



# **UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

**FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION**

## **Problemática de la Comercialización de Productos Básicos**

**SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA**

**QUE EN OPCION AL GRADO DE**

**Licenciado en Administración**

**P R E S E N T A N :**

**ELVIA NAVARRO CARRILLO**

**HORACIO VELASQUEZ BARAJAS**

**DIRECTOR DEL SEMINARIO:**

**ING. GERARDO MORENO GONZALEZ**

**1983**



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.

## I N D I C E

|  | PAG. |
|--|------|
| PROLOGO  | 1    |
| INTRODUCCION   | 2    |
| I. COMPANIA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES                                | 4    |
| 1.1 SURGIMIENTO DE CONASUPO  | 5    |
| 1.2 CONASUPO EN DESARROLLO   | 11   |
| 1.3 LA TRANSFORMACION DE CONASUPO  | 14   |
| 1.4 EL IMPACTO SOCIAL Y ECONOMICO DE CONASUPO                                  | 20   |
| II. EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO  | 24   |
| 2.1 CREACION DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO                                  | 25   |
| 2.2 LA CAPACITACION EN APOYO AL SISTEMA ALI--<br>MENTARIO MEXICANO.            | 29   |
| 2.3 INFORMACION Y PROMOCION DEL SISTEMA ALI--<br>MENTARIO MEXICANO             | 33   |
| 2.4 CAMPAÑAS DE ORIENTACION NUTRICIONAL DEL -<br>SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO. | 38   |
| III. ASPECTOS GENERALES DE LOS PRODUCTOS BASICOS                               | 42   |
| 3.1 PRODUCCION   | 44   |
| 3.1.1 METAS NORMATIVAS DE PRODUCCION   | 53   |
| 3.2 RESERVA  | 57   |
| 3.3 EXPORTACION  | 64   |
| - CUADRO ESTADISTICO 1977-1978   | 65   |
| - CUADRO ESTADISTICO 1979-1980   | 66   |
| - CUADRO ESTADISTICO 1981-1982   | 67   |

|  | PAG. |
|--|------|
| 3.4 IMPORTACIÓN  | 72   |
| - CUADRO ESTADÍSTICO 1977-1978   | 73   |
| - CUADRO ESTADÍSTICO 1979-1980   | 74   |
| - CUADRO ESTADÍSTICO 1981-1982   | 75   |
| 3.5 ABASTECIMIENTO   | 78   |
| 3.6 ALMACENAMIENTO   | 87   |
| 3.6.1 PROBLEMAS DE ALMACENAMIENTO DE LOS<br>PAÍSES EN DESARROLLO           | 95   |
| 3.6.2 PREPARACIÓN DE PRODUCTOS PARA EL -<br>ALMACENAMIENTO                 | 97   |
| 3.6.3 NUEVAS NECESIDADES PARA EL ALMACE-<br>NAMIENTO                       | 101  |
| 3.6.4 DIFICULTADES EN LA PLANIFICACIÓN -<br>DEL ALMACENAMIENTO             | 103  |
| 3.7 DISTRIBUCIÓN   | 107  |
| 3.7.1 COSTOS DE ELABORACIÓN Y DISTRIBU-<br>CIÓN                            | 109  |
| 3.8 CONSUMO  | 122  |
| - CUADRO DE DIETA BÁSICA   | 128  |
| IV. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION<br>DE ALIMENTOS BASICOS | 129  |
| 4.1 AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA  | 130  |
| 4.2 POBLACIÓN OBJETIVO PRODUCTO-MERCADO                                    | 134  |
| 4.3 LA RED DE COMERCIALIZACIÓN-DISTRIBUCIÓN -<br>DE ALIMENTOS BÁSICOS      | 138  |

|  | PAG. |
|--|------|
| 4.4 EL TRANSPORTE  | 145  |
| 4.5 DEMANDA ALIMENTARIA PÚBLICA-ESPACIO<br>ECONÓMICO   | 149  |
| 4.6 APOYO A AGROINDUSTRIAS INTEGRADAS  | 152  |
| 4.7 SUBSIDIOS SELECTIVOS   | 155  |
| 4.8 PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS ALIMENTI-<br>CIOS  | 159  |
| 4.9 PRECIOS Y MECANISMOS DE RETENCIÓN DEL -<br>EXCEDENTE   | 162  |
| <br>   |      |
| V. DETERMINACION DEL EXITO O FRACASO DE LOS MECA-<br>NISMOS DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASI-<br>COS.   | 166  |
| <br>   |      |
| 5.1 CAUSAS DEL FRACASO DE LOS MECANISMOS DE<br>COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS.  | 167  |
| 5.2 SUGERENCIAS PARA EVITAR EL FRACASO   | 170  |
| 5.3 EL MEJOR APROVECHAMIENTO DEL ÉXITO DE -<br>LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN DE -<br>PRODUCTOS BÁSICOS  | 172  |
| 5.4 GRÁFICAS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN<br>LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LA POBLA--<br>CIÓN OBJETIVO  | 175  |
| 5.5. GRÁFICAS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN<br>LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS FUNCIO-<br>NARIOS DE LOS ORGANISMOS INVOLUCRADOS -<br>EN EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO. |      |

**VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

**VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

## PROLOGO

LA PRESENTE INVESTIGACION "PROBLEMÁTICA DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS", ES EL RESULTADO DEL TRABAJO LLEVADO A CABO EN EL SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN (ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN), DISCIPLINA COMPRENDIDA DENTRO DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN QUE IMPARTE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

ESTE TRABAJO SE CONSIDERA UN SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN, DEBIDO A QUE SE CONSTITUYE COMO UN PROCESO DE RAZONAMIENTO DIRIGIDO, POR MEDIO DEL CUAL LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO INTERCAMBIAMOS CONOCIMIENTOS, CON EL OBJETO DE PERFECCIONARLOS Y ESTRUCTURAR UN CRITERIO SÓLIDO REFERENTE AL TEMA DE INVESTIGACIÓN.

INDEPENDIEMENTE DE QUE LA PRESENTACIÓN DEL SEMINARIO, ES UN REQUISITO PARA ALCANZAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, CONSIDERAMOS NECESARIO SEÑALAR QUE NUESTRA DISPOSICIÓN PARA DESARROLLAR ESTE TEMA SURGIÓ DE LA INQUIETUD DE COMPILAR LA INFORMACIÓN ABOCADA A LA "PROBLEMÁTICA DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS", CON LA FINALIDAD DE PROPORCIONAR UN PANORAMA MAS COMPLETO Y ESTRUCTURADO SOBRE ESTE TEMA.

## INTRODUCCION

PREOCUPACIÓN CENTRAL DEL DESARROLLO ES EL BIENESTAR - DEL HOMBRE; RESÓLVER SUS NECESIDADES ESENCIALES ES PUNTO - DE PARTIDA HACIA ESTADIOS SOCIALES SUPERIORES; ELIMINAR - LAS DESIGUALDADES Y ELEVAR, SOBRE BASES FIRMES, LOS NIVE-- LES DE SATISFACCIÓN EN MATERIA DE NUTRICIÓN, SALUD, VIVIEN-- DA Y EDUCACIÓN, ES EL PROPÓSITO INVARIABLE QUE GUÍA NUES-- TRA ACCIÓN. SIN EMBARGO, ES VÁLIDO RECONOCER QUE A PESAR DE LO REALIZADO POR EL GOBIERNO, AÚN NO SE HA CONSEGUIDO - LA META DE ACCESO IGUALITARIO Y UNIVERSAL A LA SATISFAC -- CIÓN DE LAS NECESIDADES BÁSICAS.

DENTRO DE LAS DEMANDAS ESENCIALES, ES LA ALIMENTACIÓN LA MÁS APREMIANTE Y ANGUSTIOSA; ES EL REQUERIMIENTO VITAL AL QUE TODOS TENEMOS DERECHO.

UNA ADECUADA NUTRICIÓN INFLUYE DETERMINANTEMENTE EN - LA SALUD Y EN LAS POSIBILIDADES DE ACCESO A LA EDUCACIÓN; SIGNIFICA DINAMISMO PARA DESARROLLAR UN ESFUERZO PRODUCTI-- VO Y EN CONDICIÓN DEL DISFRUTE DE LOS DEMÁS BIENES DE LA - VIDA.

ES EN EL AMBITO ALIMENTARIO DONDE MAS PERTURBA LA DE-- SIGUALDAD, PORQUE ATACA LA DIGNIDAD DEL SER HUMANO Y CUES-- TIONA LA SUBSISTENCIA MISMA DEL PAÍS.

POR TODO LO ANTERIOR, SE LLEVÓ A CABO EL PRESENTE TRA-- BAJO CON EL FIN DE DETERMINAR LOS PROBLEMAS DE LOS MECANIS-- MOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS.



PARA LA REALIZACIÓN DE ESTA INVESTIGACIÓN SE ENCAMINO EL TRABAJO DE CAMPO A 400 AMAS DE CASA DEL PÚBLICO EN GENERAL Y A 20 FUNCIONARIOS. LAS 400 PERSONAS LAS ENTREVISTAMOS COMO SIGUE: 100 EN CADA ZONA (NORTE, SUR, ESTE, Y OESTE), DE LAS CUALES 20 EN CADA UNO DE ESTOS LUGARES: MERCADO PÚBLICO, MERCADO SOBRE RUEDAS, TIENDA DE AUTOSERVICIO (YA SEA PARTICULAR O DE GOBIERNO), TIENDAS DE MAYOREO Y TIENDA MINORISTA.

CABE ACLARAR QUE SE APLICÓ PRIMERAMENTE UN CUESTIONARIO PILOTO A 40 PERSONAS Y POSTERIORMENTE EL CUESTIONARIO DEFINITIVO A LAS 400.

POR LO QUE SE REFIERE A LOS 20 FUNCIONARIOS, ESTOS LOS ENTREVISTAMOS, 5 EN CADA UNO DE LOS SIGUIENTE LUGARES: COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES (CONASUPO), SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS (S.A.R.H.), SECRETARÍA DE COMERCIO (S.E.C.O.M.) Y LA REFORMA AGRARIA.

POR CONSIGUIENTE DAREMOS COMIENZO AL CONTENIDO DEL PRESENTE LIBRO.

**CAPITULO I**

**COMPANIA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES**

- 1.1 SURGIMIENTO DE CONASUPO**
- 1.2 CONASUPO EN DESARROLLO**
- 1.3 LA TRANSFORMACION DE CONASUPO**
- 1.4 EL IMPACTO SOCIAL Y ECONOMICO  
DE CONASUPO**

## 1.1 SURGIMIENTO DE CONASUPO

TODOS LOS GOBIERNOS EMANADOS DE LA REVOLUCIÓN HAN RECONOCIDO COMO OBLIGACIÓN LA NECESIDAD DE PROTEGER A LAS CLASES DESAMPARADAS.

LOS ORGANISMOS REVOLUCIONARIOS QUE ANTECEDEN A CONASUPO, DE ÍNDOLE Y FUNCIONES TAN DIVERSAS, RESPONDIERON A UN SOLO PROPÓSITO: DAR EXPRESIÓN CONCRETA AL IDEARIO CONSAGRADO EN NUESTRA CARTA MAGNA.

EL COMITÉ REGULADOR DEL MERCADO DEL TRIGO, ESTABLECIDO EL 22 DE JUNIO DE 1937 POR EL ENTONCES PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, GENERAL LÁZARO CARDENAS, FUE EL PRIMER ANTECEDENTE DIRECTO DE LA ACTUAL CONASUPO.

ENTRE SUS FUNCIONES SE ENCONTRABAN: ESTUDIAR LA DISTRIBUCIÓN DE LAS COSECHAS; INVESTIGAR LA CAPACIDAD ADQUISITIVA DE TRIGO DE LA POBLACIÓN DEL PAÍS; EL CONSUMO DE HARINA Y PAN; ESTABLECER PATRONES PARA DETERMINAR LA CALIDAD DE TRIGOS Y HARINAS Y, SOBRE TODO: REGULAR EL PRECIO NACIONAL DEL TRIGO, PROCURANDO QUE LAS NECESIDADES DEL CONSUMO QUEDASEN SATISFECHAS IMPORTANDO Y VENDIENDO EL QUE FUERA NECESARIO.

LA VIDA DEL COMITÉ REGULADOR DEL MERCADO DEL TRIGO FUÉ BREVE, YA QUE NO ERA POSIBLE REGULAR EL MERCADO CON UN ORGANISMO CUYA ACTIVIDAD SE ENCONTRABA LIMITADA A UN SOLO PRODUCTO.

LA CONTINUACIÓN LÓGICA DE TAL POLÍTICA HIZO NECESARIO DISPONER DE UN ORGANISMO QUE ESTUVIERA FACULTADO PARA EXPORTAR E IMPORTAR TODOS LOS PRODUCTOS QUE FUESEN NECESARIOS PARA MANTENER ESTABLES LOS PRECIOS EN EL MERCADO.

ASÍ EL 10. DE SEPTIEMBRE DE 1937 INICIÓ SUS FUNCIONES LA COMPAÑÍA EXPORTADORA E IMPORTADORA MEXICANA, S.A., MÁS CONOCIDA POR SUS SIGLAS CEIMSA, POR ACCIONES SUSCRITAS POR EL GOBIERNO FEDERAL. CEIMSA COMPLEMENTÓ Y PERMITIÓ DARLE AÚN MAYOR SENTIDO SOCIAL A LAS TAREAS QUE ANDSA (ALMACENES NACIONALES DE DEPÓSITO, S.A.), HABRÍAN INICIADO UN AÑO ANTES, EL 22 DE ABRIL DE 1936.

LA COMPAÑÍA EXPORTADORA E IMPORTADORA MEXICANA, S.A. FUE DURANTE DOCE AÑOS EL MÁS IMPORTANTE MECANISMO REGULADOR DE MERCADO, SOBRE TODO PORQUE EL GOBIERNO FEDERAL PUSO EN PRÁCTICA UN PROGRAMA DIRIGIDO A MODIFICAR SU ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO, QUE, EN LOS AÑOS DE 1954 Y 1955, INTRODUJO ENMIENDAS DE IMPORTANCIA EN SU ESCRITURA CONSTITUTIVA PARA REFERIRLE FACULTADES PROGRESIVAS QUE LE PERMITIERAN INTERVENIR DE MANERA CADA VEZ MAS EFICAZ, EN LOS FENÓMENOS DE LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN, DE LOS ARTÍCULOS DE PRIMERA NECESIDAD.

SI BIEN CONASUPO SE FUNDÓ OFICIALMENTE EL 2 DE MARZO DE 1961, LOS DOS AÑOS PRECEDENTES CORRESPONDEN A LA OPERACIÓN QUE HA SIDO LLAMADA DE CEIMSA AMPLIADA. DE 1959 A 1961 ESTE ORGANISMO ESTUVO EN UNA ETAPA DE

CAMBIO Y AMPLIACIÓN DE SUS FUNCIONES QUE LA HACÍAN SIMILAR A LA FUTURA CONASUPO. POR LO DEMÁS, LA INFORMACIÓN DE LA MISMA CONASUPO LOS CONSIDERA COMO AÑOS INTEGRADOS A SU PERÍODO ADMINISTRATIVO. ENTRE 1959 Y 1964 LA ACTUACIÓN DE CONASUPO EN EL CAMPO MEXICANO SE LIMITÓ A LA COMPRA DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS A PRECIOS DE GARANTÍA. LOS MERCADOS REGULADOS FUERON LOS DE MAÍZ, TRIGO, FRIJOL, ARROZ Y SORGO. SU INTERVENCIÓN TENÍA DIVERSAS FORMAS: LA COMPRA A PRECIOS DE GARANTÍA POR MEDIO DE LA BANCA AGRÍCOLA OFICIAL Y ANDSA; LA COMPRA DE ARROZ "LIMPIO" A LOS MOLINOS, A CONDICIÓN DE QUE ELLOS A SU VEZ ADQUIERAN ARROZ "PALAY" AL PRECIO DE GARANTÍA; LA RECEPCIÓN DE GRANOS LAB (LIBRE A BORDO) EN FURGONES DE FERROCARRIL; LA CERTIFICACIÓN Y SUPERVISIÓN DE OPERACIONES DE COMPRA-VENTA ENTRE TERCEROS, ETC.

EL RITMO DE SUS ACTIVIDADES CRECIÓ ACELERADAMENTE DURANTE EL PERÍODO: DE 687 MIL TONELADAS ADQUIRIDAS EN 1959 SE PASÓ A MÁS DE DOS MILLONES EN 1963. EN CUANTO A LA DISTRIBUCIÓN, EMPERO, SU APARATO ACTUABA CASI EXCLUSIVAMENTE EN LOS GRANDES CENTROS URBANOS, ESPECIALMENTE EN LA CIUDAD DE MÉXICO. EN ESTA ÚLTIMA EL SUBSIDIO A LA ALIMENTACIÓN SE PROPORCIONABA EN FORMA DE BAJOS PRECIOS PARA LA MASA, TORTILLA, PAN BLANCO Y LECHE.

EN LAS ZONAS RURALES SU MAYOR ACTIVIDAD SE DIRIGIÓ A LA COMPRA DE PRODUCTOS BÁSICOS, ESPECIALMENTE MAÍZ Y TRIGO. A PESAR DE LA IMPORTANCIA DEL PRIMERO EN LA ES--

STRUCTURA SOCIOECONÓMICA DEL PAÍS, EL ORGANISMO PRIVILEGIÓ EN FORMA RELATIVA A LOS PRODUCTORES COMERCIALES DEL NOROESTE. EN EL CASO DE ESTE GRANO, LAS COMPRAS SE EFECTUARON EN GRAN MEDIDA EN LOS ESTADOS DE SONORA, SINALOA, BAJA CALIFORNIA NORTE Y SUR, DONDE CONASUPO COMPRÓ EL 97.5% DE LA COSECHA, SEGÚN CÁLCULOS DE LA PROPIA INSTITUCIÓN; SOLAMENTE EL GRANO RESERVADO PARA SEMILLAS NO PASABA POR CONASUPO.

CABE SEÑALAR TAMBIÉN QUE LOS MECANISMOS DE COMPRA DE TRIGO IMPLICABAN EL TRATO Y PREVIO ENTRE LA INSTITUCIÓN Y LAS UNIONES DE CRÉDITO AGRÍCOLA Y ASOCIACIONES DE PRODUCTORES CON LO QUE SE ASEGURABA QUE EL PRODUCTOR DIRECTO RECIBIERA REALMENTE EL PRECIO DE GARANTÍA. EN EL CASO DEL MAÍZ LA PROTECCIÓN CONSISTÍA EN UN MÁXIMO DE RECEPCIÓN DE 9 TONELADAS POR VENDEDOR Y HASTA 300 TONELADAS CUANDO LA BANCA OFICIAL AGROPECUARIA AVALABA QUE ERA DE UN PEQUEÑO PROPIETARIO. LA DIFERENCIA RESPECTO A LAS FACILIDADES CONCEDIDAS A LOS DOS TIPOS DE AGRICULTORES (EL QUE PRODUCE TRIGO EN ZONA DE RIEGO Y EL PRODUCTOR DE MAÍZ EN ZONAS DE TEMPORAL) CONDUCE A PENSAR QUE, EN EL CASO DEL ÚLTIMO, NO SE PODRÍA ASEGURAR QUE EL PRODUCTOR DIRECTO FUERA EL BENEFICIADO CON EL PRECIO DE GARANTÍA.

