopilación de información documental referente a las comunidades, zona y región que le corresponda. Para ello deberá de seleccionar documentos informativos en las sucursales.

2. Reconocimiento físico de 14 comunidades pertenecientes a la zona y región que le asigna la sucursal.

3. Elaborar un mapa a nivel de almacén y su área de influencia, con los datos siguientes: 1. Nombre de la comunidad propuesta para Almacén de Abasto; 2. Nombre de la comunidad propuesta para tienda campesina; 3. Población de las comunidades propuestas para almacén y tiendas campesinas; 4. Distancia de la comunidad propuesta para almacén a las comunidades propuestas para tiendas

---

<sup>1/</sup> Ver anexo 11

campesinas, especificando el tipo de camino (pavimento, terracería, brecha, etc.) y tiempos de recorrido; 5 Municipios. 2/

4. Investigar en las comunidades de la zona o región los siguientes datos:

1. Población; 2. Número de viviendas y tipo de materiales utilizados en la construcción; 3. Número de escuelas y maestros; 4. Energía eléctrica; 5. Agua potable y drenaje; 6. Servicios médicos y enfermedades más frecuentes; 7. Emigración hacia las ciudades; 8. Alimentación con base a la dieta alimenticia; 9. Indumentaria habitual; 10. Principales problemas sociales y políticos; 11. Organizaciones políticas, económicas y tradicionales; 12. Grupos de poder, cacicazgos; 13. Instituciones que operan en la región; 14. Comercio: privado y oficial, 15 precios comparativos de los productos alimenticios.

c) Ubicación de tiendas

1. Detectar en la zona o región los problemas de ubicación: a) no alcanza la población de 2,000 habitantes; b) excede la población de 2,000 habitantes; c) necesario transporte mular; d) necesario transporte aéreo; e) necesario transporte fluvial; 3/ f) lugar de paso o no; g) distancia de la tienda con la más próxima.

---

2/ Ver anexo 12

3/ Ver anexo 13

#### d) Difusión

Difundir el Programa con materiales de difusión como historietas y carteles a las autoridades municipales, ejidales y comunales y a las comunidades pertenecientes al área de influencia del Almacén de Abasto y del área de influencia de las tiendas campesinas. Dar a conocer el Programa a los representantes de instituciones y organizaciones económicas y políticas existentes en la zona o región.

#### e) Información

1. Informar del Programa CONASUPO-COPLAMAR, con apoyo de las autoridades ejidales o comunales a las Asambleas Generales de las comunidades del área de influencia de las comunidades sede de tiendas campesinas, con materiales de apoyo como esquemas y gráficas.

2. Informar a las asambleas comunitarias, a través de bloques de información los objetivos del Programa; los requisitos fundamentales para la realización de los objetivos: abasto, transporte, participación organizada de la comunidad; operación del Programa a través del Almacén de Abasto y las 25 tiendas campesinas; integración del Programa CONASUPO-COPLAMAR a nivel nacional; compromisos y obligaciones de CONASUPO y de COPLAMAR; participación de otras Secretarías y participación y responsabilidades de las comunidades.

3. Informar a las comunidades respecto a sus principales funciones que tiene en las mismas, en los comités de abasto, en los consejos comunitarios, en los almacenes y en las sucursales.

4. Informar a comunidades, consejos, comités y encargados la fecha de cursos de capacitación a encargados y apertura de tiendas campesinas.

5. Informar al consejo sobre problemas operativos, administrativos y organizativos encontrados en tiendas campesinas.

6. Informar a la comunidad y consejo respecto a los requisitos que deben tener los choferes, cargadores, loteadores, así como la fecha de su contratación.

7. Informar a organizaciones políticas y económicas el Programa

8. Realizar visitas domiciliarias para invitarlos a las asambleas informativas.

9. Informar al consejo y al jefe de almacén respecto a las anomalías encontradas en la tienda campesina.

#### f) Organización

1. Promover la participación organizada de las comunidades en el

Programa, a través de la elección de comités de administración y vigilancia y encargados de tiendas campesinas.

2. Programar asambleas constitutivas de comités de administración y vigilancia y encargados de tiendas campesinas.

3. Levantar actas de asambleas de miembros de la comunidad para - constituir tiendas campesinas y para elegir miembros de comités - de administración y vigilancia, así como a encargados de tiendas con el orden del día siguiente:

a) Instalación de la asamblea, número y nombre de los asistentes

b) Nombramiento del Presidente y Secretario de la Asamblea

c) Informe del promotor o representantes del Programa

d) Discusión y aprobación de la asamblea para instalar en la comunidad una tienda campesina.

e) Selección del local o lugar donde funcionará la tienda campesina.

f) Creación del "Comité de Administración y Vigilancia" y nombramiento de su Presidente, Secretario, Vocal, así como de sus - suplentes.

g) Elección y nombramiento del encargado del Centro de Distribución. 4/

4. Promover la participación organizada de las comunidades en la integración de comisiones para la habilitación o construcción de locales para las tiendas campesinas.

5. Calendarizar asambleas comunitarias mensuales

6. Promover reuniones con comités y comisiones para darle seguimiento al local de la tienda campesina.

7. Realizar la preparación del consejo antes de su constitución

8. Planear reuniones con miembros de comités para programar fecha de constitución del consejo.

9. Levantar actas constitutivas de consejos de supervisión con el orden del día siguiente:

a) Instalación de la asamblea con el nombre de las personas que asisten y la comunidad que representan.

b) Explicación de los fines y funcionamiento de los consejos de supervisión.

---

4/ Ver anexo 14

c) Creación del consejo de supervisión y aprobación del programa mensual, así como del calendario anual (12 por año) de -- asambleas y nombramiento de representantes del consejo de supervisión.

d) Otros asuntos. 5/

10. Organizar la ruta de entrega de capitales de trabajo

11. Levantar el acta de entrega de capitales de trabajo. 6/

12. Elaborar relación de encargados de tiendas campesinas e integrantes de comités rurales de abasto. 7/

g) Participación

1. Participar en la reunión mensual de evaluación con el acta - del consejo comunitario de abasto para señalar los problemas manifestados, las soluciones tomadas, los acuerdos ejecutados y - los acuerdos pendientes.

2. Participar conjuntamente con el jefe de almacén y sucursal - en la elaboración de programas de aperturas de tiendas.

3. Participar conjuntamente con el encargado de la tienda en el acomodo de productos en los estantes y en la bodega, pesar el -

---

5/ Ver anexo 15

6/ Ver anexo 16

7/ Ver anexo 17

azúcar y los granos y contar la mercancía, unidad por unidad de acuerdo a la nota de entrega de capital de trabajo.

4. Participar conjuntamente con el encargado de la tienda en la integración del expediente de la tienda campesina (control de inventarios, resguardo de básculas, vales por devoluciones, vales de costalera, etc.)

5. Participar en los cursos de capacitación a encargados de tiendas campesinas.

6. Participar autorizando las devoluciones de mercancías en mal estado o de nulo desplazamiento.

7. Participar conjuntamente con el encargado y el comité en la planificación del volumen de mercancías que requiere la comunidad en épocas de difícil acceso.

8. Participar en el desarrollo y el levantamiento del acta de Asamblea del Consejo Comunitario de Abasto de la siguiente manera:

a) Instalación de la Asamblea

b) Nombramiento del Presidente de Debates

c) Establecimiento del orden del día

c) Informe de los encargados y representantes del comité respecto a los problemas, análisis y acuerdos de las asambleas comunitarias en torno al abasto.

f) Informe del jefe de almacén

g) Informe de actividades del promotor

h) Discusión de problemas planteados

i) Acuerdos tomados (soluciones)

j) Responsables de efectuarlos

k) Levantamiento de firmas 8/

h) Supervisión

1. Supervisar que los acuerdos tomados en las asambleas de la comunidad se efectúen a través de las comisiones designadas.

2. Supervisar el avance de la habilitación y construcción de locales para la tienda.

3. Supervisar la elección democrática de los miembros de los comités y encargados de las tiendas.

---

8/ Ver anexo 18

4. Supervisar que las comunidades pertenecientes al área de influencia participen en las asambleas constitutivas de las comunidades sedes.
5. Supervisar que la comunidad se mantenga informada, a través de los representantes del consejo, en los aspectos operativos, administrativos y organizativos del almacén de abasto.
6. Supervisar que los acuerdos tomados en las asambleas de consejo se ejecuten por las personas designadas para ello.
7. Supervisar que el horario de apertura de la tienda corresponda al fijado por la asamblea constitutiva de la comunidad.
8. Supervisar el avance de obra del almacén de abasto comunitario en la cimentación, pisos y muros, estructura y acabados. 9/
9. Supervisar que los productos entregados al encargado sean vendidos exclusivamente en el local de la tienda campesina.
10. Supervisar que en la tienda campesina únicamente se vendan las mercancías surtidas por los Almacenes CONASUPO-COPLAMAR.
11. Supervisar que le sea pagada la comisión del 5% sobre las ventas que le corresponde al encargado de la tienda.

12. Supervisar que el almacén cumpla con el calendario fijado para los resurtimientos.

13. Supervisar que la mercancía se venda al contado, que no se violen los precios establecidos por el Programa, que se vendan volúmenes de mercancías equivalentes al consumo de una familia, que no se condicionen las ventas.

14. Supervisar que el archivo de la tienda se encuentre completo (notas de cortes de caja, pedidos, ventas, cargos por adeudos al almacén, control de capital de trabajo, reporte de auditorías, devoluciones, de cambios de precios, etc.).

#### 1) Orientación

1. Proporcionar orientación a las comisiones nombradas por la asamblea en la construcción o habilitación (especificando normas establecidas) del local de la tienda.

2. Orientar permanentemente las decisiones que en la operación, administración y organización de la tienda tomen las comunidades, comités, consejos y encargados.

3. Orientar respecto a los puntos incluidos en todas las actas que se levantan.

4. Orientar al encargado en la limpieza, seguridad y visibilidad del horario de la tienda campesina.

5. Orientar al encargado como elaborar la nota del pedido de mercan<sup>ci</sup>as.

6. Orientar para que el pedido se realice de acuerdo con el volúmen de ventas.

j) Coordinación

Coordinarse con el jefe de almacén para planificar la fecha de -aperturas de las tiendas campesinas y elaborar la ruta de surtimiento.

k) Evaluación

Evalúa permanentemente la información operativa y administrativa que suministra a la comunidad, a los comités y a los consejos comunitarios de abasto.

## 5.2 PRINCIPALES FUNCIONES DEL ENCARGADO DE LA TIENDA.

La asamblea de la comunidad elige a los miembros del comité de -administración y vigilancia y al encargado de la tienda (comité rural) democráticamente (un presidente, un secretario y un vocal con sus respectivos suplentes que supervisan la tienda).

La comunidad podrá destituir a cualquiera de los 7 miembros si no está de acuerdo en la forma en que realiza su trabajo. La forma en que la comunidad puede evaluar el trabajo del comité es a través de los informes del encargado, del comité y el promotor. Para ello la comunidad deberá saber la fecha y hora de las asambleas del comité y del consejo comunitario de abasto. En la asamblea del comité se discuten los problemas particulares de la tienda referentes a su administración, operación y organización. En la asamblea del consejo se informan los problemas existentes para que el consejo (representantes de todas las comunidades sedes de tiendas campesinas) los solucione. Es a través del comité rural como la comunidad obtiene fundamentalmente la información del almacén y la tienda y, éste a su vez, representa a la comunidad en el consejo.

Las funciones del encargado de la tienda son operativas, administrativas y financieras. Las funciones operativas se refieren a la venta de mercancías; las administrativas al manejo del archivo y las financieras al manejo del dinero de la tienda.

### Operativas

1. El encargado de la tienda debe fijar un letrero estipulando el horario.

2. Asegurar las puertas y ventanas de la tienda.
3. Limpiar diariamente el piso, el mostrador y la mercancía de la bodega para evitar animales.
4. Ordenar y acomodar la mercancía de frente en los anaqueles.
5. Retirar la mercancía en mal estado para su devolución.
6. Poner separados los productos alimenticios y artículos contaminantes.
7. Poner la mercancía sobre tarimas en la bodega.
8. Vender los artículos que la comunidad solicita.
9. Apuntar en una libreta los artículos más solicitados que no se incluyan en la lista de precios.
10. Tener en existencia los artículos de mayor venta (azúcar, maíz, ríjol, arroz, aceite, etc.)
11. Revisar la existencia de mercancías en la bodega y en los anaqueles y compararlos con el primer surtimiento.

12. Suspender la venta de mercancías mientras dure la recepción.

13. Cuidar que la tienda campesina tenga los suficientes productos en épocas de lluvia.

#### Administrativos y financieros

Las actividades administrativas sirven para organizar, controlar y evaluar el trabajo del encargado en la tienda campesina.

1. Elaborar la nota de pedido (se requiera o no mercancía) cada semana para entregarla al chofer. Esta nota deberá incluir el importe de cajas completas vendidas en la semana. 10/

2. Avisar al comité rural de abasto o al promotor, la necesidad de modificar el capital de trabajo (mayor surtimiento de productos con más demanda).

3. Pedir al chofer la nota de venta del almacén (entrada de mercancía) y checar las mercancías según el pedido solicitado. 11/

4. Anotar en la nota de venta del almacén la mercancía faltante o en mal estado.

---

10/ Ver anexo 20

11/ Ver anexo 21

5. Pagar al chofer después de revisar la nota de venta, la cantidad de mercancía recibida.
6. Firmar una nota de cargo al chofer en caso de no tener el importe total de mercancía recibida.
7. Elaborar una cartulina anotando los precios de venta de cada artículo, según la nota de venta del almacén.
8. Tener un fondo fijo (500 pesos en moneda) para dar cambio a los compradores.
9. Realizar un corte de caja o contar el dinero de la venta del día. 12/
10. Anotar la venta del día en el registro diario de ventas. 13/
11. Controlar el capital de trabajo a través de entradas (o notas de venta), salidas (ventas del día, devoluciones, etc.) y existencias de mercancías. 14/
12. Archivar con fechas las notas de venta, pedidos, corte de caja, registro diario de ventas, control de capital de trabajo y nota de devolución.

---

12/ Ver anexo 22

13/ Ver anexo 23

14/ Ver anexo 24

13. Elaborar notas de devolución de mercancías en mal estado. 15/

### 5.3 PRINCIPALES FUNCIONES DEL COMITE RURAL DE ABASTO

El comité rural de abasto apoya el trabajo del promotor al supervisar la tienda e informar a la comunidad. Al supervisar las funciones del promotor, éste vigila que el encargado cumpla con las actividades administrativas, operativas y financieras de la tienda de la comunidad. Por lo tanto las funciones principales del comité son:

1. Supervisa que los productos que solicita la comunidad sean solicitados por el encargado.
2. Preve junto con el encargado y el promotor suficientes reservas de mercancías en las temporadas de lluvia.
3. Supervisa que el encargado de la tienda venda los productos a los miembros de la comunidad según su capacidad de consumo.
4. Supervisa que no venda los productos a comerciantes particulares, los acapare o esconda para venderlos más caros y no haya favoritismos, y respete los precios que la sucursal y el almacén - determinen.

5. Supervisa que el encargado de la tienda devuelva los productos en mal estado, que no se venden o se venden poco.
6. Supervisa que el encargado no venda productos que no están en la lista o quite productos que la comunidad consume.
7. Supervisa que el equipo de transporte se utilice para transportar los productos básicos.
8. Supervisa que un miembro del comité participe mensualmente en la asamblea de los consejos.
9. Supervisa que el miembro del comité informe al consejo las - proposiciones de la comunidad respecto a la tienda, la participación del promotor en la comunidad y lleve a la comunidad una copia del acta del consejo para que la lea en la asamblea.
10. Supervisa que el encargado informe y enseñe a la comunidad - los documentos administrativos y financieros de la tienda.
11. Participa en la recopilación de información socioeconómica - que necesita el promotor.
12. Participa en la elaboración del calendario anual de asambleas de la comunidad y del consejo comunitario de abasto.

13. Participa en la ejecución de acuerdos tomados en la asamblea respecto a la tienda.

14. Supervisa que el encargado cumpla con el horario estipulado en la comunidad.

15. Supervisa que los precios de la mercancía corresponda a la lista de precios del almacén.

CAPITULO VI.      CONCLUSIONES

1. La estrategia de desarrollo industrial adoptada por los dirigentes políticos de la década de los años cuarentas, trajo como consecuencia que la sociedad mexicana se configurara en dos grandes sectores: por una parte, se desarrollaron las empresas latifundistas agropecuarias y agroindustriales provistas de capital, medios de producción e infraestructura y, por la otra parte, se desarrolló una agricultura de subsistencia, compuesta por pequeños minifundios, carentes de créditos, medios de producción e infraestructura. Este tipo de agricultura abasteció, con bajos -precios, los alimentos que requerían las ciudades, las materias primas de la industria, las exportaciones de productos agropecuarios (obtención de divisas) y la fuerza de trabajo barata, en condiciones a veces de forma inhumana a la industria. Esta situa--ción originó la acumulación de capital en sectores muy reducidos de la población del país.