EL INTERÉS QUE MOVÍA A LA INSTITUCIÓN EN LAS COMPRAS DE LOS TRES PRINCIPALES PRODUCTOS MENCIONADOS PARECE TENER ORÍGENES MUY DISTINTOS. EN EL MAÍZ SE TRATABA DE ABASTECER EL CONSUMO DE LOS GRANDES CENTROS

URBANOS, SIN IMPORTAR MUCHO LA PROCEDENCIA DEL PRODUCTO, QUE SE LLEGÓ A IMPORTAR Y A COMPRAR EN LAS ZONAS DE RIEGO PARA ASEGURAR EL ABASTO Y COMBATIR EL ACAPARAMIENTO Y LA ESPECULACIÓN URBANA. UN INTERÉS SEMEJANTE SE -- OBSERVA EN EL CASO DEL FRIJOL. LA INTERVENCIÓN DE CONASUPO EN EL MERCADO DEL TRIGO PARECE, EN CAMBIO, REFOR-- ZAR LA AYUDA SISTEMÁTICAMENTE CANALIZADA A LOS PRODUCTO RES TRIGUEROS POR OTRAS INSTITUCIONES OFICIALES. ESTAS IMPULSARON LA PRODUCCIÓN COMERCIAL EN LAS ZONAS DE RIEGO MEDIANTE POLÍTICAS QUE AUMENTARON LA RENTABILIDAD FI NANCIERA DEL CULTIVO ENTRE LOS AGRICULTORES MÁS PRODUC TIVOS.

LA PREFERENCIA DE LA INSTITUCIÓN PARA APOYAR LA - AGRICULTURA COMERCIAL ESTÁ CONFIRMADA POR LOS DATOS SO BRE EL VOLUMEN DE SUS COMPRAS DE GRANOS. EN VEZ DE FOR TALECER SU INFRAESTRUCTURA EN LAS ZONAS CAMPESINAS PARA CUMPLIR CON SUS METAS PARA APOYAR ESTE GRUPO SOCIAL, - CONCENTRÓ SUS RECURSOS FINANCIEROS EN LAS REGIONES MÁS PRÓSPERAS DEL PAÍS. COMO CONSECUENCIA, SUS PROGRAMAS - PARA MAÍZ Y FRIJOL SE CUMPLÍAN TAN SÓLO EN UNA MÍNIMA - PARTE, QUE FLUCTUÓ ENTRE EL 3 Y EL 22 POR CIENTO PARA EL MAÍZ Y EL 1 Y EL 33 POR CIENTO PARA EL FRIJOL.

CONASUPO CONSIDERÓ ESTO RACIONAL Y CONVENIENTE, -- PUES SU INTERÉS ERA QUE EL PRODUCTOR LOGRARA VENDER SU PRODUCCIÓN AL MENOS A PRECIO DE GARANTÍA. POR ESTA RA ZÓN CUANDO EN EL MERCADO EXISTEN PRECIOS SUPERIORES LAS

ADQUISICIONES A PRECIOS DE GARANTÍA SE REDUCEN. VISTO POR EL OTRO LADO DE LA MONEDA, ESTO INDICA QUE, A LOS PRECIOS DE GARANTÍA FIJADOS, LOS VENDEDORES DE MAÍZ Y FRIJOL NO TENÍAN MUCHA NECESIDAD DE RECURRIR A CONASUPO, PUES EN EL MERCADO ENCONTRABAN PRECIOS SIMILARES. EL MERCADO DEL TRIGO OFRECE UN PUNTO DE COMPARACIÓN EN EL QUE CONASUPO ACTUABA VIRTUALMENTE COMO MONOPOLISTA Y EN EL QUE SUS COMPRAS LLEGABAN HASTA EL LÍMITE DE LA PRODUCCIÓN. SU INTERVENCIÓN CONTRIBUÍA A SOSTENER UN PRECIO PARA EL PRODUCTOR QUE SIN ELLA HABRÍA SIDO INFERIOR. ES DECIR, EN CUANTO A MAÍZ Y FRIJOL EL PAPEL DE CONASUPO SE GUIÓ POR LOS OBJETIVOS DE REGULACIÓN DEL MERCADO Y DE ASEGURAR EL ABASTO NACIONAL; EN EL CASO DEL TRIGO, FUE TAMBIÉN IMPORTANTE AUMENTAR LOS INGRESOS DEL PRODUCTOR AGRÍCOLA . ESTO PARECE SER EL SELLO DISINTINTIVO DE LA INTERVENCIÓN DE LA CONASUPO EN EL MERCADO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS DURANTE 1959-1964: PRIVILEGIAR LA AGRICULTURA COMERCIAL Y DE RIEGO, QUE SE ESTABA CONCENTRANDO EN LA ZONA NOROESTE DEL PAÍS.



## 1.2 CONASUPO EN DESARROLLO

EL 23 DE MARZO DE 1965 LA EMPRESA SE TRANSFORMA POR DECRETO PRESIDENCIAL EN ORGANISMO PÚBLICO DESCENTRALIZADO DEL GOBIERNO FEDERAL, MANTENIENDO EL MISMO NOMBRE. LA ESTRUCTURA QUE VENÍA EVOLUCIONANDO DESDE EL SEXENIO ANTERIOR SE CONSOLIDA Y LA EMPRESA ENFRENTA SUS LABORES CON LOS MISMOS INSTRUMENTOS CON QUE CONTABA ANTERIORMENTE. ENTRE ELLOS SE ENCUENTRAN FILIALES PARA LA REHIDRATACIÓN DE LECHE, LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS Y LA INDUSTRIALIZACIÓN DEL MAÍZ. EL PERÍODO 1965-1970 ES MÁS BIEN DE ESTABILIDAD Y MANTENIMIENTO DE LA POSICIÓN RELATIVA YA ALCANZADA. CIRCUNSTANCIAS NACIONALES IMPRIMIERON UN SELLO DIFERENTE A LA ACTIVIDAD REGULADORA. EL PERÍODO EMPEZÓ CON LA PRESENCIA DE GRANDES EXCEDENTES DE GRANOS BÁSICOS. COMO EN EL MERCADO INTERNACIONAL TAMBIÉN EXISTÍAN EXCEDENTES, SUS PRECIOS FUERON PERSISTENTEMENTE INFERIORES A LOS DE GARANTÍA NACIONALES. CONASUPO SE CONVIERTE, ENTONCES, EN EL ÚNICO MECANISMO EFICAZ PARA EVITAR LA CAÍDA DE LOS PRECIOS INTERNOS DEL PRODUCTOR, EXPORTANDO EXCEDENTES YA QUE "UN PAÍS QUE LUCHA POR INDUSTRIALIZARSE, NO PUEDE DAR SE EL LUJO DE MANTENER LLENAS SUS BODEGAS EN ESPERA DE ALGÚN ACONTECIMIENTO IMPREVISIBLE QUE REBASE LOS AMPLIOS MARGENES DE SEGURIDAD DE UNA AGRICULTURA PROGRAMADA A ESCALA NACIONAL" (CONASUPO, 1968, P. 54). SIN EMBARGO, EL PERÍODO DE EXPORTACIÓN DE EXCEDENTES FUE MUY BREVE: CULMINÓ EN-

1967 PARA DECLINAR RÁPIDAMENTE, AL GRADO QUE EN 1970 SE -- INICIARON CONSTANTES INCREMENTOS EN LA IMPORTACIÓN DE GRANOS.

LA DECLARACIÓN DE QUE EL PRECIO DE GARANTÍA DEL MAÍZ ES EL SALARIO DEL CAMPESINO, Y COMO TAL DEBE INCREMENTARSE DE ACUERDO A LOS AUMENTOS SALARIALES, FUE DESCARTADO EN LA PRÁCTICA. EN EL CASO DEL TRIGO, EL PRECIO PARA LOS PRINCIPALES ESTADOS PRODUCTORES EN 1965, SE REDUJO DE \$ 913.00 A \$ 840.00 LA TONELADA Y UN AÑO MÁS TARDE, A \$ 800.00. LA MEDIDA SE CALIFICÓ COMO UN PROCESO DE AJUSTE A LOS PRECIOS DEL MERCADO INTERNACIONAL Y BAJO LA CONSIDERACIÓN DE QUE -- LOS NOTABLES INCREMENTOS EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA ZONA -- COMPENSABAN DICHA REDUCCIÓN. COMO RESULTADO DE ESTOS CAMBIOS, DISMINUYÓ LA PARTICIPACIÓN DE LA COMPAÑÍA EN LA COSECHA NACIONAL DEL TRIGO.

EN 1970, CONASUPO CONSIDERA QUE :

HA CUMPLIDO SU ENCARGO, SOBRE TODO EN LO REFERENTE A LA PRODUCCIÓN Y MERCADO DEL TRIGO: EMPERO, A RESERVA DE UN ANÁLISIS MÁS CUIDADOSO, EN LO QUE TOCA AL MAÍZ BIEN POCO HEMOS AVANZADO, NO OBSTANTE SER ESTE GRANO EL PRODUCTO FUNDAMENTAL DE LA DIETA DE LOS MEXICANOS, INDICADOR DE LA SEGURIDAD COLECTIVA O INDIVIDUAL Y UN SATISFACTOR FEHACIENTE DE LAS DEMANDAS PRIMARIAS DE -- LOS GRANDES NÚCLEOS DE LA POBLACIÓN. SOBRE ESTE PRODUCTO HEMOS DESEMPEÑADO UNA RELACIÓN REGULADORA. SI

BIEN LOS PRECIOS DE GARANTÍA CONSTITUYEN UN INSTRUMENTO DE JUSTICIA SOCIAL QUE PERMITE UNA ACCIÓN ENCAMINADA A PROCURAR ALGUNA FORMA DE REDISTRIBUCIÓN DEL INGRESO ENTRE NUESTROS CAMPESINOS, DEBE VERSE COMO LA ESTRATEGIA FINAL DE UNA POLÍTICA AGRÍCOLA MÁS AMPLIA, QUE ATIENDA AL CAPÍTULO PROPIO DE LA ORGANIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES.<sup>1</sup>

A FIN DE CUENTAS, ENTRE 1965 Y 1970 EL SISTEMA DE PRECIOS DE GARANTÍA DEJÓ DE FUNCIONAR COMO UN ESTÍMULO PARA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA. AUNQUE ES ÚTIL PARA REGULAR EL SALARIO MÍNIMO URBANO, COLOCA A LOS CAMPESINOS AL BORDE DE UNA PROFUNDA CRISIS QUE SE HACE EVIDENTE EN EL SEXENIO 1970-1976. AL MISMO TIEMPO, ACELERA LOS CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA DEL AGROMEXICANO, INDUCIENDO MODIFICACIONES PROFUNDAS QUE ALIENTAN LA TRANSFORMACIÓN DE PARTE DEL AGRO EN UN EMPORIO CAPITALISTA ORIENTADO HACIA LA EXPORTACIÓN Y A MERCADOS INTERNOS PRIVILEGIADOS.

<sup>1</sup> INFORME CONASUPO 1970

### 1.3 LA TRANSFORMACION DE CONASUPO

A PARTIR DE 1971 ESTA INSTITUCIÓN INICIA UN VIRAJE DE GRAN IMPORTANCIA. EL CAMBIO SE REALIZA DENTRO DEL MODELO DE "DESARROLLO ESTABILIZADOR", QUE SE CONSIDERABA AGOTADO EN LOS MÁ S ALTOS NIVELES DE LA POLÍTICA PÚBLICA. LA CRISIS AGRÍCOLA NACIONAL ERA YA EVIDENTE; DE PAÍ S EXPORTADOR SE PASABA A DEPENDER DEL MERCADO EXTERNO PARA EL CONSUMO ALIMENTICIO DE LA POBLACIÓN. ESTO OCURRÍA EN MOMENTOS PARTICULARMENTE CRÍTICOS DE ESCASEZ, INESTABILIDAD Y ALTOS PRECIOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL. A LOS PROBLEMAS QUE ESTA IMPORTACIÓN GENERABA PARA LA YA DETERIORADA BALANZA DE PAGOS, SE AGREGABA EL HECHO DE QUE CONVERTÍA A LAS COMUNIDADES CAMPESINAS EN FUENTES DE INESTABILIDAD SOCIAL.

EL OBJETIVO PRIORITARIO DE CONASUPO PASÓ A SER RECONQUISTA DE LA AUTOSUFICIENCIA NACIONAL ALIMENTICIA. EL MARCO TEÓRICO EN QUE REALIZÓ SU ACTIVIDAD A PARTIR DE 1971, SEÑALÓ A LA ECONOMÍA CAMPESINA COMO UN HECHO SOCIO-ECONÓMICO DE NATURALEZA DISTINTA A LA AGRICULTURA CAPITALISTA. LOS ESTUDIOS QUE LA INSTITUCIÓN EFECTUÓ SOBRE EL TEMA, MOSTRARON COMO DETERMINANTE DE SU ATRASO AL TIPO DE RELACIONES ECONÓMICAS QUE SOSTENÍA DICHA ECONOMÍA CON EL RESTO DEL CONJUNTO SOCIAL, EN LAS QUE PERDÍA SUS EXCEDENTES ECONÓMICOS ACUMULABLES. COMO CONSECUENCIA, SE PLANTEÓ LA NECESIDAD DE LLEVAR LA INTERVENCIÓN REGULADORA AL NIVEL DE -

LA COMUNIDAD CAMPESINA Y EN CONTACTO DIRECTO CON EL PRODUCTOR EN UN ENFOQUE INTEGRAL QUE COMPRENDIERA LOS MECANISMOS A TRAVÉS DE LOS CUALES HABÍA ESTADO PERDIENDO SU EXCEDENTE.

EL PASO DE LA PRODUCCIÓN DE EXCEDENTES A UNA SITUACIÓN DEFICITARIA ORIENTÓ EL ESFUERZO REGULADOR A LOGRAR QUE LOS PRODUCTORES RECIBIERAN LOS PRECIOS DE GARANTÍA. DE TAL FORMA FUNDAMENTÓ CONASUPO SU ACCIÓN REGULADORA EN LA IMPORTACIÓN DE GRANOS Y DISMINUYÓ CONSIDERABLEMENTE EL VOLUMEN DE SUS COMPRAS INTERNAS. AUN ASÍ, LAS NUEVAS NORMAS DE OPERACIÓN Y LA AMPLIACIÓN DE SUS REDES COMERCIALES PERMITIERON QUE SUS COMPRAS DIRECTAS A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES SE INCREMENTARÁN CONSIDERABLEMENTE. ANTE LOS PROBLEMAS CAMPESINOS DE BAJOS PRECIOS PARA SUS PRODUCTOS, SALARIOS INFERIORES AL MÍNIMO LEGAL Y PRECIOS ELEVADOS PARA LOS BIENES Y SERVICIOS QUE ADQUIRÍAN, CONASUPO ORGANIZÓ PROGRAMAS PARA ATENDER SUS NECESIDADES BÁSICAS, COMPRARLES A PRECIOS DE GARANTÍA SUS COSECHAS, AGILIZAR LA COMERCIALIZACIÓN DE SUS PRODUCTOS NO AGRÍCOLAS, PROPORCIONARLES CRÉDITO Y SERVICIOS BÁSICOS (DESGRANADO, TRANSPORTE, COSTALERA, ALMACENAJE, ETC.) Y PROPICIAR EL EMPLEO PRODUCTIVO DE LOS INGRESOS ADICIONALES DEL CAMPESINO.

LA ACCIÓN REGULADORA DEL ESTADO DURANTE 1971-1976 DEBE EXAMINARSE EN ESTE NUEVO CONTEXTO. LA PRODUCCIÓN DE GRANOS BÁSICOS (MAÍZ, TRIGO, SORGO, ARROZ, CEBADA) FUE SE-

VERAMENTE DEFICITARIA EN EL PERÍODO CITADO Y EL APOYO A LA AGRICULTURA COMERCIAL NO RESULTABA SUFICIENTE PARA INDUCIR UNA RESPUESTA ADECUADA. LAS CONDICIONES INTERNAS Y EXTERNAS ERAN PARTICULARMENTE PROPICIAS PARA EL ACAPARAMIENTO, LA ESPECULACIÓN Y EL ALZA DESMEDIDA DE LOS PRECIOS. EN ESTAS CONDICIONES, CONASUPO DISMINUYÓ SU CAPTACIÓN DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE GRANOS BÁSICOS.

ESTA REDUCCIÓN SE PRESENTÓ A PESAR DE LOS AUMENTOS EN LOS PRECIOS DE GARANTÍA. DURANTE CASI UNA DÉCADA ÉSTOS NO SE INCREMENTARON. EN PARTICULAR, LLAMAN LA ATENCIÓN LOS CASOS DEL MAÍZ Y EL TRIGO. EL PRIMERO DEFINIDO COMO EL -- "SALARIO DEL CAMPESINO", QUEDÓ ESTANCADO DE 1963 A 1973, -- DETERIORÁNDOSE EN TÉRMINOS DE SU PODER DE COMPRA; LOS AUMENTOS DURANTE LOS PRIMEROS AÑOS DE OPERACIÓN DE CONASUPO-- RESPONDIERON DIRECTAMENTE A LOS INCREMENTOS EN EL SALARIO-- MÍNIMO URBANO. EL CASO DEL TRIGO, AUNQUE SIMILAR EN APA-- RIENCIA, DIFIERE EN CUANTO AFECTA A OTRO TIPO DE PRODUCTO-- RES QUE FUERON ESTIMULADOS POR OTRAS VÍAS: SEMILLAS MEJORA-- DAS, FERTILIZANTES, RIEGO, ETC.

EL AUMENTO RELATIVAMENTE ALTO DE LOS PRECIOS DE GARAN-- TÍA EN 1973 COLOCÓ A CONASUPO EN UNA POSICIÓN COMPETITIVA-- FRENTE A OTROS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN, QUE EN ALGUNAS OCASIONES LLEGARON A OFRECER PRECIOS NOTABLEMENTE SUPERIO-- RES. ESTA SITUACIÓN PROPICIABA EL ENSANCHAMIENTO DE LOS -- MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN QUE CONASUPO TRATABA DE CONTE

NER, RESPONDIENDO EN PARTICULAR A LAS NECESIDADES DE LAS COMUNIDADES RURALES. A LA VEZ, LOS PRECIOS DE LOS MERCADOS INTERNACIONALES SUPERIORES A LOS INTERNOS, COLOCARON AL ORGANISMO EN SITUACIÓN MONOPÓLICA PARA LA IMPORTACIÓN DE ABASTOS LO QUE SIGNIFICÓ ABSORBER LAS DIFERENCIAS DE PRECIOS. TALES DIFERENCIAS, EL "CONTRABANDO HORMIGA" DE LOS HABITANTES DEL SUR DE LOS ESTADOS UNIDOS Y EL OCULTAMIENTO DE LOS PRODUCTOS, PRESIONARON INTERNAMENTE AL ALZA. PARA CONTRARRESTAR ESA PRESIÓN, CONASUPO IMPORTÓ MÁS DE 10 MILLONES DE TONELADAS DE GRANOS BÁSICOS Y 14 MILLONES DE TONELADAS DE OLEAGINOSAS, GRASAS Y OTROS; DURANTE LA PRIMERA MITAD DE LOS SETENTA.

A LA VEZ, DISMINUYERON LAS COMPRAS NACIONALES DE GRANOS BÁSICOS. ELLO NO IMPLICÓ UNA REDUCCIÓN DE SU ACTIVIDAD REGULADORA DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL CONSUMO NACIONAL APARENTE. PERO, MIENTRAS SUS ADQUISICIONES DE MAÍZ NACIONAL SE REDUJERON DEL 13.4% EN 1970 AL 4.1% DE LA COSECHA TOTAL EN 1975, EN EL MISMO PERÍODO Y EN VIRTUD DE LAS IMPORTACIONES, LA DISTRIBUCIÓN TOTAL DE GRANO POR CONASUPO CON RELACIÓN AL CONSUMO NACIONAL SE ELEVÓ DEL 19.3 % AL 27.7 % . DESDE ESTE PUNTO DE VISTA, PODRÍA DECIRSE QUE EN ESTOS AÑOS CONASUPO ALCANZÓ EL GRADO MÁXIMO DE PROFUNDIDAD EN SU ACCIÓN REGULADORA.

UNO DE LOS FACTORES QUE PROPICIÓ UNA REDUCCIÓN EN LA PROPORCIÓN DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL ADQUIRIDA POR CONASU-

PO FUE EL AUMENTO EN EL AUTOCONSUMO. TRATÁNDOSE DEL MAÍZ, UNA PARTE IMPORTANTE DE LA PRODUCCIÓN (ALREDEDOR DEL 40%) SE DESTINABA AL AUTOCONSUMO. EN ESTAS CONDICIONES, EL DESCENSO DEL VOLUMEN TOTAL PRODUCIDO AFECTA EN PRIMER LUGAR, Y DE MANERA MÁS QUE PROPORCIONAL, A LA PARTE COMERCIALIZADA. ADICIONALMENTE, ES PROBABLE QUE, ANTE UNA COYUNTURA FAVORABLE, LOS PRODUCTORES CAMPESINOS AUMENTARAN SU CONSUMO FAMILIAR DE MAÍZ ANTES QUE VENDERLO; ESTA COYUNTURA FUE EN PARTE EFECTO DE LOS PROGRAMAS DE OBRAS PÚBLICAS QUE AMPLIARON LA COMUNICACIÓN EN ZONAS RURALES Y DE LOS AUMENTOS DE LOS PRECIOS RURALES DE MAÍZ Y FRIJOL.

CONASUPO NO PODÍA COMPETIR EN LA CARRERA ALCISTA PROVOCADA POR LA REDUCCIÓN DE LOS VOLÚMENES DE MAÍZ COMERCIALIZADO. SU ACCIÓN SE CENTRÓ EN UNA MAYOR PARTICIPACIÓN DIRECTA CON LOS PRODUCTORES, HACIENDO MÁS EFECTIVOS LOS PROGRAMAS DE COMPRA Y DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD. SE PRETENDÍA MAYOR EFICACIA DE LOS PRECIOS DE GARANTÍA COMO REGULADORES DEL MERCADO. LO MISMO OCURRÍA CON LOS OTROS PRODUCTOS CON QUE TRABAJABA. EN 1975 ADQUIRIÓ EL COMPLEJO PRIVADO MÁS IMPORTANTE PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN DE ACEITES, GRASAS COMESTIBLES Y OTROS DERIVADOS, PARA INTERVENIR DIRECTAMENTE EN EL MERCADO DE ELLOS.

EL PERÍODO DE 1971-1976 APARECE, EN CONSECUENCIA, COMO UN ESFUERZO POR PROFUNDIZAR EL IMPACTO DE LOS PROGRAMAS DE CONASUPO. SU ACCIÓN REGULADORA TRADICIONAL (BASADA EN-



LOS PRECIOS DE GARANTÍA Y EL CONTROL DEL COMERCIO EXTE-  
RIOR) NO RESULTÓ SUFICIENTE PARA ELLO. LA COMPLEMENTÓ CON  
PROGRAMAS DIRECTOS DE APOYO A LOS CAMPESINOS. TODO HACE -  
PENSAR QUE LOGRÓ CIERTO GRADO DE ÉXITO MIENTRAS MANTUVO --  
UNA PRESENCIA ACTIVA EN LAS COMUNIDADES CAMPESINAS.

#### 1.4. EL IMPACTO SOCIOECONOMICO DE CONASUPO

LA FILOSOFÍA DE CONASUPO CHOCÓ DIRECTAMENTE CON LA POLÍTICA ECONÓMICA DE LA NUEVA ADMINISTRACIÓN. PROMOVER EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA CAMPESINA RESULTABA UN PROPÓSITO ALEJADO DE LA META GLOBAL DE LA MODERNIZACIÓN DE LA ECONOMÍA Y LA RACIONALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN. EL NUEVO IMPULSO A LA PRODUCTIVIDAD Y LA INSERCIÓN DE LA ECONOMÍA MEXICANA EN LA INTERNACIONAL, IMPLICABA APROVECHAR LAS VENTAJAS COMPARATIVAS EN TODOS LOS SECTORES. PARECE EVIDENTE QUE ESTO SIGNIFICABA, EN CUANTO AL CAMPO DE ACCIÓN DE CONASUPO MAYOR DEPENDENCIA DEL COMERCIO EXTERIOR PARA ASEGURAR EL ABASTECIMIENTO DEL MERCADO INTERNO. AHORA LA ACCIÓN OFICIAL PARECE MÁS ORIENTADA HACIA EL CONTROL DE LOS PRECIOS Y LA REGULACIÓN DEL COMERCIO.

EN EL PERÍODO 1976-1980 LA INTERVENCIÓN DE CONASUPO EN LAS ADQUISICIONES NACIONALES SUFRIÓ ENORMES VARIACIONES. EN 1979 ALCANZA POR PRIMERA VEZ A COMPRAR EL 22.3 POR CIENTO DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE MAÍZ; SIN EMBARGO, UN AÑO DESPUÉS SE REDUCE SU PARTICIPACIÓN A MENOS DE LA TERCERA PARTE. NO OBSTANTE, TRATA DE EJERCER SU ACCIÓN REGULADORA CON LAS IMPORTACIONES. TAMBIÉN SE OBSERVA UNA RELATIVA DISMINUCIÓN EN SUS COMPRAS NACIONALES DE TRIGO; EN 1977 LLEGAN A REPRESENTAR EL PORCENTAJE MÁS BAJO EN TODA LA HISTORIA DE CONASUPO, VOLVIENDO EN 1980 A SU POSICIÓN TRADI--

CIONAL CUANDO CUBRE NUEVAMENTE MÁS DEL 40%.

NO OBSTANTE, SU FUNCIÓN SE HA ORIENTADO MÁS A LA IMPORTACIÓN DE GRANOS BÁSICOS QUE A REPRESENTAR UN ELEMENTO DINÁMICO PARA ESTIMULAR LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE LOS MISMOS.

BAJO ESTE CONTEXTO, A PRINCIPIOS DE 1980 SE ANUNCIA - EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO (SAM) QUE PLANTEA REORIENTAR (ENTRE OTROS ASPECTOS) LA ACCIÓN DE CONASUPO EN TRES DIRECCIONES: LA AGROPECUARIA, LA DE TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL Y LA DE DISTRIBUCIÓN. SE SEÑALA QUE CONASUPO, COMO INSTRUMENTO DE REGULACIÓN, "TIENE QUE COMPROMETERSE A INCENTIVAR LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS PARA EJECUTAR ACCIONES - CONCRETAS DE REGULACIÓN DE OFERTAS Y NO ACUDIR ÚNICAMENTE AL EXPEDIENTE DE LAS IMPORTACIONES",<sup>1</sup> Y ADEMAS TAMBIEN DEBERÁ PROPORCIONAR EL PAQUETE TECNOLÓGICO (SEMILLAS, AGROQUÍMICOS, SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN) A LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES CELEBRANDO CONTRATOS DE PRODUCCIÓN Y DE COMPRA.

A NIVEL DE TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL, LA INTERVENCIÓN DE CONASUPO NO CAMBIA SUSTANCIALMENTE. SE PREVÉ QUE AUMENTE SU PARTICIPACIÓN EN EL ABASTO DIRECTO A LA INDUSTRIA ALIMENTARIA. CON RELACIÓN A LA COMERCIALIZACIÓN SE PRETENDE:

ESTABLECER UN SISTEMA DE RESPONSABILIDADES PARTICIPATIVAS PARA LOS SECTORES PÚBLICO Y PRIVADO, EN LA COMPRA Y ABASTO DE MATERIAS PRIMAS PARA LA INDUSTRIA ALIMENTICIA... ASÍ COMO UN PROCESO PROGRESIVO QUE CON-

<sup>1</sup> INFORME S. A. M. 1980 P. 40

DUZCA A TRASLADAR LOS SUBSIDIOS DE LAS MATERIAS PRIMAS A LOS PRODUCTOS INTERMEDIOS Y FINALES... Y FINALMENTE, INTEGRAR LOS COMITES MIXTOS DE OPERACION PARA CADA UNA DE LAS RAMAS INDUSTRIALES, CUYOS PRODUCTOS SEAN REGULADOS EN EL MERCADO POR CONASUPO.<sup>1</sup>

EL PLAN NACIONAL DE ZONAS DEPRIMIDAS Y GRUPOS MARGINADOS SE INICIO EN 1976 INTEGRANDO CONVENIOS CON LAS DIFERENTES SECRETARÍAS DE ESTADO PARA IMPLEMENTAR PROGRAMAS DE ASISTENCIA SOCIAL, DE SUBSIDIOS AL CONSUMO, DE PRODUCCIÓN, DE DISTRIBUCIÓN, ETC.

CON ELLO BUSCABA INTEGRAR UN SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN EN LAS ZONAS PRODUCTORAS MARGINADAS, QUE POR MEDIO DE CENTROS DE DISTRIBUCION Y ALMACENES, GARANTIZARAN A PRECIOS ADECUADOS EL FLUJO DE PRODUCTOS SUFICIENTES PARA ESTAS ZONAS. SE SEÑALA EN ESTE CONVENIO QUE:

BASADO EN LA GARANTÍA DEL ABASTO Y EL TRANSPORTE, LA AUTOSUFICIENCIA FINANCIERA, LA PENETRACIÓN TERRITORIAL DE COPLAMAR, LA PARTICIPACION ORGANIZADA DE LA COMUNIDAD Y EL CONTROL DE CONASUPO, ES ABASTECER DE PRODUCTOS BASICOS A ESTAS ZONAS CUBRIENDO SUS NECESIDADES Y REGULANDO SU MERCADO.<sup>2</sup>

DE ESTA MANERA SE PRETENDEN ESTABLECER MECANISMOS MAS EFICIENTES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS BÁSICOS, QUE GARANTICEN SU APROVECHAMIENTO POR LOS CONSUMIDORES.

<sup>1</sup> INFORME S.A.M. 1980 P. 43

<sup>2</sup> INFORME S.A.M. 1980 P. 47

RES DE ESTAS ZONAS MARGINADAS, Y A LA VEZ, ASEGURAR LA PRODUCCIÓN DE LA FUERZA DE TRABAJO EN EL CAMPO.

ESTAS MEDIDAS PLANTEAN, EN EL MARCO DE ACCIÓN DE CONASUPO, ESTIMULAR LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA A FIN DE LIMITAR LAS IMPORTACIONES; Y POR OTRO LADO, NO SUBSIDIAR LOS INSUMOS SINO LOS PRODUCTOS INTERMEDIOS Y FINALES BÁSICOS COMO PARTE DE UNA POLÍTICA GLOBAL DE REDUCIR LOS PRECIOS AL CONSUMIDOR DE ESTOS BIENES. EN TALES CIRCUNSTANCIAS, SE OBSERVA LA REORIENTACIÓN Y REFORZAMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE CONASUPO EN LA REGULACIÓN DE LOS MERCADOS. SIN EMBARGO, ¿ QUIÉNES SERÁN LOS BENEFICIARIOS ? POR LO PRONTO, LOS EFECTOS MÁS INMEDIATOS LOS RECIBIRÁN LAS EMPRESAS PRIVADAS QUE VÍA SUBSIDIO A LOS PRODUCTOS FINALES SEGURAMENTE INCREMENTARÁN SUS YA ABUNDANTES GANANCIAS.

EN ESTE CONTEXTO, CONASUPO TIENE GRAN RELEVANCIA, PUES COMO EMPRESA ASEGURA EL PAPEL DEL ESTADO EN LA REPRODUCCIÓN DE LA FUERZA DE TRABAJO, AL PROPORCIONAR A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES MECANISMOS ESTABLECIDOS LOS PRODUCTOS NECESARIOS PARA REPRODUCIRLA COMO TAL. POR OTRO LADO, FAVORECE A LOS GRUPOS INDUSTRIALES QUE VELAN POR LA EXTENSIÓN DE LAS RELACIONES SOCIALES DE PRODUCCIÓN CAPITALISTA EN TODO EL PAÍS. AHORA CONASUPO TIENE UN NUEVO PAPEL COMO AGENTE IMPORTANTE EN EL AVANCE DEL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA Y EN PARTICULAR DEL COMPLEJO DE GRANOS.

## C A P I T U L O   I I

### EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO

- 2.1 CREACION DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO
- 2.2 LA CAPACITACION EN APOYO AL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO
- 2.3 INFORMACION Y PROMOCION DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO
- 2.4 CAMPAÑAS DE ORIENTACION NUTRICIONAL DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO

## 2.1 CREACION DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO

EN ÉPOCAS ANTERIORES, MÉXICO FUE UN PAÍS DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA SUFICIENTE AUNQUE, DEBIDO AL ACCESO DESIGUAL A LOS SATISFACTORES, GRAN PARTE DE LA POBLACIÓN SE ENCONTRABA DESNUTRIDA. POSTERIORMENTE, EL AUGE A LA INDUSTRIALIZACIÓN PLANTEÓ EL ENFOCAR LAS FUERZAS Y ENERGÍAS NECESARIAS A ESTE PROCESO, LO QUE TRAJÓ COMO CONSECUENCIA EL QUE SE DISTRAJERAN ÉSTAS DEL CAMPO Y SE DISMINUYERA LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA ENTRANDO EN UNA FASE FRANCAMENTE CRÍTICA.

EL GOBIERNO DIÓ AL PROBLEMA DE LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS Y DE NUTRICIÓN, LA PRIORIDAD QUE REQUIERE Y CONFORMÓ PARA ELLO LA ESTRATEGIA DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO PARA LOGRAR LA AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA Y ABATIR EL NIVEL DE DESNUTRICIÓN DE NUESTRA POBLACIÓN.

ESTA ALTERNATIVA DE RESPUESTA APUNTA QUE NO BASTA SÓLO CON INCREMENTAR LA PRODUCCIÓN; HAY QUE LOGRAR ERRADICAR LA DESNUTRICIÓN, PARA LO QUE ES NECESARIO INTERVENIR A LO LARGO DE LA CADENA ALIMENTARIA, A FIN NO SÓLO DE AUMENTAR LA PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD, SINO TAMBIÉN SANEAR LA COMERCIALIZACIÓN Y LA DISTRIBUCIÓN; PARTICIPAR EN LA TRANSFORMACIÓN AGROINDUSTRIAL PARA FINALMENTE AUMENTAR LA DISPONIBILIDAD DE ALIMENTOS BÁSICOS Y REORIENTAR LOS HÁBITOS DE CONSUMO.

EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO (SAM) ES UNA ESTRATE-

GIA CREADA EN EL PERÍODO PRESIDENCIAL 1976-1982, PARA ORDENAR, CONCERTAR Y ENCAUZAR LAS ACCIONES Y LOS RECURSOS GOBERNAMENTALES, SOCIALES Y PRIVADOS DESTINADOS A LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN, TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE ALIMENTOS.

LA ESTRATEGIA DEL SAM NO SE CIRCUNSCRIBE A UN SECTOR-ESPECÍFICO; POR EL CONTRARIO, SUS OBJETIVOS, METAS E INSTRUMENTOS DE ACCIÓN A CORTO Y LARGO PLAZO, INTEGRAN LAS ACCIONES DE TODOS LOS SECTORES RELACIONADOS CON LA ECONOMÍA-ALIMENTARIA. POR ESTA RAZÓN, SE INSCRIBE EN EL PLAN GLOBAL DE DESARROLLO QUE CONSTITUYE EL MARCO PARA INDUCIR ACCIONES, CONCERTAR COMPROMISOS INTERSECTORIALES Y POSIBILITAR ASÍ LA FUNDAMENTAL PRIORIDAD DE LOGRAR LA AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA DE NUESTRO PAÍS Y ABATIR EL NIVEL DE DESNUTRICIÓN.

EL SAM ENFOCA LOS PROBLEMAS DE LA ALIMENTACIÓN DESDE UNA PERSPECTIVA TOTALIZADORA Y PROPONE SOLUCIONES PARA CADA UNA DE LAS FASES DE LA CADENA ALIMENTARIA, DESDE LA PRODUCCIÓN HASTA EL CONSUMO.

EL SAM, COMO ESTRATEGIA BÁSICA PARA EL DESARROLLO NACIONAL FUE DISEÑADO PARA QUE:

- SE LOGRE LA AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA DE NUESTRO PAÍS, DEVOLVIENDO A MÉXICO LA CAPACIDAD DE PRODUCIR LOS ALIMENTOS QUE REQUIERE PARA SU POBLACIÓN.
- SE REDISTRIBUYA EL INGRESO LOGRANDO QUE LOS PRODUCTORES TEMPORALEROS RETENGAN SU EXCEDENTE PRODUCTIVO.



- SE ELEVE EL NIVEL NUTRICIONAL DE LA POBLACIÓN, PRINCIPALMENTE DE LOS SECTORES CON MÁS GRAVES DEFICIENCIAS NUTRICIONALES Y REORIENTANDO LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS. LOS BENEFICIOS DEL SAM RECAEN EN TODOS LOS MEXICANOS, DESDE LOS CAMPESINOS Y PESCADORES, QUIENES SE BENEFICIAN - AL AUMENTAR LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS MEJORANDO - ASÍ SUS INGRESOS Y EN CONSECUENCIA SU POSIBILIDAD DE ADQUIRIR LOS ALIMENTOS NECESARIOS, HASTA LLEGAR AL SENO DE LAS FAMILIAS DE LA POBLACIÓN EN GENERAL CON INFORMACIÓN QUE -- LES PERMITA MEJORAR SUS NIVELES NUTRICIONALES.

ES ASÍ COMO EL SAM ESTÁ DIRIGIDO A TODOS NOSOTROS LOS MEXICANOS, EN ESPECIAL A LOS QUE PADECEN ALGÚN GRADO DE -- DESNUTRICIÓN, ES DECIR, SU POBLACIÓN OBJETIVO Y DENTRO DE ESTE CONJUNTO A LA POBLACIÓN OBJETIVO PREFERENTE, LA CUAL SE LOCALIZA EN PEQUEÑOS POBLADOS RURALES Y EN LAS ZONAS -- MARGINADAS DE LAS GRANDES CIUDADES.

DENTRO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN, EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO ESTABLECIÓ POLÍTICAS ORIENTADAS A APOYAR LAS ACTIVIDADES AGRÍCOLAS, PRINCIPALMENTE EN LAS ZONAS TEMPORALES, LAS DE PESCA Y LAS DE GANADERÍA; ESTAS POLÍTICAS DE APOYO CUBREN ASPECTOS TECNOLÓGICOS, ECONÓMICOS Y DE PRE---CIOS GARANTÍA.

A TAL EFECTO, CONSIDERÓ NECESARIO ACTUAR EN LOS CANALES DE ABASTO Y LA POBLACIÓN OBJETIVO QUE VIVE EN ZONAS RURALES, CON EL FIN DE HACERLES LLEGAR A PRECIOS MÁS BAJOS - LOS INSUMOS COMO SON: FERTILIZANTES, PLAGICIDAS, ETC.; Y -

LOS PRODUCTOS QUE SE INCLUYEN EN LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE.