La agricultura de subsistencia desempeñó un papel determinante - en el desarrollo capitalista de México en los últimos años. Las "contribuciones" aportadas por éste sector al crecimiento económico, terminaron por debilitarlo de tal manera que, el campo dejó de producir de forma autosuficiente y su población llegó a un deterioro socioeconómico al grado que su miseria adquiere un carácter político que amenaza la estabilidad del sistema.

2. Como consecuencia de lo anterior, los grupos marginados del campo presentan condiciones de extrema pobreza que se manifiestan en desempleo, insalubridad, ignorancia, desnutrición, aislamiento, violencia cultural y política impuesta, etc., que aunada al agotamiento de la Reforma Agraria han posibilitado inconformidad y violencia en el campo mexicano.

3. Por otra parte, la estructura de comercialización del país de productos alimenticios se encuentra integrada por una cadena de intermediarios que se interponen entre el productor directo y el consumidor final. Esta situación repercute en el precio de los productos y, por lo tanto, en la baja productividad al restarle poder adquisitivo a la población de bajos recursos.

La estructura de distribución de alimentos está integrada por un comercio moderno monopólico y eficiente orientado a satisfacer las necesidades alimenticias de los sectores altos y medios, y por un comercio tradicional y atrasado que se ubica en las áreas populares y zonas marginadas del campo.

El actual aparato de distribución ha generado una situación de injusticia social de tal manera que, los sectores de clase con más altos recursos disfrutan de los mejores precios al comprar más barato y los sectores de clase con más bajos recursos compran más caro. Esta situación de injusticia social ha conducido a que los pobres sean más pobres y los ricos sean más ricos. Como consecuencia de lo anterior, los campesinos han creado -

demandas y movilizaciones que inciden en el terreno político - con riesgos para el propio sistema.

4. Los problemas de producción y distribución de alimentos son los dos aspectos que conforman la crisis de la agricultura en nuestro país. Debido a ésta problemática, el Estado ha diseñado y ejecutado diversos programas rurales, que van desde las grandes inversiones de capital en proyectos agropecuarios hasta la colectivización de regiones de ejidos, todos ellos sin resultados positivos.

5. En la comercialización de alimentos, el Estado, se ha manifestado con medidas normativas y reglamentarias a través del abasto y la regulación. El Estado ha diseñado dos aparatos de distribución, los cuales son: IMPECSA y CONASUPO. Corresponde a éstas dos empresas eliminar la excesiva intermediación.

6. El Sistema de Distribuidoras CONASUPO (DICONSA) ha penetrado con diversas acciones en el medio rural, para lo cual ha escogido a la población que carece de ingresos suficientes para satisfacer sus necesidades de alimentación, vivienda, salud, etc., que se encuentra en el medio rural.

7. El Programa CONASUPO-COPLAMAR está dirigido a las poblaciones del medio rural con condiciones de vida de subsistencia. Constituye una acción planificada de forma integral, es decir,

previó como base para su implementación la participación organizada de la comunidad, el almacenamiento de los productos básicos, el transporte para su desplazamiento y autofinanciamiento.

8. El Sistema de Distribuidoras CONASUPO, en el proceso de implementación e implantación del Programa, sistematizó las experiencias a nivel nacional. De ellas sustrajo los principales mecanismos de participación organizada de las comunidades, así como las principales funciones del promotor, el jefe de almacén, los Comités Rurales, los Consejos Comunitarios y del personal del Sistema de tal manera que llegó a constituir un conjunto de normas, (actas de asambleas de Comités, de Consejos, de comunidades, de capital de trabajo, instructivos, etc.) y relaciones jurídicas por medio de las cuales se mueven sus miembros.

9. Cabe señalar que la implantación de un Programa tan amplio trajo consigo problemas extensos que, vistos en su conjunto, - constituyen bloques complejos de información referente a las actitudes políticas (de autoridades municipales, ejidales, partidos y organizaciones políticas) respecto al Programa.

En lo social los problemas complejos de las comunidades se manifestaron en actitudes negativas hacia el Programa o demandas de tiendas campesinas, cierre de tiendas por no reunir requisitos, rechazo hacia ellas, deficiente participación de las comu

nidades, falta de cooperación en las faenas de los resurtimientos, escasa asistencia en las asambleas de la comunidad o Consejos Comunitarios, incumplimiento en los acuerdos tomados e incumplimiento de las funciones de los Comités y Consejos, renuncia de miembros de Consejos Comunitarios y de Comités Rurales y encargados de tiendas, falta de coordinación entre Comités Rurales y encargados, falta de capacitación operativa, financiera y administrativa a Comités y Consejos.

En lo operativo, administrativo y financiero pudimos apreciar problemas tales como falta de surtimiento de mercancías solicitadas, retrasos en los resurtimientos, falta de respeto a los calendarios de surtimiento, mala calidad de productos y lentitud en los cambios de mercancías en mal estado o de nulo desplazamiento, incremento de precios y retraso en los avisos de cambio de precios, alteraciones de los mismos en tiendas, ventas bajas, venta de productos no autorizados, venta al mayoreo, plagas, deficiencia en el peso y en los costales, robos a tiendas, falta de bonificaciones a mercancías devueltas, falta de descuentos en las mermas de granos, falta de auditorias, archivos de tiendas incompletos, oposición de encargados a la realización de auditorias, malas condiciones de vehículos, insuficiencia de ellos, deficiente mantenimiento, uso inadecuado del transporte, problemas de comisiones a encargados, actitudes y estilo de trabajo negativo de los jefes de almacén, incumplimiento de funciones del promotor, jefe de almacén y choferes,-

falta de programación de actividades, malas condiciones del almacén, falta de básculas en tiendas, falta de papelería, falta de previsión de mercancías en temporadas de lluvias, mal estado de pistas de aterrizaje, derrumbes en los caminos, etc., etc.

Los bloques de información de problemas políticos, sociales, operativos, de personal, de precios, ventas, faltantes, mermas, infraestructura y equipo, etc., han diagnosticado los problemas que existen en todos los niveles. También han establecido las causas, con sus carencias y limitaciones en cada una de las estructuras regionales.

10. No obstante los numeros problemas operativos, organizativos y administrativos surgidos en el Programa, las 6,000 tiendas operan con un promedio de 130,000 pesos de venta mensuales 1/, lo que nos demuestra que desde el punto de vista operativo, el Programa ha sido un éxito.

---

1/ Datos al mes de agosto de 1982.

## BIBLIOGRAFIA

### LIBROS

1. Autores Varios, Caciquismo y Poder Político en el México Rural. Ed. Siglo XXI, México.
2. Autores Varios, El Perfil de México en 1980, Tomo III, Cap. Primero "Los Campesinos Mexicanos: Perspectivas en el Proceso de Marginalización". - Ed. Siglo XXI, México.
3. Bartra Armando, Colectivización o Proletarización. Cuadernos Agrarios No. 4.
4. Bartra Roger, Estructura Agraria y Clases Sociales en México. Ed. Serie Popular ERA, México.
5. Flores Edmundo, Desarrollo Agrícola. Ed. F.C.E., México.
6. Gutelman Michel, Capitalismo y Reforma Agraria en México. Ed. ERA, México.
7. Gutelman Michel, Reforma Agraria y Desarrollo del Capitalismo. Cuadernos Agrarios No. 4.
8. Paré Luisa, El Proletariado Agrícola en México. Ed. Siglo XXI, México.
9. Rangel Contla José Calixto, Estructura y Orden de la Sociedad. Nueva Antropología No. 1.
10. Rodríguez Castro Ignacio, El Ejido Colectivo, Ultima Esperanza. Ed. Marcah, México.
11. Stavenhagen Rodolfo y Otros, Neolatifundismo y Explotación. Ed. Nuestro Tiempo, México.
12. Warman Arturo, Los Campesinos Hijos Predilectos del Régimen. Ed. Nuestro Tiempo, México.

### DOCUMENTOS

13. Convenio CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Zonas Marginadas, Noviembre 1979.
14. COPLAMAR, Bases Para la Acción 1977-1982. Julio 1977.
15. DICONSA, Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto a Grupos Marginados.
16. DICONSA, CECONCA. Manual para Encargados de Centros de Distribución, 1980.

17. DICONSA, El Proceso de Comercialización de Bienes y Servicios de Consumo Generalizado, 1980.
18. DICONSA, La Acción de DICONSA en Apoyo a la Economía Familiar, 1980.
19. DICONSA, La Comercialización de Alimentos en México y La Acción del Estado, Enero 1980.
20. DICONSA, La Distribución Nacional de Alimentos y La Acción del Estado, 1980.
21. DICONSA, Los Mercados Sobre Ruedas 1976-1979, 1980.
22. DICONSA, Programa Nacional de Productos Básicos, 1981.
23. DICONSA, Sistema Nacional de Distribuidoras CONASUPO, 1978.
24. DICONSURESA, Proyecto e Investigación del Programa DICONSA SURESTE, 1980.
25. IEPES SECTOR COMERCIAL: Hacia una Nueva Estrategia del Estado en la Comercialización y Distribución de Productos Básicos, 1981.
26. Sistema CONASUPO-COPLAMAR. Procedimientos de Preselección, 1980.
27. Sistema CONASUPO-COPLAMAR. Programa del Area de Organización, 1980.

#### REVISTAS

28. Astori Danilo, Campesinado y Expansión Campesinista en la Agricultura Latinoamericana. Revista de Comercio Exterior, Vol. 27, No. 12 pp. 1357-1368, Diciembre 1981.
29. Autores Varios, Problemática y Perspectivas de las Disponibilidades de Alimentos en México. Revista de Comercio Exterior, pp. 559-571, Mayo 1975.
30. Autores Varios, Las Sequias en México: Historia, Características y Efectos. Revista de Comercio Exterior, Vol. 30, No. 7 pp. 747-757, Julio 1980.
31. B. Leiner A., Crisis en la Agricultura, Crisis en la Economía. Revista de Comercio Exterior, Vol. 27, No. 12 pp. 1457-1461, Diciembre 1977.
32. Barbosa Ramírez René, Notas Sobre Progreso Técnico y Agricultura "Tradicional". Revista de Comercio Exterior, Vol. 27, No. 12 pp. 1485-1493, Dic. 1977.
33. Chávez Adolfo, Ramírez Hernández Juan, Situación Alimentaria de México. Revista de Comercio Exterior, Vol. 31, No. 4 pp. 385-390, Abril 1978.
34. Chonchol Jaques, Desnutrición y Dependencia. Problemas Alimentarios de la Población Latinoamericana. Revista de Comercio Exterior, Vol. 30, No. 7, pp. 735-746, Julio 1980.

35. Charo Loaiza Sergio, La Coordinación de la Comercialización Vertical de Productos Agropacuarios en México. Revista de Comercio Exterior, Vol. 29, No. 4, pp. 456-461, Abril 1978.
36. Díaz Erasto, Notas Sobre el Significado y el Alcance de la Economía Campesina en México. Revista de Comercio Exterior, Vol. 27, No. 12 pp. 1429-1438, Diciembre 1977.
37. Esteva Gustavo. ¿Qué Hay Detrás de la Crisis Rural? . Revista de Comercio Exterior, Vol. 30, No. 7, pp. 675-683, Julio 1980.
38. Feder Ernest, Campesinistas y Descampesinistas. Revista de Comercio Exterior, Vol. 27, No. 18 pp. 1439-1446, Diciembre 1977.
39. González Rodríguez Oscar, Economía Política de la Estructura Agraria Mexicana. Revista de Comercio Exterior, Vol. 27, No. 12 pp. 1447-1456, Dic. 1977
40. Montes de Oca Luján Rosa Elena y otro, Las Empresas Transnacionales en la Industria Alimentaria Mexicana. Revista de Comercio Exterior, Vol. 31, No. 9 pp. 986-1009, Septiembre 1981.
41. Montes de Oca Rosa Elena, Rello Fernando, Hacia un Pro Alimentario Diferente, Lineamientos, Obstáculos y Perspectivas. Revista de Comercio Exterior. Vol. 32, No. 2 pp. 172-180, Febrero 1982.
42. Mújica Vélez Rubén, Subempleo y Crisis Agraria. Las Opciones Agropecuarias. Revista de Comercio Exterior, Vol. 27, No. 12 pp. 1462-1470, Dic. 1977
43. Mújica Vélez Rubén. El Sistema Alimentario Mexicano. Los Problemas Estructurales. Revista de Comercio Exterior, Vol. 30, No. 4 pp. 327-329, Abril 1980
44. Paz Sánchez Fernando, Agricultura Mexicana: Ensueños y Realidades. Revista de Comercio Exterior, pp. 500-505, Mayo 1975.
45. Ramírez de La O. Rogelio, Industrialización y Sustitución de Importaciones en México. Revista de Comercio Exterior, Vol. 30, No. 1 pp. 31-37, Enero 1980
46. Redelift R. M., El Estado Frente al Campo. Revista Nexos No. 47, pp. 11-16
47. Reyes Osorio Sergio, Eckstein Salomón, El Desarrollo Polarizado en la Agricultura Mexicana. F.C.E., Compilación de Wionczali, pp. 18-32.
48. Rodríguez Jorge Eduardo, México Reduce la Producción de Granos Básicos Para Elevar la de Forrajes y Productos Exportables, Revista Proceso No. 196, pp. 16-18, Agosto 4 de 1980.

49. Schejtman Alejandro, El Agro Mexicano y sus Intérpretes. Revista Nexos No. 39, pp. 37-47, Marzo 1981.
50. Stavenhagen Rodolfo, Opciones en el Desarrollo Agrario. Revista de Comercio Exterior, pp. 500-505, Mayo 1975.
51. Szekely S. Esteban Miguel, La Organización Colectiva Para la Producción Rural. La Acción Promotora Oficial y las Reacciones e Iniciativas de los Campesinos. Revista de Comercio Exterior, Vol. 27, No. 12 pp. 1471-1484, Diciembre 1977.
52. Torres Gaytán Ricardo. Sector Agropecuario y Desarrollo Económico y Social de México. Revista de Comercio Exterior, Vol. 31, No. 6 pp. 619-626, Jun. 1981
53. Warman Arturo, Desarrollo Capitalista o Campesino en el Campo. Revista de Comercio Exterior, Vol. 29, No. 4 pp. 399-403, Abril 1978.
54. Warman Arturo, El Futuro de una Crisis. Revista Nexos No. 43, pp. 3-14, Julio 1980.
55. Warman Arturo, Modernizarse ¿Para qué?. Revista Nexos No. 50, pp. 11-14 Febrero 1982.
56. Warman Arturo, Entre Las Vacas Gordas y el Vacío. Revista Nexos No. 37, pp. 3-14, Enero 1981.

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

NUMERO DE REGIONALES Y SUCURSALES DEL

SISTEMA DE DISTRIBUIDORAS CONASUPO

R E G I O N A L

NUMERO DE  
SUCURSALES

TOTAL NACIONAL

39

Centro

8

Norte

8

Noroeste

7

Sur

7

Sureste

6

Metropolitana

3

Fuente: Sistema de Distribuidoras CONASUPO.

S U C U R S A L

E N T I D A D

CENTRO

Aguascalientes  
Colima  
Irapuato  
Guadalajara  
Morelia  
Tepic  
Querétaro  
Zacatecas

Aguascalientes  
Colima  
Guanajuato  
Jalisco  
Michoacán  
Nayarit  
Querétaro  
Zacatecas

NORTE

Chihuahua  
Parral  
Torreón  
Durango  
Monterrey  
San Luis Potosí  
Cd. Victoria  
Matamoros

Chihuahua  
Chihuahua  
Coahuila  
Durango  
Nuevo León  
San Luis Potosí  
Tamaulipas  
Tamaulipas

NOROESTE

Mexicali  
Tijuana  
La Paz  
Cd. Obregón  
Hermosillo  
Culiacán  
Mazatlán

Baja California Norte  
Baja California Norte  
Baja California Sur  
Sonora  
Sonora  
Sinaloa  
Sinaloa

SUR

Chilpancingo	Guerrero
Cuautla	Morelos
Oaxaca	Oaxaca
Acayucan	Puebla
Puebla	Puebla
Orizaba	Veracruz
Poza Rica	Veracruz

SURESTE

Campeche	Campeche
Tuxtla Gutiérrez	Chiapas
Tapachula	Chiapas
Chetumal	Quintana Roo
Villahermosa	Tabasco
Mérida	Yucatán

METROPOLITANA

Distrito Federal	D.F.
Toluca	México
Pachuca	Hidalgo

Fuente: Sistema de Distribuidoras CONASUPG.

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

NUMERO DE ALMACENES, TIENDAS CAMPESINAS Y

SUPERFICIE DE TERRENOS DONADOS A DICONSA.

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO

A GRUPOS MARGINADOS

GRUPO/LOCALIDAD	MUNICIPIO	SUPERFICIE MTS.	TOTAL ESTADO
<u>CALIENTES</u>			
Veredas	Tepezala	10,000	
Madera	Calvillo	5,000	
Alto	Aguascalientes	10,000	25,000
<u>CHE</u>			
Chichil	Calkini	10,000	
Chichil	Champoton	10,000	20,000
<u>QUINTANA ROO</u>			
Madera	Cd. Madera	10,000	
Chichil	Carichic	10,000	
Chichil	Ojinaga	10,000	
Chichil	Guachochi	10,000	
Buenaventura	Buenaventura	9,996	
Balleza	Balleza	10,000	
Cd. Guerrero	Cd. Guerrero	9,521	69,517
<u>YUCATAN</u>			
Copainalá	Copainalá	7,000	
Chenalhó	Chenalhó	4,800	
Tenejapa	Tenejapa	10,000	
Picgucalco	Picgucalco	4,800	
Tuxtla Chico	Tuxtla Chico	5,400	
Jiquipilas	Jiquipilas	10,000	
Margaritas	Margaritas	35,000	
Nva. Concordia	Nva. Concordia	10,000	
Palenque	Palenque	10,000	
San Juan Chamula	San Juan Chamula	9,490	
Mazapa de Madero	Mazapa de Madero	4,800	
Acacoyagua	Acacoyagua	7,344	
Independencia	Independencia	7,000	
Villa Flores	Villa Flores	5,000	
V. Carranza	V. Carranza	7,200	
Ocosingo	Ocosingo	10,000	

...

Arredón	Tonalá	4,425	
Arric Unión Hidalgo	Ocosocuautila	5,100	
Pijijiapan	Pijijiapan	7,077	
Yajalón	Yajalón	4,900	
Oxchuc	Oxchuc	4,800	
Bochil	Bochil	4,800	
El Bosque	El Bosque	4,800	
Tuzantan	Tuzantan	5,418	
Ocosingo	Ocosingo	4,800	193,954

DAHUILA

Los Llanos	Arteaga	10,000	
Sacramento	Sacramento	10,000	
St. Bajan	Castaños	10,000	
Las Virginias	Fco. I. Madero	10,000	
Guaymas Nueva	Saltillo	10,000	
Loete	Sabinas	5,000	
San Lorenzo	Parras	10,000	65,000

DLIMA

Ixtlahuacán	Ixtlahuacán	7,500	7,500
-------------	-------------	-------	-------

DURANGO

Los Altares	Sgo. Papasquiario	10,000	
Tomás Urbina	Durango	7,200	
Basolo	Rodeo	6,400	
Encame	Cuencame	10,000	
Dr. Javier Mina	Pánuco de Coronado	6,400	
San Dimas	San Dimas	10,000	
Peña	Pueblo Nuevo	4,800	
Joya	Poanas	5,600	
Dr. J. Aguirre S.	Independencia	4,800	
Guajolota	Mezquital	9,000	74,200

ERRERO

Atlixaco	Atlixaco	4,800	
Atlixaco	Atlixaco	4,800	
Teloloapan	Teloloapan	10,000	
Tlapa	Tlapa	10,000	
Ometepec	Ometepec	6,000	
Chilapa de Alvarez	Chilapa de Alvarez	8,600	
Zumpango del Rio	Zumpango del Rio	8,326	
Ayutla de los Libres	Ayutla de los Libres	8,109	60,635

ANAJUATO

Apasco el Alto	Apasco el Alto	10,000	
Celaya	Celaya	8,301	

San Luis de la Paz	San Luis de la Paz	4,800	
Est. Corralejo	Pénjamo	5,000	
San Nicolás Parangueo	Valle de Santiago	11,710	
Rioyos	Dolores Hidalgo	10,000	49,811
<u>HIDALGO</u>			
Santiago Tezontlale	Ajacuba	10,000	
Metepec	Metepec	10,000	
Atlapexco	Atlapexco	5,184	
Jacala	Jacala	4,800	
La Vega	Alfajayucan	10,000	
Molango	Molango	4,800	
Amamaxac	Jaltocan	10,000	54,784
<u>HALISCO</u>			
Huejucar	Huejucar	4,800	
El Tuito	Cabo Corrientes	5,000	
San Clemente	Unión de Tula	6,000	
Zapotlán del Rey	Zapotlán del Rey	8,948	
Encarnación de Díaz	Encarnación de Díaz	4,800	
Zopotiltic	Zopotiltic	4,800	
<u>MEXICO</u>			
San Felipe del Progreso	San Felipe del Prog.	35,000	
Jilotepec	Jilotepec	4,800	
Acambay	Acambay	10,000	
Temaxcaltepec	Temaxcaltepec	5,000	
Ixtlahuaca	Ixtlahuaca	5,000	
San Pedro del Rincón	Villa Victoria	8,000	
El Salitre de Palmerillos	Amatepec	4,800	
Almoleya de Alquisiras	Almoleya de Alquisiras	10,000	52,600
<u>CHICOACAN</u>			
Irimbo	Irimbo	9,981	
Paranza	Paracho	5,400	
Limón de Papatzingan	Tiquicheo	4,800	
Tzintuntzan	Tzintuntzan	6,900	
Aruata	Aguila	3,800	
Cuiran	La Huacana	10,000	
<u>RELOS</u>			
Puyeca	Xichitepec	12,400	12,400
<u>YARIT</u>			
Amiles	Tuxpan	4,800	
Acatlán	Ahuacatlán	5,400	10,200

VO LEON

rbide	Iturbide	42,000	
Arroyo	Dr. Arroyo	7,885	
ta Ana	Dr. Arroyo	10,000	
chór Ocampo	Melchol Ocampo	10,000	69,885

ACA

Andrés Hidalgo	Huautla	4,800	
xiaco	Oaxaca	6,000	
Pedro Juchatengo	San P. Juchatengo	10,445	
Reforma	Sta. Ma. Ecatepec	7,150	
. Cruz Tapache de Mina	Sta. Cruz T. de M.	4,800	
. Ma. Lachaxio	Sola de Vega	9,100	
caltongo	Tlaxiaco	8,050	
omaxtlahuaca	Tecomaxtlahuaca	5,600	
omares	Matias Romero	10,000	
Jimolayas	San Miguel Amatlán	5,000	
xtlahuaca	Coixtlahuaca	10,000	
olo Nuevo	Tuxtepec	9,600	
Andrés Huaxcaltepec	S.A. Huaxcaltepec	10,000	
lán de Juárez	Ixtlán de Juárez	4,200	
aca	Oaxaca	1,000	
tiago La Ollaga	Santiago La Ollaga	11,720	
stancia del Rosario	C. del Rosario	7,482	
co Mazatlán	Tehuantepec	7,576	
José del Chilar	Cuicatlán	5,000	
olotitlán	Huajolotitlán	10,000	
. Ma. Huatulco	Sta. Ma. Huatulco	6,636	
Domingo Yanhuitlán	Sto. Domingo Y.	7,700	
Pedro y San Pablo -			
la Mixe	Ayutla Mixe	4,800	
Tomás Tamazulapa	Sto. Tomás T.	10,400	
Matatlán	Tlacolula	6,681	192,740

LA

poaxtla	Zacapoaxtla	5,595	
atlán	Coxcatlán	4,800	
ulco	Chapulco	4,800	
ar de Bravo	Palmar de Bravo	4,800	
Nicolás Buenos Aires	San Nicolás B. A.	4,980	
apan	Hueyapan	4,800	
ález Ortega	La Fragua	4,800	
lalpan (El Tejocote)	Chignahuapan	15,943	
titla	T. de Ocampo	4,800	
axac	Molcaxac	4,800	
Bernardo Acatlán	Acatlán	4,800	
petlán el Chico	Beristain	5,000	
zalan	Huehuetlán el Ch.	4,800	74,718

QUERETARO

Amealco	Amealco	5,448	
Cadereyta	Cadereyta	4,800	
Pinal de Amoles	Pinal de Amores	4,800	15,048

QUINTANA ROO

Othon P. Blanco	Othon P. Blanco	10,000	
Fpe. C. Puerto	Fpe. C. Puerto	10,000	20,000

SAN LUIS POTOSI

Aguismon	Aguismon	5,000	
Rayón	Rayón	10,000	
Mexquitic	Mexquitic	10,000	
Coxcatlán	Coxcatlán	10,000	
Cedral	Cedral	10,000	
Tamazunchale	Tamazunchale	10,000	
Villa de Reyes	Villa de Reyes	10,000	
Charcas	Charcas	7,680	
Guadalcazar	Guadalcazar	10,000	82,680

SAN ALBA

El Rosario	El Rosario	10,000	
Elota	Elota	10,000	
Mocorito	Mocorito	10,000	
El Fuerte	El Fuerte	5,850	
Guasave	Guasave	10,780	64,630

SAN JUAN

Alamos	Alamos	6,000	
Moctezuma	Moctezuma	6,163	
Navojoa	Navojoa	9,990	22,153

SAN VICENTE

Jalpa de Mendez	Jalpa de Mendez	4,800	
Cunduacan	Cunduacan	9,995	
Tenosique	Tenosique	8,500	
Macuspana	Macuspana	10,000	
Centla	Centla	6,000	
Huimanguillo	Huimanguillo	4,900	
Tacotalpa	Tacotalpa	8,232	52,427

SAN ABEL

Palmillas	Palmillas	10,000	
San Fernando	San Fernando	10,000	
San Carlos	San Carlos	6,000	
Soto La Marina	Soto La Marina	5,540	
Mante	Mante		31,540

ALA

edro Tlacotepec	San Cosme Xalostoc	5,000	
clipan	Hueyotlipan	10,000	15,000

RUZ

osé Espinal	Espinal	5,000	
	Papantla	5,000	
Ilario C. Salas	Hueyapan de O.	8,377	
otla	Huayacotla	5,000	
lica	Zongolica	5,913	
eno	Chicontepepec	10,000	
ca seca	Tezonapa	5,600	
pa	Sgo. Tuxtla	6,000	
n	Oteapan	4,875	
lucan	Acutzingo	5,884	
Alegre	Tempoal	4,800	
tzintla	Coacoatzintla	6,400	
chón	Las Choapas	4,800	77,649

N

	Sotuta	4,800	
n	Temozon	5,166	
	Ticul	4,800	14,766

CAS

ón Camacho	Mazapil	10,000	
ón Gutiérrez	Fresnillo	9,008	
s	Malparaiso	10,000	
	Pinos	10,100	39,108

T O T A L . . . . .			1'524,174
---------------------	--	--	-----------

SISTEMA CONASUPO COPLAMAR DE ABASTO

A GRUPOS MARGINADOS

	NUM. DE ALMACENES	UBICACION ALMACENES	SUC. DICONSA QUE SURTIRA	TIENDAS CAMPELINAS
<u>AGUASCALIENTES</u>				<u>67</u>
	3	CARBONERAS	AGUASCALIENTES	21
		LA PANADERA	AGUASCALIENTES	25
		PALO ALTO	AGUASCALIENTES	21
<u>CAMPECHE</u>				<u>50</u>
	2	DZIBALCHEN	CAMPECHE	25
		X-BACAB	CAMPECHE	25
<u>CHIQUAHUA</u>				<u>260</u>
	7	CD. MADERA	CHIQUAHUA	30
		TOMOCHIC	CHIQUAHUA	47
		CARICHIC	CHIQUAHUA	34
		OJINAGA	CHIQUAHUA	27
		GUACHOCHIC	PARRAL	29
		BUENAVENTURA	CHIQUAHUA	50
		EL VERGEL	PARRAL	43
<u>TAPACHULA</u>				<u>696</u>
	25	COPAINALA	TUXTLA	28
		YABTECLUM	TUXTLA	20
		TENEJAPA	TUXTLA	18
		TECTUAPAN	VILLAHERMOSA	28
		TUXTLA CHICO	TAPACHULA	20
		B.U. HIDALGO	TUXTLA	21
		JIQUIPILAS	TUXTLA	43
		PIJIJIAPAN	TAPACHULA	21
		ESPIRITU SANTO (MARGARITAS)	TUXTLA	28
		YAJALON	TUXTLA	40
		LA INDEPENDENCIA	TUXTLA	26
		LAS JOYAS	VILLAHERMOSA	30
		OXCHUC	TUXTLA	17
		SAN JUAN CHAMULA	TUXTLA	38
		BOCHIL	TUXTLA	40
		EL BOSQUE	TUXTLA	22
		MAZAPA DE MADERO	TAPACHULA	41
		TUZANTAN	TAPACHULA	24
		ACACOYAHUA	TAPACHULA	22
		N. INDEPENDENCIA	TUXTLA	30
		DR. D. CHANONA	TUXTLA	25
		MIGUEL HIDALGO	TUXTLA	31
		DAMASCO	VILLAHERMOSA	31
		OCOSINGO	TUXTLA	32
		PAREDON	TAPACHULA	20

			<u>313</u>
	7	LOS LLANOS	MONTERREY 49
		SACRAMENTO	MONTERREY 58
		ESTACION BAJAN	MONTERREY 42
		LAS VIRGINIAS	TORREON 30
		AGUA NUEVA	MONTERREY 42
		LAS HERMANAS	
		(1° DE MAYO)	MONTERREY 41
		SAN LORENZO	TORREON 51
	1	IXTLAHUACAN	COLIMA <u>31</u>
			<u>285</u>
	10	LOS ALTARES	DURANGO 29
		RIO MIRAVALLES	DURANGO 26
		LA GUAJOLOTA	DURANGO 29
		TOMAS URBINA	DURANGO 23
		PTA. DE CABRERA	PARRAL 30
		ABASOLO	DURANGO 25
		CUENCAME	TORREON 37
		FCO. J. MINA	DURANGO 23
		LA PEÑA	DURANGO 17
		LA JOYA	DURANGO 46
			<u>326</u>
	8	HUITZUCO	CHILPANCINGO 19
		ATLIXTAC	CHILPANCINGO 37
		AYUTLA	CHILPANCINGO 29
		TEOLOAPAN	CHILPANCINGO 36
		TLAPA	CHILPANCINGO 57
		OMETEPEC	CHILPANCINGO 51
		CHILAPA	CHILPANCINGO 72
		XOCHIPALA	CHILPANCINGO 25
			<u>190</u>
	6	LA LUISIADA	IRAPUATO 32
		SAN JUAN DE LA VEGA	IRAPUATO 28
		EJIDO DE RIOYOS	QUERETARO 43
		SAN NICOLAS	
		PARANGUEO	IRAPUATO 28
		SAN L. DE LA PAZ	QUERETARO 34
		EST. CORRALEJO	IRAPUATO 25
			<u>287</u>
	7	STGO. TEZONTLALÉ	PACHUCA 50
		METEPEC	PACHUCA 26
		ATLAPESCO	PACHUCA 47
		AMAXAC	PACHUCA 42
		JACALA	PACHUCA 34
		LA VEGA	PACHUCA 53
		MOLANGO	PACHUCA 45
			<u>153</u>
	6	ZAPOTILTIC	COLIMA 21

	ENCARNACION DE DIAZ	AGUASCALIENTES	42
	HUEJUCAR	ZACATECAS	23
	EL TUITO	TEPIC	26
	ZAPOTLAN DEL REY	GUADALAJARA	23
	SAN CLEMENTE	GUADALAJARA	18
			<u>193</u>
8	S.F.DEL PROGRESO	TOLUCA	25
	JILOTEPEC	TOLUCA	21
	TEMAXCALTEPEC	TOLUCA	26
	S.PEDRO DEL RINCON (VILLA VICTORIA)	TOLUCA	26
	IXTLAHUACA	TOLUCA	22
	ACAMBAY	TOLUCA	27
	ALMOLOYA DE ALQUI SIRAS	TOLUCA	18
	EL SALITRE DE PAL MERILLO	TOLUCA	26
			<u>188</u>
6	IRIMBO	MORELIA	38
	ARANZA	URUAPAN	40
	TZINTZUNTZAN	MORELIA	33
	MARUATA	COLIMA	27
	EL LIMON DE PAPAT ZINDAN	MORELIA	18
	ZICUIRAN	URUAPAN	32
1	ALPUYECA	CUAUTLA	<u>26</u>
			<u>51</u>
2	COAMILES	TEPIC	25
	AHUACATLAN	TEPIC	26
			<u>177</u>
4	ITURBIDE	MONTERREY	42
	DR. ARROYO	S.L.P.	50
	SANTA ANA	MONTERREY	44
	MELCHOR OCAMPO	MONTERREY	41
			<u>639</u>
25	STA. MARIA		
	LACHIXIO	OAXACA	15
	CHACALTONGO	OAXACA	23
	CUAJIMOLOYAS	OAXACA	13
	PUEBLO NUEVO	OAXACA	53
	TECACHE DE MINA	OAXACA	25
	HUAJOLOTITLAN	OAXACA	47
	STA. MA. ASUNCION		
	TLAXIACO	OAXACA	34
	PALOMARES	OAXACA	27
	STO. DOMINGO		
	YANHUITLAN	OAXACA	40

AN

ON

	STGO. MATATLAN	OAXACA	30
	COIXTLAHUACA	OAXACA	18
	STA.MA. HUATULCO	OAXACA	28
	S.J. DEL CHILAR	OAXACA	20
	S.T. TAMAZULAPA	OAXACA	26
	LA OLLAGA	OAXACA	14
	IXTLAN DE JUAREZ	OAXACA	24
	MORRO MAZATAN	OAXACA	17
	AYUTLA MIXE	OAXACA	19
	S.P. JUCHATENGO	OAXACA	15
	SAN ANDRES HGO.	OAXACA	26
	CONSTANCIA DEL		
	ROSARIO	OAXACA	22
	REFORMA	OAXACA	14
	OAXACA	OAXACA	28
	HUAXPALTEPEC	OAXACA	33
	TECOMAXTLAHUACA	OAXACA	27