PARA CUMPLIR CON SUS OBJETIVOS, EL SAM PROPUSO DIRIGIR EL PROCESO DE AGROINDUSTRIALIZACIÓN FUNDAMENTALMENTE, A PARTIR DE LA PROMOCIÓN DE AGROINDUSTRIAS INTEGRADAS EN AQUELLOS SISTEMAS PRODUCTIVOS EN DONDE LA POBLACIÓN OBJETIVO ES A LA VEZ PRODUCTORA Y CONSUMIDORA.

EL SAM CONSIDERA NECESARIO ACTUAR EN LO REFERENTE A DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO, A TRAVÉS DE LOS CANALES DE ABASTO A LA POBLACIÓN OBJETIVO, CON EL OBJETO DE HACER LLEGAR LOS PRODUCTOS QUE SE INCLUYEN EN LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE, A PRECIOS MÁS BAJOS.

PARA ESE EFECTO, LA BODEGA PARCERA FUE DISEÑADA DE TAL MANERA QUE UNA SECCIÓN PUEDA UTILIZARSE PARA EXPENDER ALIMENTOS, CONVIERTIÉNDOSE EN BODEGA TIENDA, ADMINISTRADA Y MANEJADA POR LOS PROPIOS CAMPESINOS.

ADEMÁS ESTABLECIÓ ACCIONES CONCRETAS PARA DISTRIBUIR Y COMERCIALIZAR LOS ALIMENTOS BÁSICOS E INSUMOS PRODUCTIVOS, A TRAVÉS DE CANALES BIEN IDENTIFICADOS CON LA POBLACIÓN OBJETIVO COMO SON: EL PEQUEÑO COMERCIO RURAL, LOS MERCADOS PÚBLICOS, LOS TIANGUIS, LA DISTRIBUIDORA CONASUPO, LAS TIENDAS DEL ISSSTE Y OTROS.

## 2.2 LA CAPACITACION EN APOYO AL S.A.M.

LA ALIANZA ENTRE EL ESTADO Y LOS CAMPESINOS PROPUESTA POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, SÓLO ADQUIERE VIGENCIA AL CONSTITUIRSE LOS CAMPESINOS EN INTERLOCUTORES ORGANIZADOS, CON PLENO CONOCIMIENTO DE SUS DERECHOS Y OBLIGACIONES Y CON CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN FRENTE AL PROPIO SECTOR PÚBLICO Y OTROS SECTORES DE LA SOCIEDAD.

LA CAPACITACIÓN ES, EN ESTE SENTIDO, UN FACTOR BÁSICO DE APOYO AL DESARROLLO DEL SECTOR AGROPECUARIO Y FORESTAL, PUES PERMITE PROMOVER Y DESARROLLAR LOS CONOCIMIENTOS, CAPACIDADES Y DESTREZAS DE LOS PRODUCTORES RURALES, TANTO PARA AUMENTAR LA EFICIENCIA DE SU PROCESO PRODUCTIVO COMO PARA FORTALECER SU ORGANIZACIÓN.

LA EXPERIENCIA DEMUESTRA QUE LAS ACCIONES CAPACITADORAS DE MAYOR TRASCENDENCIA EN LA REALIDAD DE LOS PRODUCTORES, SON AQUELLAS QUE REUNEN LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS:

- A) SE INTEGRAN A LA PRÁCTICA DE PROCESO PRODUCTIVO, DANDO CABIDA A LA EXPERIENCIA CAMPESINA Y RECONOCIENDO A LOS PRODUCTORES COMO LOS PROTAGONISTAS QUE DEBEN CONTROLAR ESE PROCESO.
- B) INDUCEN MEJORAS TECNOLÓGICAS AL PROCESO PRODUCTIVO, SOBRE AQUELLAS PREMISAS.
- C) SE DESARROLLAN EN FORMA PERMANENTE, A CARGO DEL PERSONAL TÉCNICO DE LAS INSTITUCIONES QUE MANTIENEN UNA RE

LACION DIRECTA Y CONTÍNUA CON LOS NÚCLEOS RURALES.

EL S.A.M. RECOGE ESTA EXPERIENCIA EN SU ESTRATEGIA DE ORGANIZACIÓN Y CAPACITACIÓN DE LOS PRODUCTORES: LA CONDICIÓN PARA QUE FRUCTIFIQUE ES LA COORDINACIÓN DE LAS INSTITUCIONES QUE ACTÚAN EN LOS DIFERENTES NIVELES DE LA PLANEACIÓN, OPERACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA.

EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DE APOYO AL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO ES RESULTADO DEL TRABAJO CONJUNTO ENTRE EL INSTITUTO NACIONAL DE CAPACITACIÓN DEL SECTOR AGROPECUARIO, A.C., LA SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS, LOS CENTROS CONASUPO DE CAPACITACIÓN Y EL FIDEICOMISO DE ORGANIZACIÓN Y CAPACITACIÓN CAMPESINA.

CONSTITUYE UN PRIMER ESFUERZO DE INTEGRACIÓN INTERINSTITUCIONAL DE LOS DIVERSOS ORGANISMOS Y DEPENDENCIAS QUE PARTICIPAN EN EL SECTOR RURAL PARA ATENDER LAS NECESIDADES DE CAPACITACIÓN INHERENTES A LA EFICAZ OPERACIÓN DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO.

EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PROPUESTO, CONSIDERA COMO ÁMBITO DE TRABAJO A LOS DISTRITOS Y UNIDADES DE TEMPORAL Y COMO BENEFICIARIOS DIRECTOS A LOS PRODUCTORES RURALES Y A LOS TÉCNICOS DE LAS INSTITUCIONES OFICIALES QUE TRABAJAN EN DICHS DISTRITOS.

LA OPERACIÓN DEL PROGRAMA SE REALIZÓ EN TRES DISTRITOS DE TEMPORAL: PÁTZCUARO, MICH.; VALLES CENTRALES, OAX.; Y AUTLÁN, JAL. Y SE EXTENDIÓ A LOS OTROS SIETE DISTRITOS EN QUE SE PUSO EN OPERACIÓN EL RIESGO COMPARTIDO DESDE EL-

CICLO PRIMAVERA-VERANO 80-80. DE ACUERDO A LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE ESTA PRIMERA ETAPA, EL CURSO SE APLICÓ A TODOS LOS DISTRITOS DEL PAÍS.

LA ESTRUCTURA DEL PROGRAMA SE INTEGRA CON LOS TEMAS MÁS IMPORTANTES DE LA ESTRATEGIA DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, CON LAS PRÁCTICAS TECNOLÓGICAS RECOMENDADAS PARA LA PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL MAÍZ Y DEL FRIJOL Y CON LA ORGANIZACIÓN DE LOS DISTRITOS Y UNIDADES DE TEMPORAL; SUS OBJETIVOS GENERALES SON:

- LOGRAR LA COORDINACIÓN DE LAS ACCIONES Y RECURSOS UTILIZADOS EN LA CAPACITACIÓN DE LOS TÉCNICOS Y PRODUCTORES DE LAS DIFERENTES INSTITUCIONES OFICIALES, EN APOYO A LAS POLÍTICAS DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO.
- FACILITAR LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LAS ESTRATEGIAS Y PROGRAMAS DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, COMO APOYO A LA ORGANIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES RURALES.
- CONTRIBUIR CON LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL TÉCNICO DE LAS INSTITUCIONES OFICIALES Y DEL PRODUCTOR RURAL A LA MEJOR ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS DISTRITOS DE TEMPORAL.

LAS METAS PROPUESTAS DE ESTE PROGRAMA, DE CARÁCTER INFORMATIVO, COMPRENDIÓ MÁS DE 17,000 CURSOS, CON LOS CUALES SE PRETENDE CAPACITAR APROXIMADAMENTE A 13,000 TÉCNICOS Y 517,400 PRODUCTORES EN LOS 127 DISTRITOS DE TEMPORAL EN QUE SE DIVIDE EL PAÍS, SE PUDO CONCLUIR EN ABRIL DE 1981.

DE INMEDIATO SE INICIÓ EL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN --

PERMANENTE QUE TIENE COMO OBJETIVO DESTACADO , EL DE ORIENTAR LA OPERACIÓN INSTITUCIONAL HACIA LA ESTRATEGIA DEL --- S.A.M.

EN LA RELACIÓN ESTABLECIDA DE COORDINACIÓN Y APOYO EN TRE EL S.A.M. Y LA CONFEDERACIÓN NACIONAL CAMPESINA, SE -- CONTEMPLA LA REALIZACIÓN CONJUNTA DE CURSOS DE CAPACITA--- CIÓN A PRODUCTORES Y DIRIGENTES EN LOS TEMAS MÁS RELEVAN-- TES DEL S.A.M., CUYA REALIZACIÓN ESTARÍA TAMBIÉN A CARGO - DEL INCA-RURAL.

PARA APROVECHAR EL POTENCIAL PRODUCTIVO DE LAS AGROIN DUSTRIAS EXISTENTES, PARTICULARMENTE LAS DEL SECTOR SOCIAL ENTRE LAS CUALES SÓLO UNA PARTE MINORITARIA SON RENTABLES, ESTÁ PREVISTA LA REALIZACIÓN DE CURSOS DE CAPACITACIÓN PA RA TÉCNICOS Y FUNCIONARIOS DE ORGANISMOS PÚBLICOS VINCULA DOS A ESAS EMPRESAS. ADEMÁS DE IMPARTIR CAPACITACIÓN EN - ÁREAS TÉCNICAS, DE COMERCIALIZACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y FI-- NANCIAMIENTO, LOS CURSOS SE PROPONEN IMBUIR LA ESTRATEGIA- DE PROMOCIÓN AGROINDUSTRIAL DEL S.A.M.; LA ENTIDAD RESPON SABLE DE SU REALIZACIÓN ES LA COORDINACIÓN GENERAL DE DESA RROLLO AGROINDUSTRIAL DE LA SARH, EN COORDINACIÓN CON EL - S.A.M.

## 2.3 INFORMACION Y PROMOCION DEL S.A.M.

LOS INTERLOCUTORES DE ESTE PROGRAMA SON TAMBIÉN LOS PRODUCTORES DEL TEMPORAL Y LOS TÉCNICOS DE LAS INSTITUCIONES OFICIALES QUE TRABAJAN EN CONTACTO CON ELLOS Y UTILIZAN MEDIOS IMPRESOS, TELEVISIÓN Y RADIO.

LA LABOR INICIAL DE ACERCAMIENTO A LOS PRODUCTORES -- CONSISTIÓ EN UNA CAMPAÑA PROMOCIONAL DE RADIO QUE SE TRANSMITIÓ DESDE JULIO DE 1980 POR 296 RADIODIFUSORAS LOCALES. -- POR ESTE MEDIO SE LES INFORMÓ DE LA EXISTENCIA DEL S.A.M., DE SUS PROPÓSITOS Y MEDIDAS OPERATIVAS MÁS INMEDIATAS. LA EVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS PERMITE ASEGURAR QUE A TRAVÉS DE ESTA CAMPAÑA, LOS CAMPESINOS TUVIERON SU PRIMER CONOCIMIENTO SOBRE EL S.A.M. LA CUAL LOS MOTIVÓ A DEMANDAR INFORMACIÓN MÁS AMPLIA.

SIMULTÁNEAMENTE, FUE EDITADO UN FOLLETO EN EL QUE SE EXPLICA LA "ESTRATEGIA TEMPORAL DEL S.A.M. Y SU OPERACIÓN" DIRIGIDO PREFERENTEMENTE A LOS JEFES DE LOS 127 DISTRITOS DE TEMPORAL, EXTENSIONISTAS, PROMOTORES Y DEMÁS TÉCNICOS DE LA SARH.

SE EXPLICA EL CARÁCTER TOTALIZADOR DEL S.A.M. Y EL DOBLE PROPÓSITO DE ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD DE LOS PRODUCTORES PRIMARIOS Y SU INGRESO, PARA LO CUAL EL ESTADO SUBSIDIA LOS COSTOS DEL PAQUETE TECNOLÓGICO PROPUESTO Y COMPARTE LOS RIESGOS DE SU UTILIZACIÓN. SE DAN A CONOCER TAMBIÉN LAS MEDIDAS OPERATIVAS QUE SE APLICARÍAN DESDE EL CI-

CLO PRIMAVERA-VERANO DE 1980, ASÍ COMO LOS PRECIOS DE GARANTÍA PARA ESAS COSECHAS.

UNA SEGUNDA CAMPAÑA RADIOFÓNICA, DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES, SE DESARROLLÓ PARA PROPORCIONAR LA INFORMACIÓN CONVENIENTE EN LA FASE DE LA COSECHA DE MAÍZ Y FRIJOL. SE DIFUNDE POR LAS MISMAS ESTACIONES DE RADIO LOCALES QUE LA PRIMERA CAMPAÑA.

EN EL CONVENIO ANTES MENCIONADO, DE COORDINACIÓN Y APOYO ENTRE EL S.A.M. Y LA C.N.C., SE CONTEMPLA TAMBIÉN LA DEFINICIÓN DE UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN ENTRE EL ESTADO Y LOS CAMPESINOS QUE HAGA DE UNO Y OTROS VERDADEROS INTERLOCUTORES. EL PRINCIPIO DE REALIDAD EN LA COMUNICACIÓN ESTÁ GENERALMENTE AUSENTE ENTRE EL ESTADO Y CAMPESINOS, LOS PROPÓSITOS DE LA ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN-INGRESO REPRESENTAN LA BASE MATERIAL Y CONCRETA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE INTERESES, SOBRE LA CUAL SE DEBE CONSTITUIR LA MISMA IDENTIDAD EN LA COMUNICACIÓN.

DEBEN, PARA ELLO, IDENTIFICARSE LOS MEDIOS ADECUADOS DE ENLACE Y EL CONTENIDO APROPIADO DE LOS MENSAJES; PARA ATRAER A LOS PRODUCTORES A LA LECTURA DE INFORMACIÓN. FUE PRODUCIDA EN COLABORACIÓN CON LA SARH, UNA HISTORIETA QUE EXPLICA EN FORMA AMENA, EN UN MARCO HUMORÍSTICO, LOS PLANTEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE PRODUCCIÓN-INGRESO Y DE COMERCIALIZACIÓN DEL S.A.M. Y LA PARTICIPACIÓN REQUERIDA DE LOS CAMPESINOS ORGANIZADOS PARA LA CONSECUCCIÓN DE LAS METAS Y



OBJETIVOS PROPUESTOS. LA HISTORIETA -CON UNA PRESENTACIÓN SEMEJANTE A LAS COMERCIALES- FUE DISTRIBUIDA GRATUITAMENTE POR EL PRI (25,000 EJEMPLARES), POR LA PROPIA SARH (150000 EJEMPLARES) Y POR LA CONFEDERACIÓN NACIONAL CAMPESINA.

LA TELEVISIÓN ES UN MEDIO DE ENLACE IMPORTANTE PARA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN CON PRODUCTORES Y TÉCNICOS - DESDE QUE, EN SEPTIEMBRE DE 1981 LA TELEVISIÓN RURAL DE MÉXICO INSTALÓ OCHO NUEVOS TRANSMISORES DE ALTA POTENCIA - QUE LE PERMITEN LLEGAR A 10,261 POBLACIONES EN 16 ESTADOS- DE LA REPÚBLICA. HAY 2.4 MILLONES DE TELEHOGARES EN EL MEDIO RURAL, 40 POR CIENTO DE LOS CUALES RECIBEN LA SEÑAL DE TRM, CANAL 13 Y TELEVISIA TIENEN COBERTURA NACIONAL.

PARA APROVECHAR ESTE MEDIO, LA COORDINACIÓN GENERAL - DEL SISTEMA NACIONAL DE EVALUACIÓN Y DIRECCIÓN GENERAL DE RADIO, TELEVISIÓN Y CINEMATOGRAFÍA, DEBERÁN CONCERTAR UN - CONVENIO PARA QUE LOS PROGRAMAS QUE REALIZA LA PRODUCTORA- NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN, 25 HASTA JULIO DE 1981, HAGAN PROPIOS LOS MENSAJES DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DEL S.A.M., INCORPORÁNDOLOS A SUS TEMAS SIN DESDORO DEL CARÁCTER GENERAL DE CADA UNO DE ELLOS, SINO POR EL CONTRARIO, EN REFUERZO DE SUS PROPIOS OBJETIVOS.

UNA ESTRATEGIA SEMEJANTE SE LE PLANTEÓ A CANAL 13 E - INCLUSO A TELEVISIA, EN RELACIÓN CON LA ORIENTACIÓN NUTRI-- CIONAL QUE EL S.A.M. CONSIDERA BÁSICA PARA COADYUVAR A RE- VERTIR LA DISTORSIÓN EMPOBRECEDORA DE LOS HÁBITOS DE CONSU MO ALIMENTARIO DE LA POBLACIÓN OBJETIVO. PARA ELLO, EL ES

TADO DISPONE DE ORDENAMIENTOS LEGALES <sup>1</sup> PARA HACER QUE LOS CONCESIONARIOS PRIVADOS DE RADIO Y TELEVISIÓN COLABOREN A MEJORAR LA SALUD FÍSICA DE LA POBLACIÓN, SIGUIENDO INDICACIONES DE LAS AUTORIDADES COMPETENTES.

DE TODOS LOS PROGRAMAS QUE REALIZÓ PRONARTE, CUATRO - DE ELLOS DABAN CABIDA A INFORMACIÓN SISTEMÁTICA EN APOYO A LAS POLÍTICAS DE PRODUCCIÓN Y DE LA BUENA ALIMENTACIÓN DEL S.A.M. :

PANORAMA AGROPECUARIO, PRODUCIDO PARA LA DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS DE LA SARH, QUE SE DIFUNDIÓ POR TRM, CANAL 13 Y CANAL 2 DIARIAMENTE. SE DEDICÓ UN ESPACIO DIARIO QUE EL PÚBLICO IDENTIFICÓ COMO UNA FUENTE DE INFORMACIÓN OFICIAL ACERCA DEL S.A.M. Y SU DESARROLLO, A LA CUAL PUDO DIRIGIRSE POR CORRESPONDENCIA.

TV-CAPACITACIÓN, PRODUCIDO PARA LA SARH, CONASUPO Y BANRURAL, DIFUNDE LAS RECOMENDACIONES TECNOLÓGICAS ACORDES A LA ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN INGRESO DEL S.A.M.

A PRIMERA HORA, DE RTC, DARÍA CONSEJOS PRÁCTICOS PARA PROTECCIÓN DEL GASTO FAMILIAR ALIMENTARIO, DERIVADOS DEL PAQUETE DE EDUCACIÓN NUTRICIONAL BÁSICA DEL S.A.M.

LA SEMILLA DE LA VIDA, PRODUCIDO CON EL INSTITUTO NACIONAL DE LA NUTRICIÓN, CONTRIBUYÓ A REORIENTAR LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS DE LA POBLACIÓN A PARTIR DE INFORMACIÓN DERIVADA

<sup>1</sup> LOS ARTÍCULOS 68 DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN Y EL 248 DEL CÓDIGO SANITARIO ESTABLECEN QUE: "LAS DIFUSORAS, AL REALIZAR LA PUBLICIDAD DE BEBIDAS CUYA GRADUACIÓN ALCOHÓLICA EXCEDA LOS 20, DEBERÁN COMBINARLAS CON PROPAGANDA DE EDUCACIÓN HIGIÉNICA Y DE MEJORAMIENTO DE LA NUTRICIÓN POPULAR.

TAMBIÉN DEL PAQUETE DE EDUCACIÓN NUTRICIONAL BÁSICA DEL --  
S.A.M.

DE ENTRE LOS PROGRAMAS INFANTILES DE RTC, EL S.A.M. -  
PUDO VINCULARSE A CAMINITO, RECREO Y JUAN SIN MIEDO, PARA-  
DIVULGAR SU POLÍTICA NUTRICIONAL EN PARTICULAR, PERO TAM--  
BIÉN SUS PLANTEAMIENTOS MÁS GENERALES.

## 2.4 CAMPAÑAS DE ORIENTACION NUTRICIONAL DEL S.A.M.

LA ORIENTACIÓN NUTRICIONAL QUE DESARROLLÓ EL S.A.M. - SE INSCRIBE PLENAMENTE EN LAS DETERMINANTES DE LA SUBALIMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO: LA POBREZA, LA DISPONIBILIDAD DE ALIMENTOS Y LA DISTORSIÓN DE LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS, ENUNCIADOS POR ORDEN DE IMPORTANCIA.

SIN CREAR EXPECTATIVAS FALSAS DE CONSUMO, EL OBJETIVO GENERAL DE LA ORIENTACIÓN QUE SE DESARROLLÓ CONSISTE EN INDUCIR ENTRE LA POBLACIÓN OBJETIVO, LA ADOPTACIÓN DE MEJORES HÁBITOS ALIMENTICIOS EN BENEFICIO DE SU SALUD Y DE SU GASTO FAMILIAR.

LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS SON:

1. PROPORCIONAR A LA POBLACIÓN OBJETIVO INFORMACIÓN PRÁCTICA Y REALISTA QUE LE PERMITA LA DIVERSIFICACIÓN Y MEJORAMIENTO INMEDIATO DE SU DIETA ALIMENTICIA, CON EL MISMO GASTO FAMILIAR.
2. MOTIVAR A LA POBLACIÓN OBJETIVO PARA LA MODIFICACIÓN DE HÁBITOS DE CONSUMO QUE SIGNIFICAN GASTOS INNECESARIOS.
3. LOGRAR QUE LA POBLACIÓN OBJETIVO MEJORE LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS INDISPENSABLES PARA EL DESARROLLO NORMAL DEL NIÑO.
4. MOTIVAR A LA POBLACIÓN OBJETIVO A ADOPTAR HÁBITOS DE HIGIENE Y CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS EN BENEFICIO DE SU SALUD Y DE SU ECONOMÍA.

5. LOGRAR UNA MEJOR DISTRIBUCIÓN INTRAFAMILIAR DE LOS ALIMENTOS DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES ESPECÍFICAS DE LA FAMILIA.

PARA LA CONSECUENCIA DE ESTOS PROPÓSITOS, LA ESTRATEGIA DE ORIENTACIÓN NUTRICIONAL PARTE DE LAS GUÍAS PARA LA EDUCACIÓN NUTRIOLÓGICA INICIAL QUE ELABORÓ EL INSTITUTO NACIONAL DE LA NUTRICIÓN BAJO LOS AUSPICIOS DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO.

SE TRATA DE SIETE GUÍAS CUYOS TEMAS FUERON ELEGIDOS DESPUÉS DE SER ANALIZADOS LOS PROBLEMAS QUE AFECTAN MÁS DIRECTAMENTE LA NUTRICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO; LOS TEMAS GENÉRICOS DE LAS GUÍAS SON:

1. ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN: GRUPOS DE ALIMENTOS
2. CALIDAD DE LOS ALIMENTOS AUTÓCTONOS: CLAVE PARA MEJORAR COMESTIBLES LOCALES Y EXTRAREGIONALES PREPARANDO PLATILLOS COMBINADOS.
3. ALIMENTACIÓN DE LA MUJER EMBARAZADA Y LACTANTE.
4. ALIMENTACIÓN DEL NIÑO DE 0 A 8 MESES.
5. ALIMENTACIÓN DEL NIÑO DE LOS 8 MESES A LOS 5 AÑOS
6. LA ALIMENTACIÓN DEL NIÑO ENFERMO DE LOS 0 A 5 AÑOS.
7. HIGIENE, PREPARACIÓN Y CONSERVACIÓN DE ALIMENTOS.

ESTAS GUÍAS COMPRENDEN LAS RECOMENDACIONES CONCRETAS A COMUNICAR A LA POBLACIÓN OBJETIVO, COMUNICACIÓN QUE SI--

GUE UNA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN CONSISTENTE EN:

- A) CAMPAÑAS DE ORIENTACIÓN NUTRICIONAL BÁSICA POR RADIO- Y TELEVISIÓN.
- B) COORDINAR ACCIONES DE DIFUSIÓN CON LAS ENTIDADES FEDERALES QUE ACTUAN EN EL ÁMBITO DE LA ALIMENTACIÓN Y LA SALUD, TANTO EN MEDIOS MASIVOS COMO A TRAVÉS DE LOS - CANALES INSTITUCIONALES ESTABLECIDOS <sup>1</sup>.
- C) HACER USO DE LOS TIEMPOS FISCAL Y LEGAL DE QUE DISPO- NE EL ESTADO DE LAS RADIODIFUSORAS Y TELEVISORAS PRI- VADAS, ASÍ COMO DE LA PROGRAMACIÓN QUE REALIZA Y ---- TRANSMITE EL ESTADO A TRAVÉS DE SUS PROPIAS EMISORAS.
- D) CAMPAÑA DE ACCIÓN COMUNITARIA DIRECTA.

CAMPAÑAS DE ORIENTACION NUTRICIONAL BASICA POR RADIO Y TE- LEVISION:

LAS GUÍAS PARA LA EDUCACIÓN NUTRIOLÓGICA INICIAL HAN - SIDO TRADUCIDAS EN CUATRO CAMPAÑAS PARA RADIO Y TELEVISIÓN CON DURACIÓN DE TRES MESES SUCEIVOS CADA UNA.

PREVIAMENTE SE LANZÓ UNA CAMPAÑA DE PRESENTACIÓN, CON SISTENTE EN UNA CONFERENCIA DE PRENSA, ENTREVISTAS EN LOS- NOTICIEROS Y PROGRAMAS DE CORTE PERIODÍSTICO DE RADIO Y TE LEVISIÓN Y EN EL ENVÍO DE BOLETINES A LA PRENSA. ESTA CAM PAÑA ES DE CARÁCTER EXCLUSIVAMENTE NOTICIOSO-INFORMATIVO; -

I DEBERÁN CONCURRIR EN ESTE ESFUERZO COORDINADO LA SSA, EL IMSS, ISSSTE, Y DIF POR PARTE DEL SECTOR SALUD Y EL SIS- TEMA CONASUPO, COPLAMAR, DICONSA E IMPECSA POR PARTE DE- LA INFRAESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN-DISTRIBUCIÓN.

DEBERÁN EXPLICARSE A LA OPINIÓN PÚBLICA LAS PREMISAS Y AL-  
CANCES DE LA ORIENTACIÓN NUTRICIONAL QUE EMPRENDERÁ EL --  
S.A.M. POR LOS MEDIOS MASIVOS Y ACOTARSE EN LA ESTRATEGIA-  
TOTALIZADORA DE AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA DEL GOBIERNO -  
FEDERAL.

## C A P I T U L O    I I I

### ASPECTOS GENERALES DE LOS PRODUCTOS BASICOS

#### 3 .1.    PRODUCCION

##### 3.1.1    METAS NORMATIVAS DE PRODUCCION

#### 3 .2.    RESERVA

#### 3 .3.    EXPORTACION

- CUADRO ESTADISTICO 1977-1978

- CUADRO ESTADISTICO 1979-1980

- CUADRO ESTADISTICO 1981-1982

#### 3 .4.    IMPORTACION

- CUADRO ESTADISTICO 1977-1978

- CUADRO ESTADISTICO 1979-1980

- CUADRO ESTADISTICO 1981-1982

#### 3 .5.    ABASTECIMIENTO

#### 3 .6.    ALMACENAMIENTO

3.6.1    PROBLEMAS DE ALMACENAMIENTO DE  
          LOS PAISES EN DESARROLLO.

3.6.2    PREPARACION DE PRODUCTOS PARA  
          EL ALMACENAMIENTO

3.6.3    NUEVAS NECESIDADES PARA EL  
          ALMACENAMIENTO

3.6.4    DIFICULTADES EN LA PLANIFICA--  
          CION DEL ALMACENAMIENTO

#### 3 .7.    DISTRIBUCION

3.7.1    COSTOS DE ELABORACION Y DISTRI  
          BUCION.



**C A P I T U L O    I I I**

**( CONTINUACION )**

**3.8    CONSUMO**

**- CUADRO DE DIETA BASICA**

### 3.1 PRODUCCION

UNA VEZ DESARROLLADO EL ESFUERZO DE TRANSFORMAR DEFICIENCIAS ALIMENTARIAS EN METAS ESPECÍFICAS, SE PLANTEA CON MÁS PRECISIÓN LA NECESIDAD DE REVERTIR TENDENCIAS Y ENCAMINARSE HACIA LA AUTOSUFICIENCIA EN LA PRODUCCIÓN DE SUS -- PRINCIPALES COMPONENTES. ESTO ES POSIBLE PERO IMPLICA TAMBIÉN UN VIGOROSO IMPULSO:

SE HACE NECESARIO DAR UNA NUEVA RACIONALIDAD AL SECTOR AGROPECUARIO Y PESQUERO DENTRO DE LA ECONOMÍA NACIONAL TODA VEZ QUE EL SECTOR PRIMARIO YA NO CUMPLE SU VIEJA TAREA FUNCIONAL AL MODELO DE INDUSTRIALIZACIÓN POR SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES TRANSFIRIENDO BRAZOS Y DIVISAS.

AHORA SE LE DEBE REORIENTAR HACIA EL MERCADO INTERNO, LO QUE PRODUCIRÁ EL MAYOR NÚMERO DE EMPLEOS RURALES AL MENOR LAPSO Y COSTO POSIBLE Y LIBERARÁ ADEMÁS, UNA ENORME MASA DE DIVISAS, SUSTITUYENDO SUS PROPIAS IMPORTACIONES.

ES PUES, CONDICIÓN FUNDAMENTAL DE ESTA ESTRATEGIA, -- ROMPER EL CÍRCULO VICIOSO DE IMPORTAR PRODUCTOS AGRÍCOLAS -- PORQUE NO SE PRODUCEN LO SUFICIENTE... PERO QUE LUEGO YA -- NO SE PRODUCEN PRECISAMENTE PORQUE SE IMPORTAN. ESTO SUCEDE PARA EVITAR QUE SUBAN LOS PRECIOS INTERNOS, AUNQUE SUS COSTOS DE PRODUCCIÓN HAYAN AUMENTADO. ESTA DINÁMICA VA -- COMPRIMIENDO LA OFERTA INTERNA Y JUSTAMENTE PROPICIA COSTOS ELEVADOS, MEJOR EMPLEO Y DE NUEVO, MÁS IMPORTACIONES. -- EN ESTA SITUACIÓN ESTÁN MUCHOS PAÍSES EN DESARROLLO QUE --

HAN PASADO A SER DE EXPORTADORES A IMPORTADORES NETOS DE ALIMENTOS. SALIR DE ESTA TRAMPA SÓLO ES POSIBLE A PARTIR DE UNA AMBICIOSA POLÍTICA DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS.

EN NUESTRO PAÍS ESTO SE PUEDE HACER EFICIENTEMENTE, AL TENER IDENTIFICADOS SUFICIENTES RECURSOS HUMANOS, TECNOLÓGICOS Y NATURALES DE RIEGO Y, PRINCIPALMENTE, EN EL TEMPORAL PARA RESPONDER A LAS NECESIDADES DEFINIDAS. POR EL LADO DE LA PRODUCCIÓN Y APOYADOS EN PRECIOS ADECUADOS; SE DETERMINÓ QUE ES FACTIBLE LLEGAR A LA AUTOSUFICIENCIA DE MAÍZ Y FRIJOL PARA 1982 Y DAR PASOS FIRMES ABRIENDO SUPERFICIES AL CULTIVO, PARA ALCANZARLA EN LOS DEMÁS PRODUCTOS BÁSICOS DEFICITARIOS HACIA 1985. POR EL LADO DEL CONSUMO, UNA VEZ DELIMITADA LA BRECHA ALIMENTARIA, PODEMOS SUBSIDIAR E INDUCIR DIRECTA E INDIRECTAMENTE CONSUMO SUFICIENTE PARA LAS MAYORÍAS COMPRENDIDAS EN LA POBLACIÓN-OBJETIVO.

IMPULSAR COMO PRODUCTORES DE GRANOS BÁSICOS A LOS EMPOBRECIDOS CAMPESINOS EN LAS ZONAS DE TEMPORAL -QUE SON-- LOS QUE TIENEN EL MAYOR POTENCIAL DE ELEVAR SU PRODUCCIÓN, VÍA PRODUCTIVIDAD- Y SU PAPEL, SIMULTÁNEO, COMO SUS PRINCIPALES CONSUMIDORES NOS DA UNA CORRELACIÓN ESTRATÉGICA DE LA MAYOR IMPORTANCIA, PUES LA SUBALIMENTACIÓN ES ESENCIALMENTE UN PROBLEMA DE POBREZA CUYA MEJOR SOLUCIÓN ES LA --- REACTIVACIÓN PRODUCTIVA DE QUIENES LA PADECEN. A ESTE RESPECTO CABE TENER PRESENTE QUE EL 80% DE LOS PRODUCTORES ESTÁN EN CONDICIONES DEFINIDAS COMO DE SUBSISTENCIA.

ESTE IMPULSO DESATA UN VERDADERO PROCESO DE DESARROLLO RURAL Y PROPICIA A MODO DE CASCADA, INFINIDAD DE VENTAJAS CON EFECTOS MULTIPLICADORES, COMO SON: EMPLEO, AHORRO EN TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO, AUMENTO EN INVERSIÓN Y LA CAPITALIZACIÓN A NIVEL LOCAL, DISMINUCIÓN DE LOS GASTOS EN SALUD, AUMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD ESCOLAR, DESARROLLO REGIONAL (O ABATIMIENTO DE LOS COSTOS CRECIENTES DE URBANIZACIÓN), ENTRE OTROS.

CONCRETAMENTE, SE PLANTEA UN AUMENTO GENERALIZADO DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA Y PESQUERA PARA PRODUCIR EN EL PLAZO MÁS BREVE POSIBLE LOS ALIMENTOS MÁS IMPORTANTES Y -- PROCURAR QUE ESTE AUMENTO EN LA PRODUCCIÓN GENERE TAMBIÉN POR LA VÍA DEL EMPLEO AGRÍCOLA UNA MEJOR DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO ENTRE LOS CAMPESINOS. ESTO IRÁ GENERANDO CONDICIONES DE UN AUMENTO AUTOSOSTENIDO DE LA PRODUCCIÓN A LARGO PLAZO, UNA MEJOR UTILIZACIÓN DE LOS RECURSOS LOCALES Y ATENDERÁ SIMULTÁNEAMENTE, A LAS ZONAS MÁS CRÍTICAS EN NUTRICIÓN.

ES EN FUNCIÓN DE ESTA META, LA AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA, QUE SE REVITALIZARÁ LA ALIANZA ENTRE EL ESTADO, LOS CAMPESINOS Y LAS COMUNIDADES PESQUERAS, PUES IMPLICA UNA PARTICIPACIÓN DECIDIDA POR PARTE DE ÉSTE, SOBRE TODO EN TRES ESFERAS FUNDAMENTALES DE ACCIÓN:

PRIMERA, ASUMIENDO COMPARTIDA Y SOLIDARIAMENTE LOS RIESGOS INVOLUCRADOS EN LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS, TENIENDO DE ESTA MANERA A ABATIR ENTRE LOS PRODUCTORES UN --

CÁLCULO DE RIESGO E INCERTIDUMBRE QUE PROPICIA ESCASAS INVERSIONES, TIERRAS Y RECURSOS OCIOSOS SEGUNDA, SUBSIDIAR POR LA VÍA DE INSUMOS, INVESTIGACIÓN Y EXTENSIONISMO EL -- CAMBIO TECNOLÓGICO, A NIVEL DE PREDIO, LO QUE AUMENTARÁ RÁPIDAMENTE LA PRODUCTIVIDAD DEL FACTOR TIERRA, SIENDO ESTA VÍA SELECTIVA RELATIVAMENTE MÁS BARATA Y PROPICIADORA DE EMPLEO, LA MEJOR FORMA DE INDUCIR CRECIMIENTO AGROPECUARIO Y, TERCERA, APOYANDO DECIDIDAMENTE EL PROCESO DE ORGANIZACIÓN CAMPESINA, FOMENTANDO LA ALIANZA ENTRE EL ESTADO Y -- LAS ORGANIZACIONES CAMPESINAS EN TORNO A LA META DE LA AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA, CONDICIÓN NECESARIA PARA VIABILIZAR LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS. ÉSTA ORGANIZACIÓN DEBE FOMENTARSE EN SU EXPRESIÓN MULTIACTIVA, ASEGURAR UNA MAYOR RETENCIÓN DE VALOR AGREGADO POR PARTE DE LOS CAMPESINOS -- QUE DEBERÁN ASOCIARSE EN TORNO A SISTEMAS AGROINDUSTRIALES BÁSICOS, PROCURANDO UNA MAYOR INTEGRACIÓN EN CADA SISTEMA, CONDICIÓN NECESARIA PARA UNA MAYOR PRODUCTIVIDAD.

LA ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN DE BÁSICOS, SE CENTRA EN UN ESFUERZO SIN PRECEDENTE EN EL TEMPORAL AUNQUE NO SE AGOTA EN ÉL. ESTO ES ASÍ PORQUE AHÍ ESTÁ LA MAYOR PRODUCTIVIDAD NO SATISFECHA DE NUESTRA AGRICULTURA Y PORQUE CONOCEMOS EL POTENCIAL DE CRECIMIENTO DE ESTAS REGIONES, LOS GRADOS DE RIESGO Y LOS NIVELES TECNOLÓGICOS ACTUALES Y POTENCIALES PARA ALCANZAR SU CAPACIDAD, ESTIMADA EN 20 MILLONES DE TONELADAS DE MAÍZ, ESTO ES, MÁS DEL DOBLE QUE LA COSECHA TOTAL NACIONAL..

SE PLANTEA PUES COMO INDISPENSABLE REDOBLAR EL ESFUERZO DE APOYO A LOS DISTRITOS DE TEMPORAL QUE AFORTUNADAMENTE YA ESTAN DEFINIDOS Y ORGANIZADOS, A FIN DE QUE SE HABILITEN LO MÁS PRONTO POSIBLE PARA LA PRODUCCIÓN DE GRANOS BÁSICOS. SON ESTAS ÁREAS DONDE UN SUBSIDIO A LOS INSUMOS- (SOBRE TODO FERTILIZANTE) PROPICIANDO UN CAMBIO TECNOLÓGICO, AUNADO AL ABATIMIENTO DEL RIESGO PRODUCTIVO Y A UNA ORGANIZACIÓN CAMPESINA QUE PLANEE Y EJECUTE EL TRABAJO EN COMÚN, PODRÁ DARNOS LOS MEJORES RESULTADOS TANTO PRODUCTIVOS COMO REDISTRIBUTIVOS.