388

14	ZACAPOAXTLA	PUEBLA	51
	CUETZALAN	PUEBLA	44
	COXCATLAN	PUEBLA	21
	CHAPULCO	PUEBLA	17
	PALMAR DE BRAVO	PUEBLA	27
	NICOLAS DE B.		
	AIRES	PUEBLA	20
	HUEYAPAN	PUEBLA	30
	GONZALEZ ORTEGA	PUEBLA	33
	TEOTLAPAN		
	(CHIGNAHUAPAN)	PUEBLA	24
	ZOYATITLA	PUEBLA	25
	MOLCAXAC	PUEBLA	20
	SAN BERNARDO		
	ACATLAN	PUEBLA	25
	BERISTAIN	PUEBLA	27
	HUEHUETLAN EL		
	CHICO	PUEBLA	24

109

3	AMEALCO	QUERETARO	26
	CADEREYTA	QUERETARO	53
	PINAL DE AMOLES	QUERETARO	30

NA ROO

2	LAZARO CARDENAS	CHEMUMAL	36
	TEPICH	CHEMUMAL	25

IS POTOSI

9	AQUISMON	S.L.P.	19
	RAYON	S.L.P.	36
	MEXQUITEC	S.L.P.	30
	COXCATLAN	S.L.P.	13
	CEDRAL	S.L.P.	59
	MATLAPA	S.L.P.	38

VILLA DE REYES	S.L.P.	17
A.OBREGON (CHARCAS)	S.L.P.	12
PRESA DE GPE.	S.L.P.	32

LOA

5	LAS HIGUERAS	MAZATLAN	<u>192</u>
	CONITACA	MAZATLAN	33
	PERICOS	CULIACAN	41
	TEHUECO	CULIACAN	29
	EL BURRION	CULIACAN	52
			37

RA

3	ALAMOS	CD. OBREGON	<u>75</u>
	MOCTEZUMA	HERMOSILLO	24
	BACABACHI	CD. OBREGON	20
			31

SCO

7	JALPA DE MENDEZ	VILLAHERMOSA	<u>258</u>
	RIO SECO 2a.SEC. (TULIPAN)	VILLAHERMOSA	40
	TENOSIQUE	VILLAHERMOSA	60
	BENITO JUAREZ	VILLAHERMOSA	38
	RANCHERIA STA.CRUZ (ALVARO OBREGON)	VILLAHERMOSA	32
	EST. CHONTALPA	VILLAHERMOSA	28
	TACOTALPA	VILLAHERMOSA	23
			32

LIPAS

6	PALMILLAS	CD. VICTORIA	<u>252</u>
	FCO. VILLA	MATAMOROS	41
	TULA	CD. VICTORIA	27
	SAN CARLOS	CD. VICTORIA	38
	SOTO LA MARINA	CD. VICTORIA	40
	CHAPULTEPEC	CD. VICTORIA	50
			56

ALA

2	SAN PEDRO		<u>55</u>
	TLACOTEPEC	PUEBLA	29
	HUEYOTLIPAN	PUEBLA	26

RUZ

13	COACOATZINTLA	ORIZABA	<u>336</u>
	ESPINAL	POZA RICA	29
	EL CHOTE	POZA RICA	25
	GRAL.HILARIO C. SALAS (LOS MAN- GOS)		27
	HUAYACOCOTLA	ACAYUCAN	24
	ZONGOLICA	POZA RICA	17
	AHUATENO	ORIZABA	27
	BARRANCA SECA	POZA RICA	29
	(TEZONAPA)	ORIZABA	24
	TAPALAPA	ACAYUCAN	27

OTEAPAN	ACAYUCAN	32
TECAMALUCAN	ORIZABA	21
RANCHO ALEGRE	POZA RICA	31
EL CHICHON	ACAYUCAN	23

CATAN

3	SOTUTA	MERIDA	<u>82</u>
	TEMOZON	MERIDA	20
	TICUL	MERIDA	21
			41

ZACATECAS

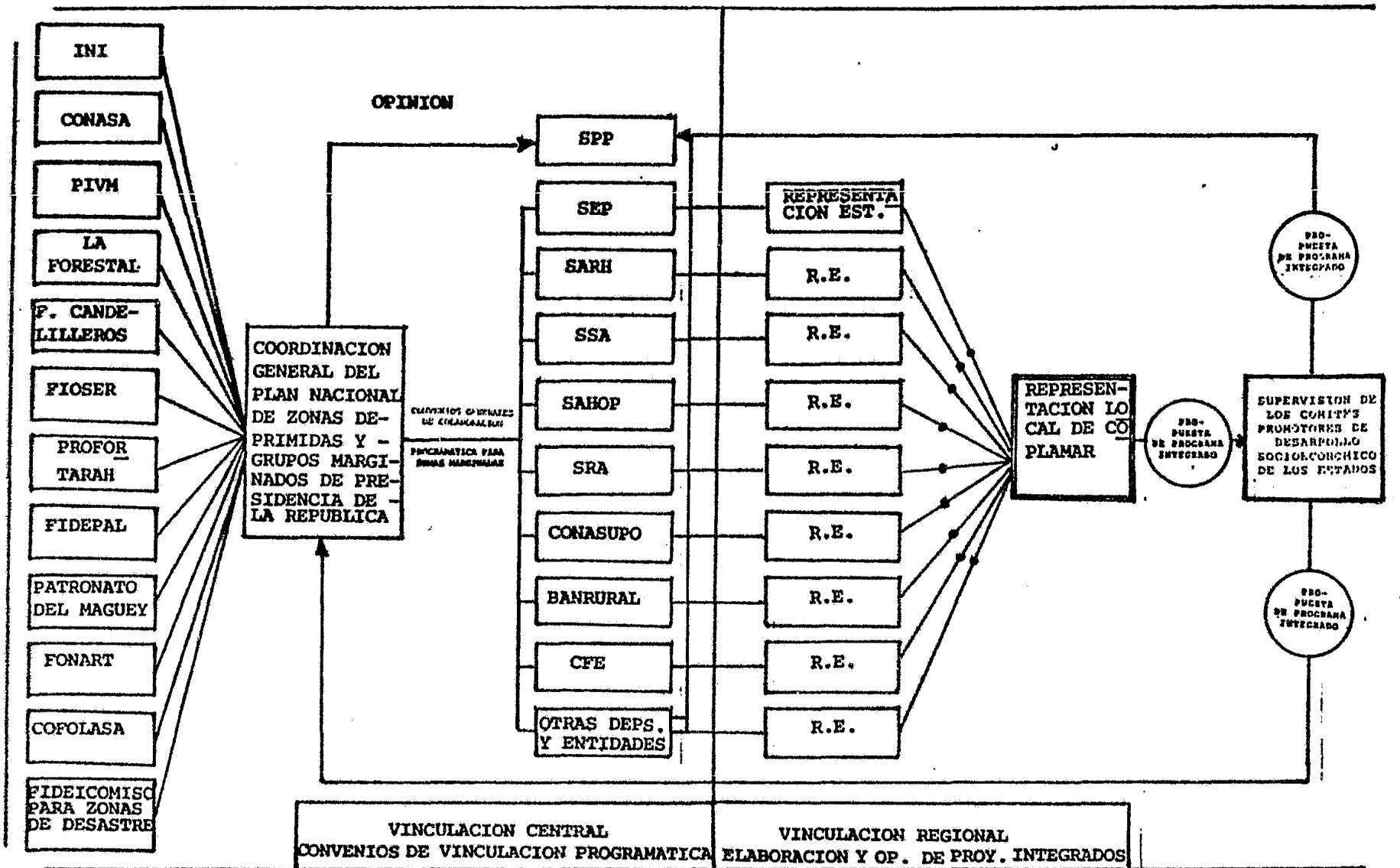
4	EST. CAMACHO	ZACATECAS	<u>100</u>
	EST. GUTIERREZ	ZACATECAS	25
	LOBATOS	ZACATECAS	25
	PINOS	ZACATECAS	25

AL:	199		6 095
-----	-----	--	-------

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

VINCULACION PROGRAMATICA Y OPERATIVA

# VINCULACION PROGRAMATICA Y OPERATIVA



SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

CEDULA DE INFORMACION DE CAMPO PARA DETERMINAR LA UBICACION DE

ALMACENES REGIONALES Y CENTROS DE DISTRIBUCION.

ESTADO
CHIAPAS
MUNICIPIO
BOCHIL



ORGANISMO: I.N.I.  
C.C.I. BOCHIL

**SISTEMA CONASUPO COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS**

INFORMACION DE CAMPO PARA DETERMINAR LA UBICACION DEL ALMACEN REGIONAL  
Y DE LOS CENTROS DE DISTRIBUCION

LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL ALMACEN DE ABASTO COMUNITARIO	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO			DISTANCIA A LA CABECERA MUNICIPAL	POBLACION TOTAL EN EL AREA DE INFLUENCIA
		CAMINO	DISTANCIA	TIEMPO		
<b>BOCHIL</b>	4,700	Carretera	84 Km.	2:30 Hrs.		59,129
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
AZTLAN	1,561 520	Carretera	40 Km.		1:20 Hrs.	0
CUAUHTEMOC	"	302	"	Recuerdo		38
5 DE FEBRERO		233		Lalvario		37
ROSARIO		55		Cañitas 2/		148
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
MAPA	2,862 2,862	Carretera	33 Km.		1:Hrs.	0
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
ATE	2,183 413	Carretera	33 Km.		1:20 Hrs.	0
NOPAL	"	850	"	SANTA BARBARA		54
MUMUNTIC		599				
CHIGTON		267				
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
CONCEPCION	1,674 491	Pavimentado	48 Km.		1:40 Hrs.	0
FINCA CONCEPCION	"	83	"	Puente de Tierra		75
MAZANILHO		555		Miguel Hidalgo		420
BERGONTIN		50				
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
ZAPOTILLO	1,511 586	Pavimentado	28 Km.		1:00 Hrs.	0
San Miguel Puebla	"	20	"	Modelo		330
Santa Rita		30		Pian de Ayala		300
Laguna Mora		262		Zocito		32

VI LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
SOYALO	3,451 2,686	Pavimentado	15 Km.		0:40 Hrs	0
" Telestacuin	" 202	"	" Iglesia Vieja			" 184
El Manquito	184					
El Plan						
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
FRANCISCO SARABIA	1,792 1,380	Pavimentado	30 Km.		2.00 Hrs.	0
" Los Manguitos	" 112	"	"			"
Sn. Antonio Zaragoza	300					
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
MOCHIL	5,153 4,700	-	-	-	-	0
" Hio	" 112	"	"			"
Tierra Colorada	289					
San Pedro	52					
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
CHAVARRIA	1,514 1,100	Herradura	32 Km.	-	8:00 Hrs.	0
Aniate	" 414	"	"			"
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
LUIS ESPINOSA	1,561 621	Herradura	24 Km.	-	5:00 Hrs.	0
Soyacal	" 144	"	" El Capulin			" 140
Palma Real	156		Palmarcito			140
El Pocito	225		Naranja 1/			67
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
LLANO GRANDE	1,524 412	Herradura	16 Km.	-	3:30 Hrs	0
Pitahaya	" 275	"	" Lagunita			" 44
La Laguna	185		Guadalupe			44
Zitetic	103		Finca Llano Grande 1/			22
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
COPAL	1,764 664	Pavimentado	6 Km.		0:15 Hrs.	0
Ailho	" 700	"	" Pomilho			" 124
Venustiano Carranza	296					
San Vicente	180					

III LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
YERBABUENA	1,504 290	Pavimentado	10 Km.	-	0:20	3 1/
" La Naranja	" 87	"	"	"	"	" 412
" Cerro	" 180	"	"	"	"	" 122
" Libertad	" 117	"	"	"	"	" 33
IV LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
STENLEJZOZTETIC	1,708 315	Herradura	16 Km.	-	3:30 Hrs.	0
" Buenavista	" 196	"	"	"	"	" 541
" San Cristobalito	" 405	"	"	"	"	"
" Bashanti	" 251	"	"	"	"	"
XV LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
MAJOVAL	1,633 412	Pavimentado	10 Km.	-	0: 25 Hrs	0
" El Ambar	" 240	"	"	"	"	" 326
" Carrizal	" 79	"	"	"	"	"
" Alvaro Obregón	" 576	"	"	"	"	"
XVI LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
JITOTOL	2,060 2,000	Pavimentado	23 Km.	-	1:00 Hrs.	0
" Ocotla	" 60	"	"	"	"	"
XVII LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
CARMEN ZACATAL	1,602 1,019	Pavimentado	36 Km.	-	3:00 Hrs.	4 1/
" Buenavista	" 298	"	"	"	"	"
" Francisco I. Madero	" 285	"	"	"	"	"
XVIII LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
CANCELADA PASA ALA CEDULA # 234	1,515 544	Pavimentado	42 Km.	-	4:30 Hrs.	4 1/
" Alatamirano	" 399	"	"	"	"	" 22
" Amate	" 24	"	"	"	"	" 48
" Paredón	" 190	"	"	"	"	" 37
XIX LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
MARAVILLAS	1,531 800	Pavimentado	29 Km.	-	1:30 Hrs.	0
" El Laurel	" 352	"	"	"	"	" 25
" Tata Santos	" 21	"	"	"	"	" 20
" Paraíso	" 77	"	"	"	"	" 20

LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
0 NUEVO tahuacan	4,622 4,622	Pavimentado	44 Km.	-	2:00 Hrs.	0
	"	"	"	"	"	"
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
ONORA	1,628 420	Pavimentado	52 Km.	-	4:00 hrs.	0
Duraznal	"	1,208	"	"	"	"
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
URORA ERMITA 1/	1,795 625	Pavimentado	58 Km.	-	5:30 Hrs.	0
Soconusco	"	259	"	10 San Luis	"	107
San José Chapayal	"	732	"	Buenavista	"	74
San Isidro	"	48	"		"	
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
ARROYO GRANDE 1/	1,514 500	Pavimentado	53 Km.	-	4:50 Hrs.	0
Ázara Cárdenas	"	450	"	10 Esquipulas	"	30
Monte Obispo	"	400	"	Concepción	"	14
Comapa	"	97	"	San Antonio	"	23
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
CON SAN JOSE	2,047 350	Pavimento	94 Km.	-	1:15 Hrs.	0
Florida	"	500	"	10 Estoraque	"	207
San Felipe	"	300	"	Rinconcito	"	150
Nacional	"	510	"		"	
LOCALIDAD PROPUESTA PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION	POBLACION	FORMA DE ABASTECIMIENTO				
		CAMINO	DISTANCIA	AEROPISTA	TIEMPO	TRANSITO
CON CHANULA	2,120 1,620	Pavimentado	94 Km.	-	1:15 Hrs.	0
Pt. Abasco	"	200	"	10	"	"
Manzanillo	"	300	"		"	

INSTRUCCIONES Y CLAVES DE LLENADO

- 1 DEL ALMACEN A LA SUCURSAL O BODEGA ANDSA MAS CERCAHA.
- 2 INDICAR SI EL CAMINO ES PAVIMENTADO, REVESTIDO O DE TERRACERA.
- 3 ES LA SUMA DE LA POBLACION DONDE SE ESTABLECE EL ALMACEN, LOS CENTROS DE DISTRIBUCION Y LAS LOCALIDADES SERVIDAS.
- 4 DEL CENTRO DE DISTRIBUCION AL ALMACEN DE ABASTO.
- 5 INDICAR SI EL CAMINO ES PAVIMENTADO, REVESTIDO, TERRACERA, BRECHA. EL TIEMPO DE TRASLADO DEL ALMACEN AL CENTRO DE DISTRIBUCION NO DEBERA SER MAYOR A 4 HORAS EN VEHICULO.
- 6 INDICAR SI ES DE USO PERMANENTE VIA VUELOS COMERCIALES O ESPORADICO, VIA VUELOS ESPECIALES EL TIEMPO DE TRASLADO AL ALMACEN NO DEBERA SER MAYOR DE UNA HORA.
- 7 INDICAR HORAS VEHICULO EN CASO DE ACCESO TERRESTRE Y TIEMPO VUELO EN CASO DE ACCESO AEREO.
- 8 SEÑALAR CUALQUIER MESS AL ANUNIO ES POSIBLE EL TRAYECTO TERRESTRE O AEREO.
- 9 SEÑALAR SI EXISTE SERVICIO DE COMERCIALIZACION OFICIAL OPERANDO LIMITEANDO LAS SIGUIENTES CLAVES: 1 CONASUPO 2 CONASUPO FORESTAL 3 CONASUPO-PM 4 CONASUPO PDER 5 CONASUPO INMEDIATA 6 PLAN HUICOT 7 CONASUPO-DF 8 CONASUPO PRODUVEMER 9 OTROS.
- 10 NOMBRE DE LA LOCALIDAD BENEFICIADA POR EL CENTRO DE DISTRIBUCION.
- 11 NUMERO DE HABITANTES.

Nombre del responsable

(FIRMA)

DE LA REGION SE  
ACION DEL ABMA.  
QUE SE PROPONE  
ROS DE DISTRIBU  
CAMINOS EXISTEN

INFORMACION COMPLEMENTARIA RELATIVA A LA REGION QUE ATENDERA EL ALMACEN REGIONAL PROPUESTO PARA SER ESTABLECIDO EN LA LOCALIDAD DE: JOCUIL, CHIAPAS.