OTROS TRES ELEMENTOS INDISPENSABLES EN LA ESTRATEGIA-PRODUCTIVA DE ALIMENTOS BÁSICOS. UNO DE ELLOS ES LA APERTURA DE NUESTRA TODAVÍA CONSIDERABLE FRONTERA AGRÍCOLA; -- HAY QUE RECORDAR QUE LA APERTURA DE TIERRAS AL CULTIVO ES-- TODAVÍA UN MUY IMPORTANTE ELEMENTO DINAMIZADOR DE LA PRO--DUCCIÓN. SE HAN DETECTADO, PARA COMENZAR YA, ALREDEDOR DE TRES MILLONES DE HECTÁREAS DE EXCELENTES TIERRAS CON VOCA--CIÓN AGRÍCOLA, SOBRE TODO EN LAS PLANICIES COSTERAS DEL --GOLFO DE MÉXICO, Y EN OTRAS ZONAS QUE ESTÁN SIMPLEMENTE --OCIOSAS, OTRAS SUBUTILIZADAS POR GANADERÍA EXTENSIVA Y ALGUNAS SOLAMENTE ENMONTADAS.

OTRO ELEMENTO DE LA ESTRATEGIA ES LA RECONVERSIÓN DE--LA GANADERÍA A UN SISTEMA INTENSIVO, CON EL DOBLE PROPÓSITO DE LIBERAR TIERRAS PARA EL CULTIVO Y ELEVAR SU PRODUCTIVIDAD PARA ATENDER EFICIENTEMENTE LA DEMANDA DE CARNE Y LE

CHE QUE EL CRECIMIENTO DEL PAÍS HABRÁ DE PLANTEAR. AQUÍ - SE HACE IMPRESCINDIBLE UNA POLÍTICA QUE PROPICIE UNA MAYOR PRODUCTIVIDAD DEL HATO POR UNIDAD DE SUPERFICIE A TRAVÉS - DE LOS NUEVOS ÍNDICES DE AGOSTADERO Y QUE RESUELVAN, POR -- OTRA PARTE, EL PROBLEMA DE LA CONVERSIÓN DE GRANOS DE CONSUMO HUMANO EN FORRAJES. ESTO ÚLTIMO, NO SÓLO ES DESEABLE SINO POSIBLE A PARTIR DE INTRODUCIR FORRAJES VEGETALES ABUNDANTES EN NUESTRO PAÍS (COMO LA YUCA).

EL SECTOR PESQUERO TIENE UN PAPEL FUNDAMENTAL EN LA - ESTRATEGIA DE AUTOSUFICIENCIA EN ALIMENTOS BÁSICOS POR EL ALTO VALOR NUTRITIVO DEL PESCADO Y, SOBRE TODO, PORQUE SU PRECIO ES EL MÁS BAJO POR GRAMO DE PROTEÍNA ENTRE LOS ALIMENTOS DE ORIGEN ANIMAL. SIN DUDA, EL FOMENTO A LA PESCA- Y LA ACUACULTURA CAMPESINA SON LA MEJOR INVERSIÓN NUTRICIO-  
NAL QUE EL PAÍS PUEDE HACER, SATISFACIENDO UN ENORME POTENCIAL DISPONIBLE.

LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE CONSIDERA QUE EL CONSUMO DE PESCADO ENTRE LA POBLACIÓN DEBERÁ ELEVARSE DE LOS ACTUALES 16 GRAMOS DIARIOS POR PERSONA A ALREDEDOR DE 30 GRAMOS POR PERSONA. EN PRODUCCIÓN, ELLO SIGNIFICA UN MÍNIMO DE 850,000 TONELADAS TOTALES POR AÑO DE SARDINA, ANCHOVETA, TIBURÓN, CAZÓN, CALAMAR Y ESPECIES DE ESCAMA EN SU REPRESENTACIÓN PARA CONSUMO FINAL.

EL PLAN DE PESCA PARA EL TRIENIO 1980-82 PREVIÓ LA AMPLIACIÓN DE LA FLOTA PESQUERA -EN 1,500 EMBARCACIONES MAYO

RES Y 7,200 UNIDADES MENORES- EL FOMENTO A LA PESCA RIBEREÑA Y EN AGUAS INTERIORES, E IMPORTANTES ACCIONES PARA REORIENTAR LA ACTIVIDAD PESQUERA PRECISAMENTE HACIA LA CAPTURA DE ESPECIES DE BAJA DENSIDAD ECONÓMICA. ES INDISPENSABLE EVITAR QUE LA SARDINA Y LA ANCHOVETA SE MAL APROVECHEN COMO MATERIA PRIMA DE ALIMENTO PARA ANIMALES, PUDIENDO UTILIZAR PARA ELLO LA FAUNA DE ACOMPAÑAMIENTO DEL CAMARÓN, -- ASÍ COMO LA DE ARRASTRE.

PARA AUMENTAR LA DISPONIBILIDAD DE ESPECIES DE ESCAMA, ES DE LA MAYOR IMPORTANCIA FOMENTAR LA ACUACULTURA, LA -- CUAL PUEDE DESARROLLARSE EN LAS ZONAS RURALES EMPOBRECIDAS DEL PAÍS COMO COMPLEMENTO A SU ACTIVIDAD AGRÍCOLA. EN LA ISLA DE JAVA, DONDE SE HA DESARROLLADO LA ACUACULTURA EN -- LOS SEMBRADÍOS DE ARROZ, CON UNA SUPERFICIE SIMILAR A LA -- DE NUESTRA PENÍNSULA DE BAJA CALIFORNIA, ÉSTA PROVEE DE -- PESCADO A 100 MILLONES DE PERSONAS Y COMPLEMENTA EL INGRESO DE LOS CAMPESINOS. LOS PRECIOS DE GARANTÍA JUEGAN UN -- IMPORTANTE PAPEL DE ESTÍMULO SOBRE TODO EN EL CORTO PLAZO.

PARA EL ANÁLISIS Y LOS EFECTOS DE LA POLÍTICA DE PRECIOS DE GARANTÍA SE REALIZÓ UNA INVESTIGACIÓN EN COLABORACIÓN CON LAS SECRETARÍAS DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO Y -- LA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS. SE TIENE UN MODELO DE PROGRAMACIÓN SECTORIAL QUE PERMITE ANALIZAR EL --- EFECTO QUE LA POLÍTICA DE PRECIOS DE GARANTÍA Y DE SUBSIDIOS A LOS INSUMOS TIENE SOBRE DIFERENTES VARIABLES: PRO--- DUCCIÓN, EMPLEO, INGRESOS Y DEMANDA DE INSUMOS.



EN BASE A LAS INVESTIGACIONES REALIZADAS Y A LOS RESULTADOS DEL MODELO SE PUEDE PROPONER TODO UN CONJUNTO DE PRECIOS DE GARANTÍA QUE CONTRIBUYA A ALCANZAR LAS METAS PRODUCTIVAS ESTABLECIDAS EN CONSONANCIA CON LOS REQUERIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN.

LAS OPCIONES PARA INCIDIR EN LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA DEL CICLO PRIMAVERA-VERANO SE REDUCEN POR LA INELASTICIDAD DE LOS RECURSOS EN EL CORTO PLAZO. SIN EMBARGO, LOS PRECIOS DE GARANTÍA, ANUNCIADOS CON SUFICIENTE ANTICIPACIÓN, PUEDEN SER UN IMPORTANTE INSTRUMENTO DE APOYO EN EL CORTO PLAZO, PUDIENDO INFLUIR EN LA ESTRUCTURA DE CULTIVOS (FAVORECIENDO AL MAÍZ Y AL FRIJOL).

LA JUSTIFICACIÓN DE UN AUMENTO DE LOS PRECIOS DE GARANTÍA DE LOS ALIMENTOS BÁSICOS, SE DEBE A LA NECESIDAD DE PRODUCIR MÁS, Y A QUE SE CULTIVAN PRIMORDIALMENTE EN ÁREAS DE TEMPORAL POR CAMPESINOS. ÉSTOS PRODUCTORES HAN VISTO REDUCIDOS SUS INGRESOS DEBIDO A QUE LOS PRECIOS REALES DE GARANTÍA HAN DISMINUÍDO UN PROMEDIO DE 34.4% DESDE 1960, AL TIEMPO QUE SUS COSTOS DE PRODUCCIÓN HAN AUMENTADO. SI SE CONSIDERA DENTRO DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN AL VALOR DE LA MANO DE OBRA FAMILIAR, LA RENTA DE LA TIERRA Y LA DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS, PODEMOS CONSTATAR QUE UN GRAN PORCENTAJE DE LOS PRODUCTORES DE MAÍZ OPERAN REALMENTE CON PÉRDIDAS.

A MENUDO UN INCREMENTO EN LOS PRECIOS DE GARANTÍA DE-

LOS PRODUCTOS BÁSICOS TIENE EFECTOS NEGATIVOS PARA LOS GRUPOS URBANOS DE MÁS BAJOS INGRESOS, PARA LOS CAMPESINOS QUE NO PRODUCEN LO SUFICIENTE PARA SATISFACER SU CONSUMO Y PARA LOS JORNALEROS AGRÍCOLAS. POR LO ANTERIOR, UN INCREMENTO EN LOS PRECIOS DE GARANTÍA DEBE SER COMPLEMENTADO CON OTRAS POLÍTICAS QUE MINIMICEN ESTE EFECTO NEGATIVO. ESTAS POLÍTICAS DEBERÁN SER: SUBSIDIOS AL CONSUMO Y UNA AMPLIA--RED DE DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS SUBSIDIADOS. LOS SUBSIDIOS PUEDEN SER SELECTIVOS PARA DIFERENTES SECTORES DE LA POBLACIÓN Y LA RED DE DISTRIBUCIÓN PUEDE EXTENDERSE A PARTIR DEL SISTEMA COPLAMAR-DICONSA.

DEBE SEÑALARSE QUE LA POLÍTICA DE PRECIOS DE GARANTÍA ES UNA POLÍTICA DE CORTO PLAZO, LA CUAL BENEFICIA PRINCIPALMENTE A LOS PRODUCTORES QUE TIENEN CAPACIDAD DE RESPONDER RÁPIDAMENTE A ESTOS ESTÍMULOS Y QUE PUEDEN REALIZAR EL PRECIO DE GARANTÍA. ES POR ELLO QUE CONTEMPLAMOS UNA ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN A MÁS LARGO PLAZO QUE DEBE CONTEMPLAR COMO ELEMENTO PRINCIPAL EL AUMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD DEL FACTOR TIERRA. PARA INDUCIR EL CAMBIO TECNOLÓGICO Y AUMENTAR LA PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD EN EL LARGO PLAZO, UNA POLÍTICA DE SUBSIDIOS A LA PRODUCCIÓN ES MÁS EFECTIVA--Y ADEMÁS TIENE LA VENTAJA DE SER SELECTIVA (TANTO PARA PRODUCTORES COMO PARA PRODUCTOS), PERMITIENDO APOYAR A LOS PRODUCTORES DE MENOS RECURSOS, LO CUAL IMPLICA UNA REDISTRIBUCIÓN DEL INGRESO. LA POLÍTICA DE SUBSIDIO A LOS INSUMOS REQUIERE DE UN PLAZO MAYOR PARA DAR RESULTADO; DEBE --

INICIARSE DE INMEDIATO Y EN CONJUNCIÓN CON LA POLÍTICA DE PRECIOS PARA SENTAR LAS BASES DE UN DESARROLLO CONTINUO Y SOSTENIDO DE LA PRODUCCIÓN.

### 3.1.1. METAS NORMATIVAS DE PRODUCCION

DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS ALIMENTARIOS NACIONALES QUE PLANTEA LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE (CBR) (MAÍZ, FRIJOL, ARROZ, TRIGO, SOYA, CÁRTAMO, AJONJOLÍ Y SORGO), SE DERIVA QUE EN LOS PRÓXIMOS AÑOS EL PAÍS PRETENDERÁ MANTENER LA ACTUAL TENDENCIA DE CRECIMIENTO EN LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA.

EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO DESARROLLÓ, COMO PRINCIPIO NORMATIVO, UN PLANTEAMIENTO EN EL QUE SE ESTIMA LOGRAR LA AUTOSUFICIENCIA EN ESTOS PRODUCTOS. PARA ELLO PONDERÓ SU ORDEN DE IMPORTANCIA PARA ESTABLECER, DADAS CIERTAS RESTRICCIONES PRODUCTIVAS Y DE RECURSOS, EN LAS CUALES EL PAÍS PUEDE REALIZAR UN ESFUERZO SUSTANCIAL PERO REALISTA EN EL CORTO PLAZO (1982) O BIEN EN EL MEDIANO PLAZO (1985). EN TAL SENTIDO SE ESTABLECIERON LAS METAS DE AUTOSUFICIENCIA PARA MAÍZ Y FRIJOL A 1982 Y PARA LOS RESTANTES EN 1985.

UNA IDEA DEL ESFUERZO DE PRODUCCIÓN QUE SE REQUIERE, LO DAN LOS VOLÚMENES QUE ALCANZARÁN LOS DÉFICITS DE ESTOS PRODUCTOS, DE MANTENERSE LA TENDENCIA HISTÓRICA DE PRODUCCIÓN:

|        |                                 |
|--------|---------------------------------|
| 1982:  | 2,441,000 TONELADAS DE MAÍZ     |
|        | 317,000 TONELADAS DE FRIJOL     |
| 1985*: | 370,000 TONELADAS DE ARROZ      |
|        | 889,000 TONELADAS DE TRIGO      |
|        | 42,000 TONELADAS DE SOYA        |
|        | 18,000 TONELADAS DE AJONJOLÍ Y, |
|        | 226,000 TONELADAS DE SORGO      |

PARA LOGRAR LA AUTOSUFICIENCIA EN MAÍZ Y FRIJOL A 1982 Y - EN EL RESTO A 1985, SE DEBERÁN ALCANZAR LOS SIGUIENTES VOLÚMENES DE PRODUCCIÓN:

- \* SUPONIENDO QUE SE ALCANCE LA AUTOSUFICIENCIA PARA MAÍZ Y FRIJOL EN 1982.

**METAS NORMATIVAS DE PRODUCCION**  
(EN MILES DE TONS.)

| CULTIVO  | AÑOS.   |        |
|----------|---------|--------|
|          | 1982    | 1985   |
| MAÍZ     | 13,050  | 14,950 |
| FRIJOL   | 1,492   | 1,640  |
| ARROZ    | - - - - | 1,133  |
| TRIGO    | - - - - | 4,606  |
| AJONJOLÍ | - - - - | 159    |
| CÁRTAMO  | - - - - | 666    |
| SOYA     | - - - - | 1,000  |
| SORGO    | - - - - | 5,186  |

FUENTE: ELABORADO POR LA OFICINA DE ASESORES DEL C. PRESIDENTE Y EL CENTRO DE INVESTIGACIONES PARA EL DESARROLLO RURAL.

LAS METAS DE PRODUCCIÓN PLANTEADAS PUEDEN LOGRARSE CON DISTINTAS COMBINACIONES EN CADA UNO DE SUS COMPONENTES EN TÉRMINOS DE:

- SUPERFICIE DE RIEGO Y TEMPORAL (MARGEN EXTENSIVO)
- RENDIMIENTOS DE RIEGO Y TEMPORAL (MARGEN INTENSIVO)

COMO ELEMENTO INDICADO SE ELABORARON ESTIMACIONES DE ESTAS VARIABLES PARA CADA CULTIVO, LAS QUE PERMITIERON DETERMINAR QUE EL LOGRO DE LAS METAS PARA LOS MISMOS PUEDE ALCANZARSE SI LA SUPERFICIE CULTIVADA A 1982 ES DEL ORDEN DE LOS 13,858,000 HECTÁREAS TOTALES DE LAS CUALES - - - -- 3,574,000 HECTÁREAS SERÍAN DE RIEGO Y 10,284,000 HECTÁREAS DE TEMPORAL.

ESTAS SUPERFICIES REPRESENTAN, CON RESPECTO AL PROMEDIO CULTIVADO EN LOS AÑOS 1976, 77 Y 1978, UN INCREMENTO TOTAL DE 1,698,000 HECTÁREAS DE LAS CUALES 410,000 SERÍAN DE RIEGO Y 1,288,000 DE TEMPORAL. ESTOS AUMENTOS REPRESENTAN UNA TASA ANUAL DE CRECIMIENTO DEL 2.6%, 2.5% Y 2.7% RESPECTIVAMENTE. PARA 1985 LA SUPERFICIE DEDICADA A ESTOS CULTIVOS TOTALIZARÍA UN AUMENTO CON RESPECTO A LO PROYECTADO PARA 1982 DE 959,000 HECTÁREAS TOTALES. 454,000 DE RIEGO Y 505,000 DE TEMPORAL, REPRESENTANDO UNA TASA ANUAL DE-

INCREMENTO ENTRE 1982 Y 1985 DEL 2.3%, 4.0% Y 1.6% RESPECTIVAMENTE.

ESTOS INCREMENTOS EN LAS SUPERFICIES QUE SON FACTIBLES DE LOGRAR EN LOS PLAZOS ESTABLECIDOS, ESTÁN ASOCIADOS A INCREMENTOS EN LOS RENDIMIENTOS EN LAS ÁREAS DE RIEGO Y TEMPORAL DE CADA CULTIVO CONSIDERADA.

ALCANZAR LA PRODUCCIÓN PROPUESTA PARA LOS DOS CULTIVOS BÁSICOS DE DIETA NACIONAL IMPLICA, EN EL CONTEXTO DE LA ESTRATEGIA DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, UN CONSTANTE Y SOSTENIDO ESFUERZO EN LA ELABORACIÓN Y EL DESARROLLO DE LAS SUPERFICIES CULTIVADAS Y LA PRODUCTIVIDAD.

### 3.2 RESERVA

LA CREACIÓN DE UNA RESERVA DE ALIMENTOS ALUDE A LA NECESIDAD DE PROSEGUIR LA ACCIÓN NACIONAL CON MIRAS A ALCANZAR LOS CUATRO SIGUIENTES OBJETIVOS PRINCIPALES:

ELEVAR EL BAJO NIVEL DE PRODUCCIÓN Y DE CONSUMO DE ALIMENTOS, Y COMBATIR LA DESNUTRICIÓN CRÓNICA;  
ALIVIAR EL HAMBRE Y OTRAS SITUACIONES CRÍTICAS;  
CONTRARRESTAR LAS EXCESIVAS FLUCTUACIONES DE PRECIOS;  
PROMOVER LA COLOCACIÓN RACIONAL DE LOS EXCEDENTES AGRÍCOLAS OCASIONALES.

EL INTENTAR UNA RELACIÓN DE LO QUE SE HA HECHO Y DE LO QUE SE ESTÁ HACIENDO PARA COMBATIR LA DESNUTRICIÓN CRÓNICA Y PARA PROMOVER EL DESARROLLO ECONÓMICO LLENARÍA LAS PÁGINAS DE UN INFORME MUY EXTENSO.

AUNQUE ES MUCHO LO QUE SE HA HECHO Y SE ESTÁ HACIENDO PARA PROMOVER EL DESARROLLO ECONÓMICO, NO ES MENOS CIERTO EL HECHO MÁS IMPORTANTE DE QUE SERÁ NECESARIO HACER MUCHO MÁS SI SE QUIERE GANAR LA LUCHA CONTRA LA POBREZA Y LA DESNUTRICIÓN.

SIN EMBARGO, NO ES POSIBLE ELIMINAR EL PROBLEMA DE LA DESNUTRICIÓN CRÓNICA MEDIANTE LA CREACIÓN DE UNA RESERVA DE ALIMENTOS QUE SE FINANCIE SIN PÉRDIDAS Y QUE ACTÚE A LA VEZ COMO UN FONDO DE RESERVAS REGULADOR.

LAS PRINCIPALES RAZONES DE ELLO SON LAS SIGUIENTES:

LA DESNUTRICIÓN ES UN PROBLEMA CRÓNICO.

SU CAUSA PRINCIPAL ES LA FALTA DE PODER ADQUISITIVO - EN LOS CONSUMIDORES. SI SE UTILIZASE LA RESERVA DE - ALIMENTOS PARA LUCHAR CONTRA LA DESNUTRICIÓN CRÓNICA, LA MISMA TENDRÍA QUE APLICAR EN FORMA ININTERRUMPIDA, UN RÉGIMEN DE SUBSIDIOS A LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMEN--TOS A LOS CONSUMIDORES POBRES, Y SUS RECURSOS SE AGO--TARÍAN AL CABO DE UN CORTO PERÍODO DE TIEMPO, A MENOS QUE (A) SE REPUSIESEN CONSTANTEMENTE LAS EXISTENCIAS-- DE LAS RESERVAS CON DONACIONES EN DINERO O EN ESPE---CIE, O (B) SE PUDIESEN PAGAR, AL MENOS EN PARTE, LOS-- ALIMENTOS UTILIZADOS PARA COMPLEMENTAR DEFICIENCIAS - CRÓNICAS CON FONDOS PROCEDENTES DE PROGRAMAS ADICIONA-- LES DE DESARROLLO.

COMO SE VE, LA UTILIZACIÓN DE ALIMENTOS PARA COMBATIR LA DESNUTRICIÓN CRÓNICA REQUIERE LA APLICACIÓN DE MÉTODOS, LOS CUALES SON CASI COMPLETAMENTE DIFERENTES A LOS TIPOS - DE OPERACIONES QUE TENDRÍA QUE REALIZAR UNA RESERVA DE ALI-- MENTOS PARA ESTABILIZAR LOS PRECIOS Y SON, EN GRAN PARTE, - INCOMPATIBLES CON ELLOS. PARA ESTABILIZAR LOS PRECIOS ES-- NECESARIO COMPRAR Y VENDER LOS ALIMENTOS AJUSTÁNDOSE A LAS VARIABLES CONDICIONES DEL MERCADO -CON MIRAS A CONTRARRES-- TAR LAS EXCESIVAS FLUCTUACIONES DE LOS PRECIOS EN UNO Y -- OTRO SENTIDO- Y EN CONDICIONES QUE PERMITAN A LA AUTORIDAD ADMINISTRATIVA FUNCIONAR SIN PÉRDIDAS Y MANTENER UN ALTO - GRADO DE LIQUIDEZ MONETARIA Y SUFICIENTES EXISTENCIAS EN -



LAS OPERACIONES A CORTO PLAZO. .

SI BIEN EL REMEDIO DE LA DESNUTRICIÓN CRÓNICA DEBE --  
BUSCARSE EN LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO ECONÓMICO Y EN LA--  
OBTENCIÓN DEFINITIVA DE INGRESOS REALES MÁS ALTOS, LA NECE--  
SIDAD DE CONTAR CON RESERVAS NACIONALES ES MÁS AGUDA Y LA--  
CAPACIDAD DE MANTENERLAS MÁS REDUCIDA. ÉSTA ES OTRA DE --  
LAS TRISTES PARADOJAS DE LA POBREZA A LAS QUE HAY QUE HA--  
CER FRENTE RESUELTAMENTE.

LOS PAÍSES CUYA POBLACIÓN ESTÁ CERCA DEL MARGEN DE --  
SUBSISTENCIA ESTÁN PARTICULARMENTE EXPUESTOS AL HAMBRE POR  
PÉRDIDA DE LAS COSECHAS O POR OTRAS SITUACIONES CRÍTICAS. --  
PARA ESTAR PREVENIDO CONTRA ESTAS CATÁSTROFES, ES NECESA--  
RIO CONTAR CON RESERVAS NACIONALES ADECUADAS, A LAS QUE SE  
PUEDA ECHAR MANO EN UNA FASE INICIAL DE LA CRISIS, ANTES -  
DE QUE EL PÁNICO Y EL ACAPARAMIENTO AGRAVEN LA SITUACIÓN. --  
LOS PAÍSES POBRES ESTÁN TAMBIÉN ESPECIALMENTE EXPUESTOS A--  
RECIBIR SOBRE SUS ECONOMÍAS EL IMPACTO ANTIESTABILIZADOR -  
QUE PROVOCAN LAS FRECUENTES MODIFICACIONES EN LA RELACIÓN--  
DE LA OFERTA Y LA DEMANDA Y LAS CONSIGUIENTES FLUCTUACIO--  
NES AGUDAS Y EXCESIVAS EN LOS PRECIOS DE LOS ALIMENTOS BÁ--  
SICOS. EN CIERTAS CONDICIONES SE PODRÍAN MITIGAR ESTAS --  
PERTURBACIONES ECONÓMICAS Y PARA ELLO SERÍA NECESARIO CON--  
TAR CON RESERVAS NACIONALES ADECUADAS. PERO, A CAUSA DE -  
SU POBREZA, LOS PAÍSES QUE MAYOR NECESIDAD TIENEN DE PROTE--  
GERSE CONTRA EL HAMBRE Y LA INESTABILIDAD SON TAMBIÉN LOS--  
QUE MENOS PUEDEN PERMITIRSE EL DEDICAR PARTE DE SUS ESCA--

SOS RECURSOS A LA CREACIÓN DE RESERVAS, EN LUGAR DE UTILIZARLOS PARA EL CONSUMO ORDINARIO.

HAY ADEMÁS OTRA CONSIDERACIÓN ECONÓMICA DE IMPORTANCIA EN FAVOR DE LA CREACIÓN DE RESERVAS NACIONALES DE ALIMENTOS BÁSICOS EN LOS PAÍSES INSUFICIENTEMENTE DESARROLLADOS QUE INICIAN PROGRAMAS DE DESARROLLO ECONÓMICO. LA EJECUCIÓN DE ESTOS PROGRAMAS EXIGE ANUALMENTE GASTOS MÁS ABULTADOS DE CAPITAL Y CRECIENTE OCUPACIÓN DE LA POBLACIÓN EN TAREAS NO AGRÍCOLAS, LO CUAL HACE NECESARIO UNA MAYOR OFERTA COMERCIAL DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS. CABE ESPERAR UN AUMENTO EN LA OFERTA COMO CONSECUENCIA DE LOS PROGRAMAS DE FOMENTO AGRÍCOLA (TALES COMO LAS OBRAS DE RIEGO, LOS PROYECTOS PARA AUMENTAR EL RENDIMIENTO, ETC), PERO TODO CÁLCULO CUANTITATIVO SOBRE LAS CONSECUENCIAS DE ESTOS PROGRAMAS TIENE QUE SER NECESARIAMENTE MUY PROVISIONAL. Y SIN EMBARGO, LA DETERMINACIÓN DE LAS CIFRAS DEL DESARROLLO ECONÓMICO, EN LO QUE RESPECTA A GASTOS DE CAPITAL Y OTRAS COSAS, DEPENDE POR FUERZA DE LOS PRONÓSTICOS QUE SE HAGAN SOBRE EL INCREMENTO DE LOS PRODUCTOS QUE HAN DE ABSORBER LOS SALARIOS DURANTE EL PERÍODO DEL PROGRAMA. EL CONTAR CON UNA GRAN RESERVA DE ALIMENTOS PERMITE A LAS AUTORIDADES ENCARGADAS DE LA PLANIFICACIÓN CIERTO MARGEN DE HOLGURA, ES DECIR QUE, SI SURGE EL PELIGRO DE ESCASEZ, SE TENDRÁ TIEMPO PARA REDUCIR LAS METAS DE DESARROLLO EN CASO DE QUE RESULTARÁN DEMASIADO AMBICIOSAS: LO CUAL LES PERMITE SER MÁS AUDACES, O MENOS CAUTELOSOS, AL ELABORAR EL PLAN ORIGINAL.

EL HAMBRE ES EL ASPECTO DE LA MUERTE QUE SÚBITAMENTE AMENZA A LOS PUEBLOS DÉBILES. HAY CAUSAS INTERNAS Y EXTERNAS QUE CONTRIBUYEN A LA APARICIÓN DE ENFERMEDADES LENTAS, QUE ACABAN POR CONVERTIRSE EN DOLENCIAS AGUDAS Y CRÍTICAS. LOS PROBLEMAS DE LA NUTRICIÓN INSUFICIENTE Y DE LA DESNUTRICIÓN GUARDAN, PUES, ESTRECHA RELACIÓN CON LA AMENAZA DEL HAMBRE, YA QUE LA ESCASEZ URGENTE DE ALIMENTOS, MOTIVADA POR LA PÉRDIDA DE COSECHAS Y POR OTRAS CAUSAS NATURALES, TIENEN MÁS PROBABILIDADES DE OCURRIR Y DE REVESTIR PROPORCIONES ALARMANTES EN AQUELLOS PAÍSES CUYAS DISPONIBILIDADES NORMALES DE ALIMENTOS SUELEN SER MUY DEFICIENTES TANTO EN CANTIDAD COMO EN CALIDAD. PERO ASÍ COMO LAS ENFERMEDADES AGUDAS DIFIEREN DE LA ASTENIA PERSISTENTE, LA VERDADERA HAMBRE SE DIFERENCIA TAMBIÉN DE LA DESNUTRICIÓN CRÓNICA, YA QUE LA PRIMERA NO SÓLO ACARREA CONSECUENCIAS MUCHO MÁS GRAVES SINO QUE ACUSA ASIMISMO UNA INCIDENCIA MUCHO MENOR, MÁS LOCALIZADA, MÁS INTERMITENTE Y MENOS PREVISIBLE.

LA HISTORIA DE LA MAYORÍA DE LAS GRANDES HAMBRES QUE HA SUFRIDO LA HUMANIDAD ES MUY SENCILLA.

LAS GENTES DEPENDÍAN PARA SU SUBSISTENCIA DE LAS COSECHAS QUE PRODUCÍAN ELLAS MISMAS O DE LAS RECOGIDAS EN LUGARES NO MUY DISTANTES DE SUS CASAS, Y AL PERDERSE LAS COSECHAS -GENERALMENTE POR LA SEQUÍA- LA GENTE SE MORÍA DE HAMBRE. NO EXISTÍAN RESERVAS ALMACENADAS NI MEDIOS PARA

TRANSPORTAR CANTIDADES SUFICIENTES DE ALIMENTOS DESDE ---- OTROS PUNTOS, NI ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA PARA ALLEGAR Y DISTRIBUIR ALIMENTOS CON QUE REMEDIAR EL HAMBRE.

EN TIEMPOS MÁS RECIENTES, EL PANORAMA HA CAMBIADO MUCHO. AL DISPONER EN GENERAL EL MUNDO DE RESERVAS MAYORES, Y AL MEJORAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, HA DISMINUIDO LA AMENAZA DE UNA ESCASEZ MATERIAL AGUDA. LOS GOBIERNOS HANIDO ASUMIENDO, POCO A POCO Y EN GRADO CADA VEZ MAYOR LA RESPONSABILIDAD DE ALIMENTAR A SUS PUEBLOS EN LOS PERÍODOS DE SEVERA ESCASEZ Y DE HAMBRE, Y SUS MEDIOS PARA AFRONTARLA HAN AUMENTADO.

SIN EMBARGO, AÚN QUEDA MUCHO POR HACER HASTA LOGRAR - QUE SE EJERZA UNA ACCIÓN EFICAZ TANTO PARA EVITAR EL HAMBRE COMO PARA ALIVIARLA. LAS PRINCIPALES MEDIDAS PUEDEN -- RESUMIRSE DE LA SIGUIENTE FORMA:

#### A) MEDIDAS PREVENTIVAS.

MEJORAMIENTO DE LA SALUD Y DE LA RESISTENCIA FÍSICA; EXISTENCIAS DE ALIMENTOS DEL PAÍS EN LA DEBIDA COMPOSICIÓN Y CANTIDAD:

MEDIOS ADECUADOS PARA ALMACENAR LAS EXISTENCIAS, SITUÁNDOLAS EN LUGARES ESTRATÉGICOS PARA EL CASO DE -- QUE HAYAN DE PRESTARSE SOCORROS.

IMPLANTACIÓN DE MEDIOS EFICACES DE ADMINISTRACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE;

ADOPCIÓN DE UN SISTEMA EFICIENTE QUE SEÑALE EL PRO--

**BLEMA CON LA DEBIDA ANTICIPACIÓN.**

**B) MEDIDAS DE EMERGENCIA.**

**RAPIDEZ DE LOS SERVICIOS DE SOCORRO;**

**DISPONIBILIDAD INMEDIATA DE FONDOS PARA COSTEAR LOS  
SUMINISTROS DE SOCORRO;**

**IMPLANTACION DE CONTROLES ECONÓMICOS ADECUADOS CON  
OBJETO DE IMPEDIR LA ESPECULACIÓN Y EL ACAPARAMIEN-  
TO, Y HACER FRENTE A LAS ATENCIONES DE MAYOR URGEN-  
CIA.**

### 3.3 . EXPORTACION

EXPORTACION POR ACTIVIDAD DE ORIGEN Y PRINCIPALES PRODUCTOS

( MILES DE PESOS )

| <u>C O N C E P T O</u>   | <u>1977.</u>           |                   | <u>1978.</u>           |                   |
|--|------------------------|-------------------|------------------------|-------------------|
|  | CANTIDAD<br>TONELADAS. | MILES DE<br>PESOS | CANTIDAD<br>TONELADAS. | MILES DE<br>PESOS |
| PESCADOS, CRUSTACEOS Y MOLUSCOS  | 57,182                 | \$ 4,041,244      | 55,593                 | \$3,907,258       |
| LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS; HUE-<br>VOS DE AVE; PRODUCTOS COMESTI -<br>BLES DE ORIGEN ALEMAN. | 55,004                 | 697,266           | 45,312                 | 605,464           |
| LEGUMBRES  | 971,848                | 7,125,374         | 993,743                | 6,755,471         |
| FRUTOS COMESTIBLES   | 335,886                | 800,828           | 391,257                | 1,237,283         |
| CEREALES   | 77,143                 | 229,419           | 76,948                 | 443,212           |
| GRASAS Y ACEITES ( ANIMALES Y -<br>VEGETALES )   | 6,055                  | 134,965           | 2,093                  | 88,008            |

EXPORTACION POR ACTIVIDAD DE ORIGEN Y PRINCIPALES PRODUCTOS

( MILLONES DE DOLARES )

| <u>C O N C E P T O</u>         | <u>1979.</u> | <u>1980.</u> |
|--------------------------------|--------------|--------------|
| GARBANZO                       | 86           | 61           |
| TOMATE                         | 207          | 185          |
| LEGUMBRES Y HORTALIZAS FRESCAS | 154          | 172          |
| OTRAS FRUTAS FRESCAS           | 25           | 21           |
| PESCADOS Y MARISCOS FRESCOS    | 2            | 6            |

NOTA : A PARTIR DE 1979 LA PRESENTACION DE LA INFORMACION ESTADISTICA DE COMERCIO EXTERIOR, CONTIENE MODIFICACIONES IMPORTANTES EN ATENCION A UN NUEVO ENFOQUE QUE TIENDE A UNIFORMAR LAS ESTADISTICAS EN ESTA MATERIA. SE INCORPORARA UNA NUEVA PRESENTACION QUE A LA POSTRE PERMITIRA ESTABLECER UNA CLASIFICACION UNICA, CON CONCEPTOS Y CIFRAS HOMOGENEIZADAS DE LAS SECRETARIAS DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO, Y EL BANCO DE MEXICO.



INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR

EXPORTACIONES COMPARATIVAS POR PRODUCTO-PAIS ENERO-DIC. 81/82 (DLS)

| PRODUCTO: ATUN.                 | VOLUMEN 1981     | UNIDAD | VOLUMEN 1982     | UNIDAD | VALOR 1981       | VALOR 1982       |
|---------------------------------|------------------|--------|------------------|--------|------------------|------------------|
| ESTADOS UNIDOS                  | 750              | KGB    |                  |        | 1,586            |                  |
| TOTAL: ATUN                     | <u>750</u>       |        |                  |        | <u>1,586</u>     |                  |
| PRODUCTO: TRUCHA                |                  |        |                  |        |                  |                  |
| ESTADOS UNIDOS                  | 6,143            | KGB    | 324              | KGB    | 12,985           | 1,013            |
| TOTAL: TRUCHA                   | <u>6,143</u>     |        | <u>324</u>       |        | <u>12,985</u>    | <u>1,013</u>     |
| PRODUCTO DE MAS PESCADO FRESCO  |                  |        |                  |        |                  |                  |
| ALEMANIA OCC. (REP. FEDERAL)    | 1,200            | KGB    |                  |        | 8,101            |                  |
| ESTADOS UNIDOS                  | 164,308          | KGB    | 43,120           | KGB    | 213,630          | 34,911           |
| TOTAL: DE MAS PESCADO FRESCO    | <u>165,508</u>   |        | <u>43,120</u>    |        | <u>221,731</u>   | <u>34,911</u>    |
| PRODUCTO: MOJARRA CONGELADA     |                  |        |                  |        |                  |                  |
| ESTADOS UNIDOS                  | 14               | KGB    | 1,500            | KGB    | 9                | 2,014            |
| TOTAL: MOJARRA CONGELADA        | <u>14</u>        |        | <u>1,500</u>     |        | <u>9</u>         | <u>2,014</u>     |
| PRODUCTO: FILETE DE PESCADO     |                  |        |                  |        |                  |                  |
| ESTADOS UNIDOS                  | 29,884           | KGB    | 344,312          | KGB    | 229,258          | 1,905,217        |
| JAPON                           | 8,625            | KGB    |                  |        | 84,765           |                  |
| TOTAL: FILETE DE PESCADO        | <u>32,509</u>    |        | <u>344,312</u>   |        | <u>314,023</u>   | <u>1,905,217</u> |
| PRODUCTO: DE MAS PESCADOS SECOS |                  |        |                  |        |                  |                  |
| CHINA                           | 1,003            | KGB    |                  |        | 2,592            |                  |
| ESTADOS UNIDOS                  | 21,373           | KGB    | 11,830           | KGB    | 195,449          | 160,761          |
| HONG KONG                       | 557              | KGB    | 63               | KGB    | 1,488            | 8,800            |
| TOTAL: DE MAS PESCADOS SECOS    | <u>22,933</u>    |        | <u>11,893</u>    |        | <u>199,529</u>   | <u>169,561</u>   |
| PRODUCTO: ATUN CONGELADO        |                  |        |                  |        |                  |                  |
| CANADA                          | 544,302          | KGB    |                  |        | 600,921          |                  |
| COSTA RICA                      | 389,000          | KGB    |                  |        | 466,800          |                  |
| ESPAÑA                          | 1,363,516        | KGB    |                  |        | 1,206,442        |                  |
| ESTADOS UNIDOS                  | 20,000           | KGB    | 570,000          | KGB    | 17,416           | 641,760          |
| FRANCIA                         |                  |        | 131,130          | KGB    |                  | 88,046           |
| ITALIA                          | 1,639,141        | KGB    | 1,712,904        | KGB    | 1,948,009        | 1,941,228        |
| JAPON                           | 354,728          | KGB    | 109,618          | KGB    | 830,043          | 154,355          |
| NORFOLK-ISLA                    |                  |        | 38,763           | KGB    |                  | 31,010           |
| PANAMA                          | 750,380          | KGB    | 2,076,000        | KGB    | 892,575          | 1,774,263        |
| VENEZUELA                       | 430,917          | KGB    |                  |        | 524,634          |                  |
| TOTAL: ATUN CONGELADO           | <u>5,491,904</u> |        | <u>4,638,415</u> |        | <u>6,488,840</u> | <u>1,830,667</u> |