**REGION.**

Factores que intervinieron para la selección de la región: La situación geográfica.  
Carencia de productos básicos, especulación y por ende escasez de los mismos.

Ingreso promedio en la región por jefe de familia (mensual): 1,400.00

**ALMACEN.**

Factores que determinaron la ubicación del almacén en la comunidad propuesta: Agilización en el surtimiento a los Centros de Distribución, en virtud al tiempo promedio. La presencia del C.C.I., en la misma localidad para efectos de una mejor supervisión y coordinación.

**ALMACEN.**

**Transporte:**

Señalar tiempo de recorrido desde la bodega ANDSA [ X ], Boruconsa [ X ], de DICONSA [ X ], y de Unpasa [ X ] en las diferentes épocas del año, así como la problemática que puede existir para transportar mercancía desde éstas Bodegas al almacén propuesto (marcar con X la bodega de que se trate). A la Bodega ANDSA 2:00 horas, a la Bodega DICONSA y UNPASA a 2:30 horas. No presenta problemas por tratarse de carretera pavimentada.

**CENTROS DE DISTRIBUCION.**

Señalar para cada una de las épocas del año **tiempos de recorrido** desde el almacén propuesto a cada uno de los Centros de Distribución. Cuando alguno de ellos, por las condiciones del camino, tenga problema para recibir el abasto, señale la localidad de que se trate, identificándola por el número romano que le corresponde en la forma F.C.Co. 1, indicando a su vez el tiempo de recorrido al Almacén Regional.

Identifique además los Centros de Distribución que puedan ser atendidos por el Almacén Regional, aun cuando se supere el tiempo de 4 horas marcado en la forma F.C.Co. 1, señalando las causas que determinan esta ubicación.: Ninguno de los Centros de distribución presenta problemas para la distribución excepto Carmen Zacatal y Ejido Cálido, pues en época de lluvias se trunca el tránsito, sin embargo se puede subsanar utilizando rucas. El tiempo se incrementaría de 1:00 hora a 1:30 hrs. más del tiempo estimado.

Señalar los problemas cuando en su caso existan, de cada uno de los caminos propuestos desde el almacén al centro de distribución (Río que crece e impide la circulación, inundación del camino, puente con imposibilidad de tránsito fluido, deslaves, tránsito que se interrumpe por causas diversas, etc.). En caso de que se presente algún problema, ¿qué alternativas propone usted para dar el abasto programado? Del almacén de abasto  
El único problema que se tiene es con el Centro de Distribución de Carmen La-  
atal que en época de lluvias se interrumpe el tránsito desde Zitotol, cuya  
distancia es de 13 kilómetros; por lo que se hace necesario el apoyo por medio  
de rucas.

Quando exista problemática de transporte por camino terrestre para alguno de los centros de distribución propuesto, señalar opciones al transporte: Utilización de rucas.

#### REGION.

Principales productos de la región que pueden ser apoyados en su comercialización, con la infraestructura del sistema:

- a).-Producto: Café
- b).-Volumen: 10,000 quintales
- c).-Epoca de producción: Noviembre, Diciembre y Enero
- d).-Calidad: Arabe y en menor escala mundo Novo y Caturra.
- e).-Precio regional: - 1,500.00

Sugerencias y recomendaciones para el apoyo a la comercialización de los productos de la región: Que los Almacenes de Abastose utilicen para almacenar dicho producto  
para su venta a INMECAFE, e incluso que los vehiculos se utilicen para la dis-  
tribución de las mercancías y transporte del grano como apoyo a las comunida-  
des productoras.

ANEXO 5

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

CURRICULUM

SISTEMA CONASUPO-COFLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

C U R R I C U L U M

APLICACION: \_\_\_\_\_ NUM. DE ANONIMATO: \_\_\_\_\_

APLICACION: \_\_\_\_\_

IONES: ESCRIBA CON LETRA DE MOLDE LOS DATOS QUE LE SOLICITAN

**PERSONALES**

FECHA DE NACIMIENTO	FECHA DE NACIMIENTO	ESTADO CIVIL	NACIONALIDAD
(DOMICILIO ACTUAL)			
IDENTIFICACION	IDENTIFICACION	NUM. DE LICENCIA	NUM. DE LICENCIA

**MILITARES**

E	VIVE		DOMICILIO	ESCOLARIDAD	OCUPACION
	SI	NO			

PERSONAS DEPENDEN DE USTED? \_\_\_\_\_

**EDUCACION**

E	DOMICILIO	NUM.AÑOS CURSADOS	FECHAS DE A	OBTUVO CERTIFICADO, TITULO O DIPLOMA

**EXPERIENCIA DE TRABAJO (EMPIECE POR EL ULTIMO EMPLEO)**

DIRECCION DE LA ACTIVIDAD	DURACION		SUELDO	PUESTO DESEMPEÑADO	MOTIVO DE LA SEPARACION
	DESDE	HASTA			

EMPLEOS DESEMPEÑADOS ANOTA LAS ACTIVIDADES MAS IMPORTANTES QUE HA REALIZADO:

---



---



---



---

CIAS PERSONALES

(NO INCLUYA FAMILIARES O JEFES)

NOMBRE	DOMICILIO	PROFESION	OCUPACION

ALGUN IDIOMA O DIALECTO SI ( ) NO ( ) CUAL? \_\_\_\_\_  
(ESPECIFIQUE)

ENTERO DEL PROGRAMA? \_\_\_\_\_

DISPONIBILIDAD DE TIEMPO COMPLETO SI ( ) NO ( ) PORQUE? \_\_\_\_\_

DISPONIBILIDAD INMEDIATA PARA RADICAR EN LA ZONA DE TRABAJO SI ( ) NO ( ) POR-

REFERENCIA POR ALGUNA REGION SI ( ) NO ( ) CUAL? \_\_\_\_\_

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

HOJA DE CALIFICACION PARA LA ENTREVISTA

PROGRAMA DE ENTREVISTAS

RESPONSABLE: \_\_\_\_\_

LUGAR: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

N O M B R E	EQUIPO ENTREVISTADOR	HORARIO DE ENTREVISTA

## SISTEMA CONASUPO- COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

HOJA DE CALIFICACION PARA LA ENTREVISTA

RESPONSABLE: \_\_\_\_\_ FECHA: \_\_\_\_\_  
 : \_\_\_\_\_ ESTADO: \_\_\_\_\_  
 DIRE: \_\_\_\_\_ No. DE ANONIMATO \_\_\_\_\_

ASPECTO	BUENO 5 - 4	REGULAR 3 - 2	MALO 1 - 0	OBSERVACIONES
CLARIDAD				
EXPERIENCIA DE TRABAJO				
CAPACIDAD PARA EVALUAR TRABAJO				
CONOCIMIENTOS DE LA TEMATICA EN LA REGION				
CAPACIDAD PARA LA INTEGRACION EN EQUIPO				
CAPACIDAD DE COMUNICACION				

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

GUIA DE CALIFICACIONES

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

GUIA DE CALIFICACIONES

Clave C.P.R. o Regional

De 0 a 8 puntos Criterio básico referencia o problemática que -  
afectan a las comunidades rurales.

Clve U.M.

Se califica con clave utilización de método de 0 a 8 puntos

Entrevista - malo  
Asamblea - bueno

Clave C.E.T.

De 0 a 8 puntos Capacidad para evaluar su trabajo.

Si la respuesta es; a) vale -2 puntos; si la respuesta es b) = 4,  
con cualquier otra c), d) y e) vale -2 puntos.

Si la respuesta es a) y b) vale -2 puntos, si contesta c) = 4, -  
si contesta d) = 2 puntos.

Si la respuesta es a) = 4 puntos, si contesta b) = 0 puntos, el  
resto es igual a cero. Se califica Utilización de Método.

Si la respuesta es a) o b) vale cero puntos, si contesta c) = 4,  
d) y e) = 0. Se califica Apertura a la Formación Permanente

(A.F.P.)

Si contesta a) y b) = 0,

c) = 4

d) = 2

e) = 1

Se califica Apertura a la Formación Permanente (A.F.P.)





SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

DICTAMEN TECNICO PARA LA UBICACION DE PROMOTORES

SISTEMA COMAS-PC-DEPLANAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINALES

DICTAMEN TECNICO PARA LA UBICACION DE PROMOTORES

NOMBRE	PROCEDENCIA	EDAD	ESCOLARIDAD	EXP. DE TRAJ.	CALIF. PRESEL.	CALIF. CURSO	CONOCIMIENTO RURAL
MANDEZ M.	SAN MIGUEL MPIO. BOSQUE	28	PRIMARIA	PROMOTOR AGROPECUARIO ENI BOSQUE	80	8.0	ZONA TZOTZIL (EL BOSQUE) (H.TZOTZIL)
MANDEZ M.	SAN MIGUEL MPIO. BOSQUE	23	PRIMARIA	PROMOTOR	40	8.0	ZONA TZOTZIL DEL BOSQUE (H.TZOTZIL)
LEZ E.	VILLA FLORES	25	PROFESIONAL	PROMOTOR POC	75	7.0	ZONA DEL ZONUCO
ES N.	HUEHUETAN	35	PRIMARIA	PROMOTOR SOLDADO	46	7.0	ZONA DE LAS FRAILESCA
ER R.	TUXTLA	23	PROFESIONAL	EXP. ADMITIVA.	59	7.0	ZONA DE LOS ALTOS
TONI	SAN CRISTOBAL	22	PROFESIONAL	EXP. ADMITIVA.	72	7.0	AMPLIOS CONS. SOBRE LA PROBLEMÁTICA RURAL.
ER PEREZ	SAN MIGUEL MPIO. BOSQUE	19	PRIMARIA	PROMOTOR	74	7.5	AMPLIOS CONS. SOBRE LA PROBLEMÁTICA RURAL.
MANDEZ GOMEZ	TRINITARIA	27	NORMAL	MAESTRO RURAL	62	7.5	ZONA TZOTZIL DEL BOSQUE (H.TZOTZIL)
LOPEZ	ESPIRITU SANTO MPIO. MARGARITAS	35	PRIMARIA	EXSRD. DE CONSEJO SUPLENTO TRAMITADOR ASUNTOS AGRARIOS.	23	6.8	CONOCIMIENTOS SOBRE LA PROBLEMÁTICA RURAL
NEZ N.	VILLA FLORES	23	PROFESIONAL	PROMOTOR SRA	61	6.8	ZONA TOJOLABAL
LACIOS	JUQUIPILAS	23	PROFESIONAL	BODEGUERO	52	6.7	SOCOMUSCO COPAINALA
DEZ G.	YAJALON	24	NORMAL	MAESTRO S.E.P.	78	6.1	CONOCIMIENTOS SOBRE LA PROBLEMÁTICA RURAL.
MANDEZ	MEXICO	23	PROFESIONAL	PROMOTOR DE ABASTECIMIENTOS.	76	6.0	ZONA SELVA SAN QUINTIN YAJALON
MARCIA	MEXICO		PROFESIONAL			6.0	AMPLIOS CONS. SOBRE LA PROBLEMÁTICA RURAL.
MARCIA	TOMATEM MPIO. MARGARITAS	31	PRIMARIA	PRESIDENTE DE UNION DE EJIDOS	33	6.0	AMPLIOS CONS. SOBRE LA PROBLEMÁTICA RURAL.
STRADA	CHIHUAHUA	22	PREPARATORIA	PROMOTORA PROFOR. TARAH. S.S.A.	61	5.9	ZONA TOJOLABAL (H.TOJOLABAL)
ROS	CHIHUAHUA	26	PREPARATORIA	PROMOTORA ORG. CAMPESINA MEJORA DORA DEL HOGAR.	78	5.6	ZONA YAJALON
ER A.	CHIHUAHUA	34	PROFESIONAL	INVESTIGADOR	74	5.6	AMPLIO CONS. SOBRE PROBLEMÁTICA RURAL-LARRINZAR TABASCO-SELVA
MIREZ	JALISCO	41	PREPARATORIA	PROMOTOR	79	5.5	ZONA SOCOMUSCO
SANTIAGO	MOTOZINTLA	21	SECUNDARIA	SERV. SOCIAL	30	5.4	VERACRUZ, IXHIQUILPAN MOTOZINTLA-SELVA FRAILESCA.
WANDO	JUQUIPILAS	22	COMERCIO	EXP. ADMON.	71	5.3	JUQUIPILAS
ER	MEXICO	19	PREPARATORIA	TOPOGRAFO CADENERO.	59	5.2	
M.	SABANILLA	22	PRIMARIA	ENCARG. TDA. CONSUMO	69	5.2	SABANILLA (HABLANTE DEL CHOL)
CA	VILLAFLORES	25	PREPARATORIA	PROMOTOR POC Y TEC. AGRICOLA S.A.R.H.	51	5.1	FRAILESCA
	SILTEPEC		PRIMARIA	PROMOTOR DE INVE. CAFE.	56	5.1	SILTEPEC
ER L.	MEXICO	25	PREPARATORIA	MAESTRO ASESOR LEGAL CORETT E INVESTIGADOR.	60	4.9	EL BOSQUE, RIZO DE OCA
A	MEXICO	22	PREPARATORIA	BIBLIOTECARIA. INVEST.	67	4.8	EL BOSQUE
ORO	AMATENANGUL DE LA FRONTERA	46	PRIMARIA	ORG. PARA LA COM. PROD. AGROPEC.	36	4.8	MOTOZINTLA
	TILA, CHIS.	26	PRIMARIA	AGRICULTOR	39	4.8	TILA, CHIS.
AR	HUEHUETAN	23	PREPARATORIA	AUX. ALMACEN PROMOTOR	46	4.7	HUEHUETAN, SOCOMUSCO
ER M.	TENEJAPA	28	SECUNDARIA	PROM. AGROP. SARR	58	4.6	ZONA TZOTZIL
	LA CONCORDIA	27	PROFESIONAL	ENCUEST. TALL. INVEST.	65	4.5	AMPLIO CONOCIMIENTO ZENALHUEN
LEGOS	CARRANZA	20	PREPARATORIA	PROMOTOR	46	4.5	
A.	ZINACANTAN	40	PRIMARIA	PROMOTOR SARR	33	4.8	ZINACANTAN
	TUXTLA CHIS	28	PROFESIONAL	SECRETARIO	59	3.8	AMPLIO CON. MOTOZINTLA SELVA LACANJONA
	MEXICO	24	PREPARATORIA	INVESTIGADOR	52	3.8	
ANA	DURANGO	21	PREPARATORIA	PROMOTORA SARR	41	3.8	
INCHER		22	PRIMARIA	INVEST. DE ALFABETIZACION	44	3.2	MALFASO MPIO. SILTEPEC
ERDA	CHIAPA DE CHAMPA	4	PREPARATORIA	MAESTRO COMUNITARIO.	40	4.8	ZONA FRAILESCA

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

MECANISMOS DE SELECCION PARA CONDUCTORES DE VEHICULOS

MECANISMOS DE SELECCION PARA CONDUCTORES DE VEHICULOS

ETAPAS	ACTIVIDAD	RESPONSABLES	LUGAR SEDE	TIEMPO	MECANISMOS	INSTRUMENTOS
Reclutamiento	Difusión	Area de transporte, - Coordinadores Regionales y Coordinadores de Sucursal del Sistema.	Sucursal DICONSA correspondiente.	8 días	Convocatorias	Forma de Convocatoria
	Análisis de Documentación.	Area de transporte, - Coordinadores Regionales y Coordinadores de Sucursal del Sistema.			-Entrevistas personales a candidatos.  - Aviso a candidatos de lugar, fecha y hora para prueba de manejo.	- Forma de entrevista  - Personalmente
Selección	Aplicación de la prueba de manejo.	Area de transporte, - Coordinadores Regionales, Coordinadores de Sucursal del Sistema e Instructores.	Sucursal DICONSA correspondiente.	15 días	-Designación del lugar para prueba de manejo y designación de vehículos utilizados en la prueba.	- Vehículos  - Listado de seleccionados.
Capacitación	Curso de Operación y distribución del abastecimiento. Curso de operación y mantenimiento de vehículos.	Area de información, - Coordinadores Regionales o de Sucursal. -- Area de transporte, - Coordinadores Regionales o de Sucursal.	CECONCAS	8 días	-Programación de cursos. -Organización del evento y coordinación técnica y administrativa del evento. -Designación de instructores. -Información de documentos necesarios para contratación, lugar y fecha.	- Formato de programación. - Manuales y Materiales de apoyo.  - Manual de operación y manejo de vehículos.
Contratación	Supervisar que se lleve a efecto la contratación.	Gerentes de Sucursal - DICONSA y Coordinadores Regionales o Coordinadores de Sucursal del Sistema.	Sucursal correspondiente.	8 días	-Llenado de solicitud -Entrega de documentación solicitada. -Integración de expedientes.	- Forma de solicitud

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

PROGRAMA DE CURSO DE CAPACITACION Y SELECCION DE PROMOTORES

DIA	HORA	TEMA	TECNICA	MATERIAL DE APOYO	RESPONSABLE
26	7.30 a 8.30	DESAYUNO			
	9.00 a 9.30	INAUGURACION DEL CURSO			SR. GUALBERTO GARCIA R. C.P. ROLANDO ESCAMILLA
	9.30 a 10.00	FORMACION DE EQUIPOS Y ENTREGA DE MATERIAL DEL CURSO.			LIC. CARLOS FLORES P. LIC. J. JOSE RENTERIA
	10.00 a 10.30	INTRODUCCION GENERAL	EXPOSITIVA		C.P. ROLANDO ESCAMILLA LIC. CARLOS FLORES P.
	10.35 a 11.00	SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR	DEMOSTRATIVA	AUDIOVISUAL	LIC. MANUEL DE JESUS GUZMAN
	11.00 a 11.20	SISTEMA CONASUPO	EXPOSITIVA	MANUAL	LIC. J. JOSE RENTERIA
	11.25 a 11.45	SISTEMA DICONSA	EXPOSITIVA	MANUAL	LIC. ROLANDO ESCAMILLA
	11.45 a 12.05	COPLAMAR	EXPOSITIVA	MANUAL	LIC. ANGEL ORONA
	12.05 a 12.30	DESCANSO			
	13.30 a 14.00	SISTEMA CONSUPO-COPLAMAR			ING. J. MANUEL REYES C.
	14.00 a 16.00	COMIDA Y DESCANSO			
	16.00 a 17.00	SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR	LECTURA INDIVIDUAL POR EQUIPOS (GUIADA) DISCUSION EN GRUPOS PEQUEÑOS.		LIC. MANUEL DE JESUS GUZMAN

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

PLAN DE TRABAJO DEL PROMOTOR

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

PLAN DE TRABAJO DEL PROMOTOR

EN \_\_\_\_\_

SUPERVISOR \_\_\_\_\_

POR \_\_\_\_\_

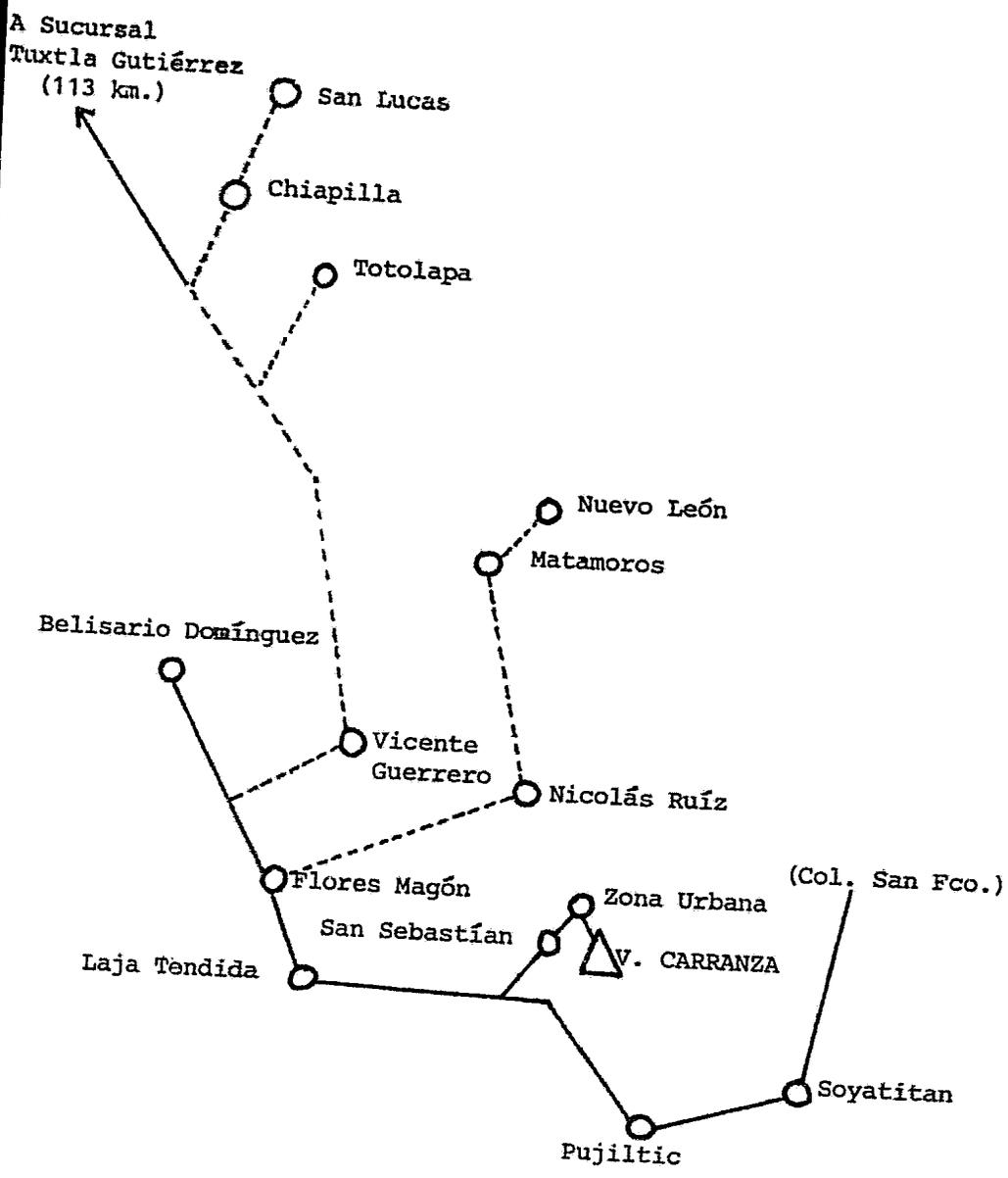
QUINCENA DE \_\_\_\_\_

FECHA	CENTRO DE DISTRIBUCION O COMUNIDAD	ACTIVIDADES
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
0		
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		</



SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

MAPA A NIVEL ALMACEN Y AREA DE INFLUENCIA



CHIAPAS

VENUSTIANO CARRANZA

—————	PAVIMENTO	ALMACEN
- - - - -	TERRACERIA	CENTRO DE DISTRIBUCION
- . - . - .	BRECHA	

COMITAN-VENUSTIANO CARRANZA

ANDSA	—————	99 Km.
BORUCONSA	—————	99 Km.

TUXTAL GUTIERREZ

ANDSA	—————	113 Km.
UNPASA	—————	113 Km.
BORUCONSA	—————	113 Km.

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

CHIAPAS

ALMACEN

VENUSTIANO CARRANZA

LICALIDAD	PAVIMENTO		TERRACERIA		BRECHA		TOTAL	
	KM.	HRS.	KM.	HRS.	KM.	HRS.	KM.	HRS.
V.CARRANZA-T.GUTIERREZ	113	2.49					113	2.49
SAN LUCAS	22	.33	39	1.57			61	2.30
CHIAPILLA	22	.33	32	1.36			54	2.09
TOTOLAPA	22	.33	34	1.42			56	2.15
VICENTE GUERRERO	22	.33	8	.24			30	.57
BELISARIO DOMINGUEZ	35	.52					35	.52
FLORES MAGON	21	.31					21	.31
NICOLAS RUIZ	21	.31	17.6	.53			38.6	1.24
MATAMOROS	21	.31	25.6	.17			46.6	1.48
NUEVO LEON	21	.31	27.6	1.23			48.6	1.54
LAJA TENDIDA	13	.19					13	.19
SAN SEBASTIAN	2.5	.4					2.5	.4
ZONA URBANA	2	.3					2	.3
PUJILTIC	20	.30					20	.30
SOYATITLAN	25	.37					25	.37

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

PROGRAMA DE TRABAJO DE PROMOTORES Y GRADO DE AVANCE



SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

ACTA DE ASAMBLEA CONSTITUTIVA DE MIEMBROS DE LA COMUNIDAD

DE UN CENTRO DE DISTRIBUCION DEL SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

CEDULA DE IDENTIFICACION

LUGAR: \_\_\_\_\_  
(ubicación de la Comunidad)

\_\_\_\_\_  
(Municipio)

\_\_\_\_\_  
(Estado)

FECHA Y HORA: A las \_\_\_\_\_ hrs. del día \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ 1980.

ACTA DE ASAMBLEA DE MIEMBROS DE LA COMUNIDAD, CONSTITUTIVA DE UN CENTRO DE DISTRIBUCION DEL SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO.

OBJETIVO: INSTALACION Y FUNCIONAMIENTO DE UN CENTRO DE DISTRIBUCION DEL SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO.

ORDEN DEL DIA

1. Instalación de la Asamblea; número y nombre de los asistentes, con sus firmas y huellas digitales en hoja adjunta;
2. Nombramiento del Presidente y Secretario de la Asamblea;
3. Informe de los representantes del Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto;
4. Discusión y aprobación de la Asamblea para instalar en su comunidad un Centro de Distribución.
5. Selección del local donde funcionará el Centro de Distribución y adaptaciones necesarias;
5. Creación del "Comité de Administración y Vigilancia" y nombramiento de su Presidente, Secretario y Vocal, así como de sus suplentes;

7. Elección y nombramiento del "Encargado del Centro de Distribución";

8. Otros asuntos

Puestos a discusión para aprobación los puntos del Orden del Día, la Asamblea resolvió:

Sobre el punto N° 1: \_\_\_\_\_

Sobre el punto N° 2: Designar Presidente al señor \_\_\_\_\_

Secretario al señor \_\_\_\_\_

Sobre el punto N° 3: \_\_\_\_\_

Sobre el punto N° 4: Los miembros de la comunidad concurrentes a esta reunión acuerdan instalar en su comunidad un Centro de Distribución, para que funcione dentro del Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto, cuyos fines, organización y funcionamiento les fueron explicados por los representantes del Sistema. Para ese fin, acuerdan realizar en común, por tiempo indeterminado, los siguientes actos:

- a) Obtener el uso gratuito de instrumentos de trabajo que les proporcione el Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto, consistentes en equipo tal como una báscula;
- b) Obtener un capital de trabajo a través del Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto, consistente en un inventario de mercancías - que sean resurtidas cuando se realice su venta;

- c) Designar a tres representantes miembros de la comunidad, así como otorgarles facultades para que representen a los concurrentes y a quienes se adhieran en lo futuro a las decisiones tomadas en esta reunión, para que en forma conjunta y constituidos los tres en un Comité de Administración y Vigilancia, realicen los actos necesarios para la operación del Centro de Distribución y acuerden las reglas para tal operación con el Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto;
- d) Designar como dependiente para encargarse del manejo del Centro de Distribución y de las operaciones de adquisición y venta de mercancías, a una persona responsable.

Sobre el punto N° 5: La Comisión designa como local para que se instale por cuenta de la Comunidad y funcione el Centro de Distribución \_\_\_\_\_

---



---

(indicar medidas y metros cuadrados) comprometiéndose a que el local antes señalado funcionará como Centro de Distribución del Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto por un período indefinido, nunca menor de un año, contado a partir de la fecha en que sea entregado.

Sobre el punto N° 6: Los miembros de la Comunidad concurrentes a esa reunión, acordaron autorizar para que los represente en los actos de establecimiento y manejo de un Centro de Distribución - CONASUPO-COPLAMAR de Abasto y se encarguen de su administración y vigilancia, a las tres personas que se indican adelante y que integrarán un "Comité de Administración y Vigilancia" quienes actuarán en forma conjunta, con las siguientes facultades:

a) Recibir y conservar el local que se destine a la operación del Centro de Distribución CONASUPO-COPLAMAR de Abasto;

b) Convenir con Distribuidora CONASUPO , S. A. de -

C.V., Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto, la entrega y manejo de un inventario de mercancías que formen un capital de trabajo del Centro de Distribución CONASUPO-COPLAMAR de Abasto, inventario que se vaya resurtiendo, con mercancías semejantes a las que se vendan, con el producto de su venta;

- c) Obtener de Distribuidora CONASUPO \_\_\_\_\_, S.A. de C.V., el uso gratuito de una báscula y de instrumentos de trabajo, para el Centro de Distribución CONASUPO-COPLAMAR de Abasto, conservándolos en buen estado y devolviéndolos cuando sean requeridos para ello;
- d) Convenir con Distribuidora CONASUPO \_\_\_\_\_, S.A. de C.V., dentro del Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto, la observancia de las reglas y de los derechos y obligaciones para la obtención, adquisición y manejo de los bienes y mercancías a que se refieren los dos incisos anteriores, a través de los documentos, manuales e instructivos necesarios.

El Comité de Administración y Vigilancia quedó integrado por:

Presidente Sr. \_\_\_\_\_

Secretario Sr. \_\_\_\_\_

Vocal Sr. \_\_\_\_\_

y sus Suplentes Sres. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_, quienes están enterados de sus responsabilidades ante la Comunidad y ante el Sistema CONASUPO-COPLAMAR de Abasto y aceptan sus cargos.

Sobre el punto N° 7: Los miembros de la Comunidad concurrentes a esta Asamblea, acuerdan designar como ENCARGADO del Centro de Distribución al señor \_\_\_\_\_ para el manejo de las operaciones y adquisición y venta de mercancías en él, así como para la recepción, el uso, la guarda y la conservación del local y equipo de dicho centro, otorgándole facultades para:

- a) Recibir de Distribuidora CONASUPO \_\_\_\_\_, S.A. de C.V., la posesión de bienes y mercancías que formen el equipo y capital de trabajo;
- b) Comprometerse a observar las reglas que los miembros de la Comunidad convengan con Distribuidora CONASUPO \_\_\_\_\_, S.A. de C.V., directamente o a través del Comité de Administración y Vigilancia, que se establezcan en forma escrita o en manuales de operaciones e instructivos.
- c) Adquirir de Distribuidora CONASUPO \_\_\_\_\_, S.A. de C.V. en forma exclusiva, a través del Almacén CONASUPO-COPLAMAR - respectivo, mercancías para resurtir el capital de trabajo, - así como para realizar su venta exclusivamente en el Centro de Distribución, manteniendo permanentemente el capital de trabajo, en mercancías o efectivo.

Los miembros de la Comunidad acuerdan cubrir los servicios del Encargado aplicando la parte que corresponda del 5% del valor mensual de las adquisiciones de mercancía para el Centro de Distribución.

El "Encargado del Centro de Distribución" señor \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ quedó enterado de sus responsabilidades ante la Comunidad y aceptó el cargo.

Sobre el punto N° 8: (Otros asuntos) \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

No habiendo otro asunto que tratar, siendo las \_\_\_\_\_ hrs., se dió por terminada la Asamblea firmando de conformidad las siguientes personas:

ASAMBLEA GENERAL

SR. \_\_\_\_\_

SR. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
PRESIDENTE

\_\_\_\_\_  
SECRETARIO

PERSONA (S) QUE CEDE (N) EL LOCAL DONDE FUNCIONA EL CENTRO DE DISTRIBUCION:

SR. \_\_\_\_\_

SR. \_\_\_\_\_

SR. \_\_\_\_\_

SR. \_\_\_\_\_

MIEMBROS DEL "COMITE DE ADMINISTRACION Y VIGILANCIA"

PROPIETARIOS:

SR. \_\_\_\_\_  
PRESIDENTE

SR. \_\_\_\_\_  
SECRETARIO

SR. \_\_\_\_\_  
VOCAL

SUPLENTES:

SR. \_\_\_\_\_  
PRESIDENTE

SR. \_\_\_\_\_  
SECRETARIO

SR. \_\_\_\_\_  
VOCAL

LA PERSONA QUE FUE DESIGNADA COMO ENCARGADO DEL CENTRO DE DISTRIBUCION:

SR. \_\_\_\_\_

CINCO (5) TESTIGOS DE LA COMUNIDAD:

SR. \_\_\_\_\_

SR. \_\_\_\_\_

SR. \_\_\_\_\_ SR. \_\_\_\_\_

SR. \_\_\_\_\_

REPRESENTANTES DEL SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO QUE ESTU-  
VIERON PRESENTES EN LA ASAMBLEA:

SR. \_\_\_\_\_ SR. \_\_\_\_\_

PROMOTOR: \_\_\_\_\_

MIEMBROS DE LA COMUNIDAD ASISTENTES A LA ASAMBLEA CONSTITUTIVA  
DEL DIA \_\_\_\_\_ DE \_\_\_\_\_ DE 1980.

NOMBRE:

FIRMA:

ANEXO 15

ACTA DE ASAMBLEA CONSTITUCIONAL DEL

"CONSEJO DE SUPERVISION"

ALMACEN CONASUPO-COPLAMAR  
DE LA REGION DEL TACANA  
(TUXTLA CHICO, CHIS.)

(Cédula de Identificación)

: ALMACEN DE LA REGION DEL TACANA  
(Ubicacion del Almacén Regional)

TUXTLA CHICO  
(Municipio)

CHIAPAS  
(Estado)

Y HORA: A LAS 13 HRS. DEL DIA 23 DE NOVIEMBRE DE 1980.

ACTA DE ASAMBLEA CONSTITUTIVA DEL "CONSEJO DE SUPERVISION"

O: INSTALACION DEL CONSEJO DE SUPERVISION DEL ALMACEN REGIONAL.

ORDEN DEL DIA

TALACION DE LA ASAMBLEA (NOMBRE LAS PERSONAS QUE ASISTEN, CON -  
FIRMAS O HUELLAS DIGITALES, Y COMUNIDAD A LA QUE REPRESENTAN, -  
HOJA ADJUNTA):

LICACION DE LOS FINES Y FUNCIONAMIENTO DEL "CONSEJO DE SUPERVI--  
N", POR REPRESENTANTES DEL SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO.

ACION DEL CONSEJO DE SUPERVISION Y APROBACION DEL PROGRAMA MEN--

UAL Y DEL CALENDARIO ANUAL DE ASAMBLEAS, NOMBRAMIENTO DE REPRESENTANTES DEL CONSEJO DE SUPERVISION.

TROS ASUNTOS

TOS A DISCUSION PARA APROBACION LOS PUNTOS DEL ORDEN DEL DIA, LA ASAMBLEA RESOLVIO:

En el punto 1: Se declaró formalmente instalada la Asamblea, recausándose nombres y firmas de los asistentes.- Se designó como Presidente de los debates al Sr. Antonio González Bermúdez y como Secretario de Actas a la compañera Amanda Cortez Palomeque.

En el punto 2: Primero.- Realizar los nombramientos de las cinco personas que serán contratadas por el Consejo de Supervisión, para el miércoles 26 de los corrientes, quedando pendiente el nombramiento de 5 personas más que trabajarán en el Almacén. Segundo.- El calendario anual de Asambleas Ordinarias del Consejo de Supervisión quedó establecido que se efectuaran éstas los últimos sábados de cada mes a diez de la mañana.

En el punto 3: Estando presentes los C. Martiniano Sánchez Galvez Director de este Almacén, Lic. Marco Antonio Trujillo Supervisor del Programa CONASUPO-COPLAMAR y la Jefe de Zona Lic. Martha Turok W., expusieron ampliamente sobre el objeto y la forma de operar el Consejo de Supervisión, señalando principalmente se encargara a través de representantes de los nombramientos de choferes, estibadores, macheteador y velador. Por lo otro lado, realizará las gestiones que sean necesarias ante el Jefe de Almacén, ante el Coordinador del Programa CONASUPO-COPLAMAR y en caso de ser necesario ante el Gerente de la Sucursal Tapachula de DICONSA del Sureste, S.A. de C.V., para obtener la solución de los problemas que se llegaren a presentar con motivo del transporte y asimismo, para obtener menos artículos que se requieran en los pedidos de distribución de las comunidades.

En propuestas y aceptados por la Asamblea, las personas que se mencionan a continuación para ocupar los cargos de Representación del Consejo de Supervisión que se precisan enseguida:

DIETARIOS)

DENTE: GELASIO RIVERA SOLIS  
 TARIO: WILFRIDO VELAZQUEZ MIGUEL  
 : FRANCISCO CORTEZ HERRERA

ENTES)

DENTE: MELESIO CUNDAPI DAMIAN  
 TARIO: NOE QUINTERO SANCHEZ  
 : FRANCISCO OZUNA MERIDA

el punto 4 (otros asuntos).- El Jefe del Almacén, Sr. Othón Gar-  
lmora, informó sobre los Centros de Distribución que habían sido  
dos y del movimiento de mercancía, así como del de los productos  
os del mismo almacén.

ordinador del Programa CONASUPO-COPLAMAR, Dr. Dante Ferrigno Lo-  
aclaró lo relativo a los envases, aplicación del IVA, adecuación  
s capitales de trabajo al tercer mes de operación de los Centros  
istribución y respecto del personal que trabajará en el Almacén en  
ependerá del Consejo de Supervisión.

ENDO OTRO ASUNTO PENDIENTE QUE TRATAR, SIENDO LAS 14.30 HRS., SE  
 OR TERMINADA LA ASAMBLEA, FIRMANDO PARA CONSTANCIA LAS SIGUIENTES  
 NAS:

DO ZARAGOZA

SIDENTE SUPLENTE:

LEONARDO SOTO MAZARIEGOS

EJIDAL

HECTOR ZARATE RAMIREZ

ENCARGADO

SR. CESAR DE LA CRUZ MENDEZ

DO SAN JOSE CERRO DEL CARMEN

SIDENTE:

QUINTERO SANCHEZ

ENCARGADA:

ODILIA PEREZ VELAZQUEZ

DO DORADO NUEVO

SIDENTE:

LO ALFONSO AVALOS

L:

CISCO CORTEZ HERRERA

L:

IA VILLAGOMEZ CARDENAS

ENCARGADA:

AMANDA CORTEZ PALOMEQUE

VOCAL:

CARLOTA AVALOS CARDENAS

DO EL AGUILA

SIDENTE SUPLENTE

EL ROBLEDO MEJIA

ENCARGADO:

LEOPOLDO MUÑOZ ROBLEDO

IDENTE COM.	VOCAL
PULO BRAVO ESCALANTE	ALVARO LOPEZ MORALES
<u>DO EL PLATANAR</u>	
	SECRETARIO
NZO PEREZ VAZQUEZ	JESUS PAULINO GARCIA MORALES
L	
ILIO DIAZ PEREZ	RUFINO MIGUEL ESCALANTE
RGADO:	
LAS VERDUGO VELAZQUEZ	
<u>ON CAMAMBE</u>	
IDENTE	VOCAL
NO ROBLERO ORTIZ	ANASTACIO ROBLERO HERNANDEZ
<u>DO TALQUIAN</u>	
IDENTE	SECRETARIO
N ESCALANTE MIGUEL	ARTURO MIGUEL BARTOLON
SUPLENTE	VOCAL
ENGIO MORALES GODINEZ	WILFRIDO VELAZQUEZ MIGUEL
SUPLENTE	ENCARGADO:
ALUPE PEREZ GONZALEZ	ROMAN ROBLEDO TEMA

CON SANTA ELENA

PRESIDENTE

SECRETARIO

GABINO GONZALEZ BERMUDEZ

GABINO AGUILAR MENDEZ

PRESIDENTE SUPLENTE

VOCAL

LINDORO ALCANTARA MARTINEZ

LINDORO REYES BASAN

ENCARGADO:

EL LOPEZ MERIDA

CON GUSTAVO DIAZ ORDAZ

PRESIDENTE

ENCARGADO:

SILVINO CUNDAPI DAMIAN

SILVINO DE LA CRUZ CASTILLO

SILVINO RIVERA SOLIS

CON UNION ROJA

PRESIDENTE

ENCARGADO:

ROLANDO CISCO OZUNA PEREZ

ROLANDO LEON GONZALEZ

CON BARRA DE CAHOACAN

PRESIDENTE

PRESIDENTE SUPLENTE

GABINO CARDENAS DIAZ

JOSE ANTONIO SALAS PEREZ

ENCARGADO:

VOCAL

EL TO LOPEZ FIERRO

HECTOR HERRERA PEREZ

EL REFUGIO

DENTE

VOCAL

TIN PEREZ GONZALEZ

ERNESTO VELAZQUEZ PEREZ

REPRESENTANTES DEL SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR

---

FRANCISCO FERRIGNO LOZANO  
COORDINADOR GENERAL  
DEL PROGRAMA CONASUPO  
MEXICO, D.F. SUC. TAPACHULA.

---

SRA. LIC. MARTHA TUROK W.  
JEFE DE ZONA DEL EDO. DE  
CHIAPAS.

DIRECTOR DEL ALMACEN REGIONAL

PROMOTOR DE ORGANIZACION PARA  
LA COMERCIALIZACION.

---

FRANCISCO GARCIA ALMORA

---

SR. MARTINIANO SANCHEZ GALVEZ

SUPERVISOR DEL PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR

---

SR. LIC. MARCO ANTONIO TRUJILLO

ANEXO 16

ACTA DE ENTREGA DE CAPITAL DE TRABAJO Y POLITICAS

PARA LA OPERACION DEL CENTRO DE DISTRIBUCION

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

ACTA DE ENTREGA DE CAPITAL DE TRABAJO

CEDULA DE IDENTIFICACION

\_\_\_\_\_  
(Ubicación de la Comunidad)

\_\_\_\_\_  
(Estado)

DIA \_\_\_\_\_ DE \_\_\_\_\_ DE 19

UNIDAD \_\_\_\_\_, POR  
TO DEL PRESIDENTE, SECRETARIO Y VOCAL DE SU "COMITE DE ADMINIS-  
N Y VIGILANCIA, Y DEL SR. \_\_\_\_\_,  
ADO DEL CENTRO DE DISTRIBUCION DE LA PROPIA COMUNIDAD, HACEN -  
R QUE RECIBIERON DE "DISTRIBUIDORA CONASUPO DE \_\_\_\_\_",  
E C.V., UBICADA EN \_\_\_\_\_

PLIMIENTO DEL COMPROMISO ACEPTADO POR LA COMUNIDAD ANTE EL "SIS  
NASUPO-COPLAMAR DE ABASTO" LOS PRODUCTOS QUE SE SEÑALAN EN EL  
DE LA PRESENTE ACTA, CUYO VALOR ES DE: -----  
( \_\_\_\_\_ ),

O ENTENDIDO QUE DICHOS PRODUCTOS SE LES ENTREGAN EXCLUSIVAMENTE  
VENTA EN EL CENTRO DE DISTRIBUCION DE SU COMUNIDAD, DEBIENDO -

PARSE PARA ELLO A LOS CRITERIOS, POLITICAS, PROGRAMAS Y CALENDAS DEL "SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO", MISMOS QUE SE SEÑALAN EN EL ANEXO 2 DE ESTA ACTA.

COMUNIDAD RECIBE TAMBIEN \_\_\_\_\_ COSTALES PARA ENVASADO DE GRANOS  
MOCAR, CON UN VALOR DE : -----  
( \_\_\_\_\_ ),

COMO UNA BASCULA, CON UN VALOR DE: -----  
( \_\_\_\_\_ ),

SU EXCLUSIVO USO EN EL CENTRO DE DISTRIBUCION, ARTICULOS QUE DEBEN SER REGRESADOS EN BUEN ESTADO A DISTRIBUIDORA CONASUPO  
S. A. DE C. V., CUANDO ESTA SE LO REQUIERA.

EN DE CONFORMIDAD EN REPRESENTACION DE LA COMUNIDAD.

COMITE DE ADMINISTRACION Y VIGILANCIA

\_\_\_\_\_  
PRESIDENTE

\_\_\_\_\_  
SR.

SECRETARIO

\_\_\_\_\_  
SR.

VOCAL

ENCARGADO DEL CENTRO DE DISTRIBUCION

\_\_\_\_\_  
SR.

REPRESENTANTE (S) DE "DISTRIBUIDORA CONASUPO  
A. DE C. V.

\_\_\_\_\_  
JEFE DE ALMACEN

AUTORIDADES AGRARIAS QUE ASISTIERON AL ACTO:

\_\_\_\_\_  
SR.

EXOS:

INVENTARIO DE PRODUCTOS  
POLITICAS PARA LA OPERACION DEL CENTRO DE DISTRIBUCION

TESTIGOS

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

POLITICAS PARA LA OPERACION DEL CENTRO DE DISTRIBUCION QUE SE -  
CONVIENEN ENTRE LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD  
REPRESENTADOS POR SU COMITE DE ADMINISTRACION Y VIGILANCIA, CON  
LA ACEPTACION DEL ENCARGADO DEL CENTRO DE DISTRIBUCION, Y DISTRI  
BUIDORA CONASUPO , S.A. DE C.V. "DICONSA"

EL MANEJO DE LA MERCANCIA SE AJUSTARA A LA REGLAMENTACION DE CEN  
TROS DE DISTRIBUCION, A CUYAS DISPOSICIONES SE SOMETE LA COMUNI-  
DAD, ASI COMO A LAS SIGUIENTES CONDICIONES:

PRIMERA.- DISTRIBUIDORA CONASUPO , S.A. DE C.V.,  
"DICONSA", AUTORIZA A LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD REPRESENTADOS  
POR SU "COMITE DE ADMINISTRACION Y VIGILANCIA", PARA QUE, ACTUAN  
DO EN SU PROPIO HOMBRE, VENDAN, EXCLUSIVAMENTE EN EL CENTRO DE -  
DISTRIBUCION LAS MERCANCIAS QUE LES ENTREGUE A TRAVEZ DEL ALMA--  
CEN CONASUPO-COPLAMAR  
LO CUAL ACEPTAN LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD POR MEDIO DE SUS RE  
PRESENTANTES.

SEGUNDA.- LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD SE OBLIGAN A COMPRAR EX--  
CLUSIVAMENTE MERCANCIA EN EL ALMACEN CONASUPO-COPLAMAR Y A VENDER  
LA AL CONTADO AL PRECIO QUE SE DETERMINE POR "DICONSA".

TERCERA.- LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD, POR CONDUCTO DEL ENCARGA-  
DO DEL CENTRO DE DISTRIBUCION, DEBERAN MANTENER PERMANENTEMENTE -  
EN DICHO CENTRO DE DISTRIBUCION UN CAPITAL DE TRABAJO, INTEGRADO  
POR MERCANCIA QUE DISTRIBUYE EL ALMACEN CONASUPO-COPLAMAR Y/O EFEC  
TIVO, DE: -----

( \_\_\_\_\_ ) ,  
MORTE AL QUE ASCIENDE EL CAPITAL DE TRABAJO INICIAL QUE SE SEÑA  
A EN EL INVENTARIO FISICO DE EXISTENCIAS ENTREGADO AL CENTRO DE  
DISTRIBUCION, QUE SE AGREGA COMO ANEXO N° 1, RESPECTO DEL CUAL DI  
HO ENCARGADO SE DA POR RECIBIDO, QUEDANDO EN EL ENTENDIDO QUE LA  
ITADA MERCANCIA ES PROPIEDAD DE "DICONSA" Y SE ENTREGA A LA COMU  
IDAD PARA SU VENTA DENTRO DEL SISTEMA "CONASUPO-COPLAMAR DE ABAS  
O".

EL CAPITAL DE TRABAJO Y SU COMPOSICION (ANEXO N° 1) PODRAN MODIFI

CARSE DE COMUN ACUERDO ENTRE LA COMUNIDAD Y "DICONSA", OBLIGANDO SE LA COMUNIDAD A MANTENER POR CONDUCTO DE SU ENCARGADO, EN EL CENTRO DE DISTRIBUCION, INTEGRO EL CAPITAL DE TRABAJO MODIFICADO.

CUARTA.- DURANTE EL FUNCIONAMIENTO Y OPERACION DEL CENTRO DE DISTRIBUCION, "DICONSA" A TRAVES DEL ALMACEN CONASUPO-COPLAMAR SUMINISTRARA LAS MERCANCIAS SOLICITADAS POR EL ENCARGADO EN CUANTO - LAS TENGA EN EXISTENCIA, EN EL ENTENDIDO DE QUE LOS PEDIDOS DEBERAN SER PAGADOS EN EFECTIVO AL MOMENTO DE RECIBIR DICHO ENCARGADO LAS MERCANCIAS.

QUINTA.- LA COMUNIDAD RECIBIRA DE "DICONSA" UNA BONIFICACION POR EL 5% DEL VALOR MENSUAL DE SUS COMPRAS DE MERCANCIA AL ALMACEN. LA PROPIA COMUNIDAD SE COMPROMETE A DESTINAR UNA CANTIDAD EQUIVALENTE EN LA PROPORCION NECESARIA AL PAGO DE LOS SERVICIOS DEL ENCARGADO. LA DIFERENCIA ENTRE AMBAS SUMAS, SI LA HUBIERE, LA DESTINARA A LOS USOS QUE JUZGUE CONVENIENTES.

EL ALMACEN CONASUPO-COPLAMAR PODRA CONVENIR CON LA COMUNIDAD EN TODO MOMENTO, EN MODIFICAR EL PORCENTAJE DEL 5% CUANDO ASI LO EXIJAN LAS NECESIDADES DE SU FUNCION SOCIAL DE REGULACION DE PRECIOS.

LA COMUNIDAD CUENTA CON LOS ELEMENTOS SUFICIENTES PARA RETRIBUIR SUS FUNCIONES AL ENCARGADO QUE DESIGNA, SIENDO DE SU INTERES DIRECTO EL SURTIMIENTO DE MERCANCIAS QUE OBTENGA DE "DICONSA", LA QUE A SU VEZ, REALIZARA DICHO SURTIMIENTO EN DESARROLLO DE LAS FUNCIONES DE SERVICIO SOCIAL EN QUE CONSISTE EL PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO. POR ELLO LAS RELACIONES LABORALES DEL ENCARGADO EN EL DESEMPEÑO DE SU FUNCION SERAN EXCLUSIVAMENTE CON ESA COMUNIDAD.

EL ENCARGADO, POR SU PARTE, HACE CONSTAR, EN FORMA EXPRESA, QUE LA RETRIBUCION POR EL DESEMPEÑO DE SUS FUNCIONES SERA A CARGO DE LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD, QUE SON QUIENES SE LAS ENCOMIENDAN POR SU PROPIO INTERES.

SEXTA.- EL ENCARGADO DEL CENTRO DE DISTRIBUCION, PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES, ASUME FRENTE A LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD EL CARGO DE DEPOSITARIO DE: \_\_\_\_\_

CUYO USO GRATUITO ES PROPORCIONADO A DICHS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD POR "DICONSA" POR CONDUCTO DEL ALMACEN. EL ENCARGADO LOS RECIBE A SU ENTERA SATISFACCION, OBLIGANDOSE A CONSERVARLOS EN BUEN ESTADO DE USO Y A DEVOLVERLOS POR CUENTA DE LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD CUANDO ESTA SEA REQUERIDA POR "DICONSA", POR CONDUCTO DEL PROPIO ENCARGADO.

EL ENCARGADO FIRMA DE CONFORMIDAD EL INVENTARIO DE PRODUCTOS CORRESPONDIENTE QUE SE ANEXA.

SEPTIMA.- EN CASO DE QUE SE SUSPENDA O TERMINE EL FUNCIONAMIENTO Y OPERACION DEL CENTRO DE DISTRIBUCION, "DICONSA" PROCEDERA A HACER LA LIQUIDACION CORRESPONDIENTE, PREVIO INVENTARIO DE LA MERCANCIA, COSTALERA Y EQUIPO DEL ESTABLECIMIENTO, QUE HUBIERE SUMINISTRADO. LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD CUBRIRAN DE INMEDIATO A "DICONSA" EN EFECTIVO, LA DIFERENCIA ENTRE LA MERCANCIA Y EQUIPOS SUMINISTRADOS Y LAS EXISTENCIAS, SOBRE LA BASE DEL PRECIO DE VENTA FIJADO POR "DICONSA", TRATANDOSE DE MERCANCIA EN GENERAL, DE PRECIO DE ADQUISICION TRATANDOSE DE EQUIPO Y MATERIAL DE EMPAQUE DE GRANO Y AZUCAR.

ACTAVA.- LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD, A TRAVES DE SUS REPRESENTANTES ANTE EL CONSEJO DE SUPERVISION DEL ALMACEN CONASUPO-COPLAMAR QUE CORRESPONDA, REQUERIRAN EL ACUERDO PREVIO Y POR ESCRITO DE LA DISTRIBUIDORA CONASUPO \_\_\_\_\_, S.A. DE C.V., A TRAVES DEL ALMACEN CONASUPO-COPLAMAR PARA VENDER PRODUCTOS NO MANEJADOS POR DICHO ALMACEN.

NOVENA.- "DICONSA" PODRA EN CUALQUIER TIEMPO PRACTICAR, A TRAVES DEL PERSONAL QUE PARA TAL EFECTO DESIGNE, AUDITORIAS, REVISIONES Y INSPECCIONES EN GENERAL, CON EL FIN DE CERCIORARSE DE QUE EL CAPITAL DE TRABAJO CON QUE DEBE OPERAR EL CENTRO DE DISTRIBUCION

SE ENCUENTRA DEBIDAMENTE INTEGRADO Y QUE SE ESTA CUMPLIENDO CON LAS NORMAS DE OPERACION. CON ESE PROPOSITO LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD, PODRAN POR CONDUCTO DEL ENCARGADO, A SU DISPOSICION, EN FORMA INMEDIATA, LOS ELEMENTOS NECESARIOS PARA REALIZAR AQUELLAS ACTIVIDADES. EL RESULTADO SERA HECHO DEL CONOCIMIENTO DE LA COMUNIDAD.

DECIMA.- LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD ACUERDAN QUE DESTITUIRAN AL ENCARGADO DEL CENTRO DE DISTRIBUCION CUANDO SE DEN LAS CIRCUNSTANCIAS QUE SE SEÑALAN ADELANTE, EN CUYO CASO, A LA BREVEDAD POSIBLE, DESIGNARAN AL SUSTITUTO. EN TALES CASOS, "DICONSA" DEJARA DE RECONOCER COMO ENCARGADO A QUIEN HUBIERE COMETIDO EL ACTO O SE ENCUENTRE EN LAS CIRCUNSTANCIAS DE REFERENCIA.

CASOS EN QUE SE DESTITUIRA AL ENCARGADO

- A) SI EL ENCARGADO NO DESEMPEÑA PERSONALMENTE SUS FUNCIONES EN LA FORMA Y TERMINOS SEÑALADOS EN LAS PRESENTES POLITICAS, ASI COMO EN LAS QUE SE LLEGUEN A CONVENIR CON "DICONSA".
- B) POR NO TENER LIMPIA EN FORMA PERMANENTE LA FACHADA, INTERIORES, PISOS, PAREDES, MUEBLES Y MERCANCIAS DEL CENTRO DE DISTRIBUCION.
- C) POR NO ACOMODAR O DISTRIBUIR LAS MERCANCIAS DE ACUERDO CON LAS RECOMENDACIONES QUE FORMULE "DICONSA" A LA COMUNIDAD POR CONDUCTO DEL PROPIO ENCARGADO.
- D) POR CONDICIONAR LAS VENTAS DE MERCANCIAS AL PUBLICO CONSUMIDOR EN FORMA QUE CONTRARIE LOS PROCEDIMIENTOS QUE SE ESTABLEZCAN MEDIANTE ACUERDOS DE "DICONSA" CON LA COMUNIDAD.
- E) POR NO OBSERVAR EL HORARIO DE TRABAJO ESTABLECIDO POR LA COMUNIDAD, CON ACUERDO DE "DICONSA", PARA EL CENTRO DE DISTRIBUCION.
- F) EN CASO DE QUE "DICONSA" DETECTARA FALTANTE EN EL CAPITAL DE -

TRABAJO O MANEJOS INADECUADOS DE DINERO Y MERCANCIA QUE AFECTEN A LA COMUNIDAD O A "DICONSA", EN CUYOS CASOS ADEMÁS SE PODRAN FORMULAR DENUNCIAS Y EJERCITAR LAS ACCIONES LEGALES QUE CORRESPONDAN.

ACEPTACION DE ESTAS POLITICAS

POR "DICONSA"

POR LA COMUNIDAD  
COMITE DE ADMINISTRACION Y VIG.

---

ENCARGADO

---

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

RELACION DE ENCARGADOS DE TIENDAS CAMPESINAS E INTEGRANTES

DE COMITES DE ABASTO COMUNITARIO

RELACION DE ENCARGADOS DE TIENDAS CAMPESINAS E INTEGRANTES DE COMITES RURALES DE ABASTO COMUNITARIO

LOCALIDAD	ENCARGADO	PRESIDENTE	SECRETARIO	VCCAL

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

ORGANIGRAMA DEL ORDEN DEL DIA DEL CONSEJO

COMUNITARIO DE ABASTO

VISION  
IENTACION  
ECUCION

ASAMBLEA GENERAL

ASAMBLEA GENERAL

ASAMBLEA GENERAL

ACTA DE ASAMBLEA

- ANALISIS
- PROBLEMAS
- ACUERDOS
- PROPUESTAS AL CONSEJO DE SUPERVISION

CONSEJO DE SUPERVISION

ORDEN DEL DIA

1. SEGUIMIENTO DE ACUERDOS
2. INFORME DE COMUNIDADES
3. INFORME DE ALMACEN
4. INFORME DE PROMOTOR
5. OTROS ASUNTOS

ACUERDOS

ACTA DE CONSEJO DE SUPERVISION

- INFORME DEL ALMACEN
- RESUMEN PROBLEMAS
- ACUERDOS

PROMOTOR

SUPERVISOR DE REGION

REPRESENTANTES CONASUPC-COPLA MAR

JEFE DE ALMACEN

REPRESENTANTES DE OTRAS INSTITUCIONES

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

AVANCE DE OBRA DE ALMACENES

CONSTRUCCION DE ALMACENES

ALMACEN:

ESTADO:

FECHA:

AVANCE DE OBRA

E V E N T O	AVANCE UNITARIO					AVANCE OBRA		OBSERVACIONES
	20 %	40 %	60 %	80 %	100 %	VALOR	ACUMULA- DO	
1. NIVELACION						4%	4%	
2. TRAZO						2%	6%	
3. EXCAVACION						4%	10%	
4. CIMENTACION						10%	20%	
5. CASTILLOS						8%	28%	
6. PISOS						5%	34%	
7. MUROS						13%	47%	
8. BANQUETAS						4%	51%	
9. ESTRUCTURA METALICA						20%	71%	
10. LAMINA MUROS						5%	77%	
11. LAMINA TECHOS						10%	87%	
12. BAÑO						5%	92%	
13. PUERTAS						2%	94%	
14. PINTURA						4%	98%	
15. LIMPIEZA						2%	100%	NOMBRE Y FIRMA

ULTIMO INFORME DE LA BITACORA DEL ENCARGADO DE LA OBRA:

DISTRIBUIDORA CONASUPO, S. A. DE C. V.

PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR

PEDIDO DE PRODUCTOS BASICOS

BUIDORA CONASUPO, S. A. DE C. V.

PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR

P E D I D O

AL \_\_\_\_\_

PEDIDO N° \_\_\_\_\_

N \_\_\_\_\_

FECHA \_\_\_\_\_

CAMPESINA \_\_\_\_\_

ELABORADO POR \_\_\_\_\_

DAD \_\_\_\_\_

PRODUCTO	PRESENTACION	EXISTENCIA	CLAVE	PEDIDO	SURTIDO	IMPORTE
Alianza	1/12 1 lt.					
0% Puro A.	1/48 250 gr.					
azúcar Alianza	1/48 250 gr.					
alapeño Alianza	1/48 215 gr.					
errano Alianza	1/48 215 gr.					
c/s a Chocolate A.	1/15 300 gr.					
nte Alianza	1/40 500 gr.					
e lav. Alianza	1/25 400 gr.					
ocador Alianza	1/100 100 gr.					
Alianza	1/24 1 kg.					
ara sopa Alianza	1/12 200 gr.					
Alianza	1/48 425 gr.					
	1/1 1 Kg.					
	1/50 1 Kg.					
	1/1 1 Kg.					
s animalitos A.	1/6 1 Kg.					
s Marías A.	1/1 1 Kg.					
s saladas A.	1/1 1 Kg.					
de maíz Alianza	1/10 1 Kg.					
de trigo Alianza	1/10 1 Kg.					
ido	1/24 340 gr.					
ya.prot.A	1/48 410 ml.					
ya.vit. A	1/48 410 ml.					
	1/1 1 Kg.					
da	1/20 1.5 Kg.					

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

DISTRIBUIDORA CONASUPO

NOTA DE VENTA

DISTRIBUIDORA CONASUPO, S. A. DE C. V.

PROGRAMA CONASUPO-COPLAHAR

NOTA DE VENTA

CIudad \_\_\_\_\_

CURSAL \_\_\_\_\_

N° \_\_\_\_\_

MACEN \_\_\_\_\_

TIENDA CAMPESINA \_\_\_\_\_

PEDIDO N° \_\_\_\_\_

DESCRIPCION	PRESENTACION	CLAVE	PEDIDO	SURTIDO	PRECIO UNITARIO	IMPORTE	I.V.A.	TOTAL	PRECIO DE VENTA POR PIEZA (1)
Alianza	1/12 1 lt.								
Leche puro Alianza	1/48 250 gr.								
Leche Ucar Alianza	1/48 250 gr.								
Leche Apeño Alianza	1/48 215 gr.								
Leche Cano Alianza	1/48 215 gr.								
Leche Choc. Alianza	1/15 300 gr.								
Leche Alianza	1/40 500 gr.								
Leche Lav. Alianza	1/25 400 gr.								
Leche Andor Alianza	1/100 100 gr.								
Alianza	1/24 1 kg.								
Alianza	1/12 200 gr.								
Alianza	1/48 425 gr.								
	1/1 1 kg.								
	1/50 1 kg.								
	1/1 1 kg.								
Arroz nim. A.	1/6 1 kg.								
Arroz arías A.	1/1 1 kg.								
Arroz aladas A.	1/1 1 kg.								
Arroz maíz A.	1/10 1 kg.								
Arroz trigo A.	1/10 1 kg.								
	1/24 340 gr.								
Arroz prot. A.	1/48 400 ml.								
Arroz vit. A.	1/48 400 ml.								
	1/1 1 kg.								
	1/20 1.5 kg.								

NOTAS: CIFRAS CONTROL

SUB - TOTAL

COMISIONES

N° DE FACTURACION

I.V.A.

TRANSACCION

ENCARGADO

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

DISTRIBUIDORAS CONASUPO

CORTE DE CAJA

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

DISTRIBUIDORAS CONASUPO

CORTE DE CAJA

BILLETES O MONEDAS	CANTIDAD	IMPORTE
1,000.00	-	-
500.00	-	-
100.00	-	-
50.00	2	100.00
20.00	1	20.00
10.00	4	40.00
5.00	-	-
1.00	30	30.00
MONEDA FRACCIONARIA		
	3.40	3.40
TOTAL		193.40

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

REGISTRO DIARIO DE VENTAS

ENCARGADO \_\_\_\_\_

TIENDA CAMPESINA \_\_\_\_\_

DIA	ENERO	ACUM.	FEBRERO	ACUM.	MARZO	ACUM.	ABRIL	ACUM.	MAYO	ACUM.	JUNIO	ACUM.
1°												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												
21												
22												
23												
24												
25												
26												
27												
28												
29												
30												
31												
TOTAL												

V° B°  
Presidente del Comité  
Admón. y Vig.

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

CONTROL DE CAPITAL DE TRABAJO

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

CONTROL DE CAPITAL DE TRABAJO

V A L O R E S

HA	REFERENCIA	ENTRADAS	SALIDAS	EXISTENCIA
c/80	NOTA DE VENTA N° 8474	30,000.00		30,000.00
- 81	CORTE DE CAJA 1		100.00	29,900.00
- 81	CORTE DE CAJA 2		300.00	29,600.00
- 81	CORTE DE CAJA 3		200.00	29,400.00
- 81	CORTE DE CAJA 4		770.00	28,630.00
- 81	NOTA DE VENTA N° 8475	1,000.00		29,630.00
- 81	NOTA DE DEVOLUCION N° 4 *		50.00	29,580.00
- 81	CORTE DE CAJA 11		650.00	28,930.00
- 81	NOTA DE VENTA N° 8476	1,020.00		29,950.00
- 81	NOTA DE VENTA N° 8477 *	50.00		30,000.00
- 81	CAMBIO DE PRECIO **	50.00		30,050.00

DE DEVOLUCION.- Se explica en depuración de existencias.

IO DE PRECIO.- Se explica en cambio de campital de trabajo.

SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR DE ABASTO A GRUPOS MARGINADOS

NOTA DE DEVOLUCION

NOTA DE DEVOLUCION

PROGRAMA CONASUPO-COPLAMAR			NOTA DE DEVOLUCION <input type="text"/>			
FECHA _____		ALMACEN _____				
CENTRO DE DISTRIBUCION _____			DIRECCION _____			
LOCALIDAD _____		MUNICIPIO _____			ESTADO _____	
PRODUCTO	GRAMAJE	EMPAQUE	CLAVE	CANTIDAD	PRECIO DE VENTA	IMPORTE
RECIBI					TOTAL	
FIRMA JEFE DE ALMACEN _____				FORMULO _____		

## INDICE DE ANEXOS

1. NUMERO DE REGIONALES Y SUCURSALES DEL SISTEMA DE DISTRIBUI  
DORAS CONASUPO.
2. NUMERO DE ALMACENES, TIENDAS CAMPESINAS Y SUPERFICIE DE TEE  
RRENOS DONADOS A DICONSA.
3. VINCULACION PROGRAMATICA Y OPERATIVA.
4. CEDULA DE INFORMACION DE CAMPO PARA DETERMINAR LA UBICACION  
DE ALMACENES REGIONALES Y CENTROS DE DISTRIBUCION.
5. CURRICULUM
6. HOJA DE CALIFICACION PARA LA ENTREVISTA.
7. GUIA DE CALIFICACIONES.
8. DICTAMEN TECNICO PARA LA UBICACION DE PROMOTORES.
9. MECANISMOS DE SELECCION PARA CONDUCTORES DE VEHICULOS.
10. PROGRAMA DE CURSO DE CAPACITACION Y SELECCION DE PROMOTORES.
11. PLAN DE TRABAJO DEL PROMOTOR.

12. MAPA A NIVEL ALMACEN Y AREA DE INFLUENCIA.
13. PROGRAMA DE TRABAJO DE PROMOTORES Y GRADO DE AVANCE.
14. ACTA DE ASAMBLEA CONSTITUTIVA DE MIEMBROS DE LA COMUNIDAD DE UN CENTRO DE DISTRIBUCION DEL SISTEMA CONASUPO-COPLAMAR.
15. CONSEJO DE SUPERVISION.
16. ACTA DE ENTREGA DE CAPITAL DE TRABAJO Y POLITICAS PARA LA OPERACION DEL CENTRO DE DISTRIBUCION.
17. RELACION DE ENCARGADOS DE TIENDAS CAMPESINAS E INTEGRANTES DE COMITES DE ABASTO COMUNITARIO.
18. MECANISMOS DE ORIENTACION Y DECISION EN EL CONSEJO COMUNITARIO DE ABASTO.
19. AVANCE DE OBRA DE ALMACENES.
20. PEDIDO DE PRODUCTOS BASICOS.
21. NOTA DE VENTA.
22. CORTE DE CAJA.

23. REGISTRO DIARIO DE VENTAS.

24. CONTROL DE CAPITAL DE TRABAJO.

25. NOTA DE DEVOLUCION.