PRODUCTO: DE MAS PESCADOS CONGELADOS

|  | VOLUMEN 1981      | UNIDAD | VOLUMEN 1982      | UNIDAD | VALOR 1981        | VALOR 1982        |
|--|-------------------|--------|-------------------|--------|-------------------|-------------------|
| COREA DEL NORTE                              | 385,945           | KGB    |                   |        | 182,204           |                   |
| COREA DEL SUR                                | 1,063,443         | KGB    | 1,143,470         | KGB    | 389,808           | 254,502           |
| CHINA  |                   |        | 306,000           | KGB    |                   | 59,963            |
| ESTADOS UNIDOS                               | 951,972           | KGB    | 1,009,644         | KGB    | 1,480,696         | 1,580,028         |
| JAPON  | 2,481,011         | KGB    | 3,205,309         | KGB    | 4,391,382         | 3,643,430         |
| PUERTO RICO                                  | 18,472            | KGB    |                   |        | 3,907             |                   |
| REINO UNIDO                                  |                   |        | 150,000           | KGB    |                   | 117,227           |
| <u>TOTAL: DEMAS PESCADOS CONGELADOS</u>      | <u>4,900,843</u>  |        | <u>5,814,423</u>  |        | <u>6,447,997</u>  | <u>5,655,150</u>  |
| <u>PRODUCTO: PESCADOS ENTEROS</u>            |                   |        |                   |        |                   |                   |
| ESTADOS UNIDOS                               |                   |        | 4,181             | KGB    |                   | 8,705             |
| <u>TOTAL: PESCADOS ENTEROS</u>               |                   |        | <u>4,181</u>      |        |                   | <u>8,705</u>      |
| <u>PRODUCTO: CAMARON DEL PACIFICO</u>        |                   |        |                   |        |                   |                   |
| ESTADOS UNIDOS                               | 868               | KGB    | 14,515            | KGB    | 12,111            | 190,638           |
| <u>TOTAL: CAMARON DEL PACIFICO</u>           | <u>868</u>        |        | <u>14,515</u>     |        | <u>12,111</u>     | <u>190,638</u>    |
| <u>PRODUCTO: CAMARON DEL GOLFO DE MEXICO</u> |                   |        |                   |        |                   |                   |
| ESTADOS UNIDOS                               | 9,072             | KGB    | 32,886            | KGB    | 116,211           | 415,485           |
| <u>TOTAL: CAMARON DEL GOLFO DE MEXICO</u>    | <u>9,072</u>      |        | <u>32,886</u>     |        | <u>116,211</u>    | <u>415,485</u>    |
| <u>PRODUCTO: LECHE</u>                       |                   |        |                   |        |                   |                   |
| ESTADOS UNIDOS                               | 51,000            | LT.    |                   |        | 3,396             |                   |
| <u>TOTAL: LECHE</u>                          | <u>51,000</u>     |        |                   |        | <u>3,396</u>      |                   |
| <u>PRODUCTO: LECHE CONDENSADA EVAPORADA</u>  |                   |        |                   |        |                   |                   |
| ALEMANIA OCC. (REP. FEDERAL)                 | 183,500           | KGB    |                   |        | 246,550           |                   |
| CANADA                                       | 7                 | KGB    |                   |        | 2                 |                   |
| ESTADOS UNIDOS                               |                   |        | 22,000            | KGB    |                   | 23,628            |
| <u>TOTAL: LECHE CONDENSADA EVAPORADA</u>     | <u>183,507</u>    |        | <u>22,000</u>     |        | <u>246,552</u>    | <u>23,628</u>     |
| <u>PRODUCTO: LECHE EN POLVO</u>              |                   |        |                   |        |                   |                   |
| ESTADOS UNIDOS                               | 3,682             | KGB    | 76                | KGB    | 11,002            | 26                |
| HOLANDA                                      |                   |        | 70                | KGB    |                   | 12                |
| POLONIA                                      | 3                 | KGB    |                   |        | 17                |                   |
| <u>TOTAL: LECHE EN POLVO</u>                 | <u>3,685</u>      |        | <u>146</u>        |        | <u>11,019</u>     | <u>58</u>         |
| <u>PRODUCTO: HUEVO FRESCO CONGELADO</u>      |                   |        |                   |        |                   |                   |
| BOLIVIA                                      | 136               | KGB    |                   |        | 236               |                   |
| ESTADOS UNIDOS                               |                   |        | 20,540            | KGB    |                   | 4,927             |
| <u>TOTAL: HUEVO FRESCO CONGELADO</u>         | <u>136</u>        |        | <u>20,540</u>     |        | <u>236</u>        | <u>4,927</u>      |
| <u>PRODUCTO: CEBOLLAS</u>                    |                   |        |                   |        |                   |                   |
| BELICE                                       | 57,810            | KGB    |                   |        | 55,397            |                   |
| ESTADOS UNIDOS                               | 45,781,531        | KGB    | 62,760,773        | KGB    | 42,299,383        | 48,362,924        |
| <u>TOTAL: CEBOLLAS</u>                       | <u>45,839,341</u> |        | <u>62,760,773</u> |        | <u>42,354,780</u> | <u>48,362,924</u> |

| <u>PRODUCTO: COLES</u>                    | VOLUMEN 1981     | UNIDAD | VOLUMEN 1982      | UNIDAD | VALOR 1981     | VALOR 1982     |
|---|------------------|--------|-------------------|--------|----------------|----------------|
| BELICE                                    | 177,600          | KGB    | 203,050           | KGB    | 11,036         | 12,639         |
| ESTADOS UNIDOS                            | 3,969,038        | KGB    | 10,357,945        | KGB    | 251,470        | 677,298        |
| TOTAL: COLES                              | <u>4,146,638</u> | KGB    | <u>10,560,995</u> | KGB    | <u>262,506</u> | <u>689,937</u> |
| <u>PRODUCTO: TRIGO</u>                    |                  |        |                   |        |                |                |
| ESTADOS UNIDOS                            | 2,250            | KGB    | 3,000             | KGB    | 95             | 66             |
| TOTAL: TRIGO                              | <u>2,250</u>     | KGB    | <u>3,000</u>      | KGB    | <u>95</u>      | <u>66</u>      |
| <u>PRODUCTO: CEBADA</u>                   |                  |        |                   |        |                |                |
| DINAMARCA                                 | 69               | KGB    |                   |        | 12             |                |
| ESTADOS UNIDOS                            | 1,500            | KGB    |                   |        | 63             |                |
| TOTAL: CEBADA                             | <u>1,569</u>     | KGB    |                   |        | <u>75</u>      |                |
| <u>PRODUCTO: AVENA</u>                    |                  |        |                   |        |                |                |
| ESTADOS UNIDOS                            | 750              | KGB    |                   |        | 825            |                |
| TOTAL: AVENA                              | <u>750</u>       | KGB    |                   |        | <u>825</u>     |                |
| <u>PRODUCTO: ELOTES</u>                   |                  |        |                   |        |                |                |
| ESTADOS UNIDOS                            | 2,205            | KGB    | 25,714            | KGB    | 760            | 2,735          |
| TOTAL: ELOTES                             | <u>2,205</u>     | KGB    | <u>25,714</u>     | KGB    | <u>760</u>     | <u>2,735</u>   |
| <u>PRODUCTO: MAIZ</u>                     |                  |        |                   |        |                |                |
| ESTADOS UNIDOS                            | 140              | KGB    |                   |        | 99             |                |
| TOTAL: MAIZ                               | <u>140</u>       | KGB    |                   |        | <u>99</u>      |                |
| <u>PRODUCTO: ARROZ</u>                    |                  |        |                   |        |                |                |
| ESTADOS UNIDOS                            | 2                | KGB    |                   |        | 1              |                |
| TOTAL: ARROZ                              | <u>2</u>         | KGB    |                   |        | <u>1</u>       |                |
| <u>PRODUCTO: ARROZ C/CASCARA</u>          |                  |        |                   |        |                |                |
| NICARAGUA                                 |                  |        | 1,000             | KGB    |                | 420            |
| TOTAL: ARROZ C/CASCARA                    |                  | KGB    | <u>1,000</u>      | KGB    |                | <u>420</u>     |
| <u>PRODUCTO: ARROZ PARTIDO (GRANILLO)</u> |                  |        |                   |        |                |                |
| GUATEMALA                                 |                  |        | 17                | KGB    |                | 9              |
| TOTAL: ARROZ PARTIDO (GRANILLO)           |                  |        | <u>17</u>         | KGB    |                | <u>9</u>       |
| <u>PRODUCTO: SORGO</u>                    |                  |        |                   |        |                |                |
| DINAMARCA                                 | 80               | KGB    |                   |        | 12             |                |
| ESTADOS UNIDOS                            |                  |        | 7,813,323         | KGB    |                | 764,790        |
| TOTAL: SORGO                              | <u>80</u>        | KGB    | <u>7,813,323</u>  | KGB    | <u>12</u>      | <u>764,790</u> |

PRODUCTO: HARINA DE TRIGO

|                        | VOLUMEN 1981 | UNIDAD | VOLUMEN 1982 | UNIDAD | VALOR 1981 | VALOR 1982 |
|------------------------|--------------|--------|--------------|--------|------------|------------|
| ESTADOS UNIDOS         | 341,052      | KGB    | 422,640      | KGB    | 64,140     | 70,443     |
| TOTAL: HARINA DE TRIGO | 341,052      | KGB    | 422,640      | KGB    | 64,140     | 70,443     |

PRODUCTO: HARINA DE MAIZ

|                              |         |     |         |     |        |         |
|------------------------------|---------|-----|---------|-----|--------|---------|
| ALEMANIA OCC. (REP. FEDERAL) | 19      | KGB | 60      | KGB | 13     | 13      |
| BELICE                       | 300     | KGB |         |     | 39     |         |
| CANADA                       | 2       | KGB |         |     | 1      |         |
| ESTADOS UNIDOS               | 171,803 | KGB | 848,697 | KGB | 50,841 | 279,056 |
| HOLANDA                      | 8       | KGB |         |     | 2      |         |
| ISRAEL                       | 4       | KGB |         |     | 3      |         |
| JAPON                        |         |     | 1,000   | KGB |        | 96      |
| PANAMA                       | 3       | KGB |         |     | 1      |         |
| PORTUGAL                     |         |     | 45      | KGB |        | 6       |
| SUECIA                       | 10      | KGB | 66      | KGB | 2      | 28      |
| SUIEIA                       |         |     | 15      | KGB |        | 12      |
| TOTAL: HARINA DE MAIZ        | 172,149 | KGB | 849,883 | KGB | 50,902 | 279,211 |

PRODUCTO: DEMAS HARINAS DE CEREALES

|                                  |   |     |  |  |    |  |
|----------------------------------|---|-----|--|--|----|--|
| ESTADOS UNIDOS                   | 9 | KGB |  |  | 20 |  |
| TOTAL: DEMAS HARINAS DE CEREALES | 9 | KGB |  |  | 20 |  |

PRODUCTO: TOMATE

|                              |             |     |             |     |             |             |
|------------------------------|-------------|-----|-------------|-----|-------------|-------------|
| ALEMANIA OCC. (REP. FEDERAL) |             |     | 60          | KGB |             | 16          |
| BELICE                       | 20,260      | KGB | 2,900       | KGB | 12,989      | 1,638       |
| DINAMARCA                    | 14,624      | KGB |             |     | 10,086      |             |
| DOMINICANA-ISLA              | 7,200       | KGB | 338,207,900 | KGB | 3,792       |             |
| ESPAÑA                       | 3,940       | KGB |             |     | 2,717       |             |
| ESTADOS UNIDOS               | 292,026,655 | KGB |             |     | 249,407,728 | 153,847,620 |
| ETIOPIA                      | 232,464     | KGB |             |     | 158,559     |             |
| FRANCIA                      | 265         | KGB |             |     | 147         |             |
| GHANA                        | 316,696     | KGB |             |     | 421,126     |             |
| TOTAL: TOMATES               | 292,621,904 | KGB | 338,210,860 | KGB | 250,017,144 | 153,849,274 |

PRODUCTO: PAPAS

|                |         |     |        |     |        |        |
|----------------|---------|-----|--------|-----|--------|--------|
| BELICE         | 345,250 | KGB | 80,295 | KGB | 48,932 | 16,281 |
| ESTADOS UNIDOS | 33,169  | KGB |        |     | 1,905  |        |
| FRANCIA        | 423     | KGB |        |     | 40     |        |
| TOTAL: PAPAS   | 378,842 | KGB | 80,295 | KGB | 50,877 | 16,281 |

PRODUCTO: CHICHARO GUIZANTE

|                            | VOLUMEN 1981     | UNIDAD | VOLUMEN 1982     | UNIDAD | VALOR 1981       | VALOR 1982       |
|----------------------------|------------------|--------|------------------|--------|------------------|------------------|
| ESTADOS UNIDOS             | 3,670,689        | KGB    | 4,354,191        | KGB    | 3,125,239        | 3,423,985        |
| ETIOPIA                    | 4,816            | KGB    |                  |        | 3,776            |                  |
| JAPON                      | 27               | KGB    |                  |        | 21               |                  |
| TOTAL: CHICHAROS GUIZANTES | <u>3,675,532</u> | KGB    | <u>4,354,191</u> | KGB    | <u>3,129,036</u> | <u>3,423,985</u> |

PRODUCTO: CHICHARO EXC. 09

|                              |               |     |               |     |               |              |
|------------------------------|---------------|-----|---------------|-----|---------------|--------------|
| ALEMANIA OCC. (REP. FEDERAL) | 2,050         | KGB |               |     | 8,684         |              |
| ESTADOS UNIDOS               | 31,678        | KGB | 55,454        | KGB | 1,902         | 6,363        |
| TOTAL: CHICHARO EXC. 09      | <u>33,728</u> | KGB | <u>55,454</u> | KGB | <u>10,586</u> | <u>6,363</u> |

PRODUCTO: EJOTES

|                |                  |     |                  |     |                  |                  |
|----------------|------------------|-----|------------------|-----|------------------|------------------|
| ESTADOS UNIDOS | 9,570,151        | KGB | 7,662,475        | KGB | 9,566,620        | 6,380,822        |
| ETIOPIA        | 55,776           | KGB |                  |     | 57,162           |                  |
| TOTAL: EJOTES  | <u>9,625,927</u> | KGB | <u>7,662,475</u> | KGB | <u>9,623,782</u> | <u>6,380,822</u> |

PRODUCTO: FRIJOLES BLANCOS

|                         |            |     |               |     |              |               |
|-------------------------|------------|-----|---------------|-----|--------------|---------------|
| ALEMANIA                |            |     | 85            | KGB |              | 38            |
| ESTADOS UNIDOS          | 100        | KGB |               |     | 1,149        |               |
| JAPON                   |            |     | 40,000        | KGB |              | 25,714        |
| REINO UNIDO             | 14         | KGB |               |     | 12           |               |
| TOTAL: FRIJOLES BLANCOS | <u>114</u> | KGB | <u>40,085</u> | KGB | <u>1,161</u> | <u>25,714</u> |

PRODUCTO: FRIJOL NEGRO

|                              |                  |     |                  |     |                  |                  |
|------------------------------|------------------|-----|------------------|-----|------------------|------------------|
| ALEMANIA OCC. (REP. FEDERAL) | 204              | KGB |                  |     | 319              |                  |
| CUBA                         |                  |     | 5,005,000        | KGB |                  | 2,800,000        |
| ESPAÑA                       | 1,985,000        | KGB | 369,850          | KGB | 1,460,707        | 176,865          |
| TOTAL: FRIJOLES NEGROS       | <u>1,985,204</u> | KGB | <u>5,374,850</u> | KGB | <u>1,461,026</u> | <u>2,976,865</u> |

PRODUCTO: FRIJOL PARA SIEMBRA

|                              |  |  |                   |     |  |                  |
|------------------------------|--|--|-------------------|-----|--|------------------|
| CUBA                         |  |  | 10,000,000        | KGB |  | 2,800,000        |
| TOTAL: FRIJOLES PARA SIEMBRA |  |  | <u>10,000,000</u> | KGB |  | <u>2,800,000</u> |

PRODUCTO: NARANJA

|                 |                  |     |                   |     |                  |                  |
|-----------------|------------------|-----|-------------------|-----|------------------|------------------|
| ARGENTINA       | 480,166          | KGB |                   |     | 145,453          |                  |
| CANADA          | 21,200           | KGB | 123,520           | KGB | 3,281            | 17,390           |
| ESTADOS UNIDOS  | 6,661,336        | KGB | 12,285,116        | KGB | 1,146,868        | 2,133,681        |
| JAPON           |                  |     | 10,175            | KGB |                  | 2,444            |
| TOTAL: NARANJAS | <u>7,162,702</u> | KGB | <u>12,418,811</u> | KGB | <u>1,295,602</u> | <u>2,153,515</u> |

### 3.4 IMPORTACION

IMPORTACION POR ACTIVIDAD DE ORIGEN Y PRINCIPALES PRODUCTOS

( MILES DE PESOS )

| <u>C O N C E P T O</u>   | <u>1977.</u> | <u>1978.</u> |
|--|--------------|--------------|
| CARNES   | 226,971      | 370,211      |
| PESCADOS, CRUSTACEOS Y MOLUSCOS  | 72,396       | 240,618      |
| LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS: HUEVOS DE AVE; PRODUCTOS COMESTIBLES DE-ORIGEN ANIMAL | 1,330,173    | 1,424,646    |
| LEGUMBRES  | 287,579      | 198.005      |
| FRUTAS COMESTIBLES   | 187,779      | 213,321      |
| CEREALES   | 7,296,594    | 7,829.732    |
| GRASAS Y ACEITES ( ANIMALES Y VEGE-<br>TALES )                                   | 1,036,412    | 1,910.046    |

IMPORTACION POR ACTIVIDAD DE ORIGEN Y PRINCIPALES PRODUCTOS

( MILLONES DE DOLARES )

| <u>C O N C E P T O</u>          | <u>1979</u> | <u>1980</u> |
|---------------------------------|-------------|-------------|
| CEBADA EN GRANO                 | 8           | 32          |
| FRIJOL                          | 4           | 241         |
| MAIZ                            | 102         | 589         |
| SEMILLA DE SOYA                 | 159         | 132         |
| SORGO                           | 160         | 308         |
| TRIGO                           | 185         | 163         |
| ACEITE DE SOYA                  | - -         | 25          |
| CARNES FRESCAS O REFRIGERADAS   | 15          | 27          |
| LECHE EN POLVO                  | 46          | 135         |
| LECHE EVAPORADA O CONDENSADA    | 18          | 51          |
| PESCADOS Y MARISCOS EN CONSERVA | 6           | 11          |

NOTA: A PARTIR DE 1979 LA PRESENTACION DE LA INFORMACION ESTADISTICA DE COMERCIO EXTERIOR, CONTIENE MODIFICACIONES IMPORTANTES EN ATENCION A UN NUEVO ENFOQUE QUE TIENDE A UNIFORMAR LAS EXTADISTICAS EN ESTA MATERIA, SE INCORPORA UNA NUEVA PRESENTACION QUE A LA POSTRE PERMITIRA ESTABLECER UNA CLASIFICACION UNICA, CON CONCEPTOS Y CIFRAS HOMOGENEIZADAS DE LAS SECRETARIAS DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO, HACIENDA Y CREDITO PUBLICO Y EL BANCO DE MEXICO.



INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR  
 IMPORTACIONES COMPARATIVAS POR PRODUCTO-PAIS ENERO-DIC. 81/82 (DLLS)

PRODUCTO: TRIGO

|                     | VOLUMEN 1981         | UNIDAD | VOLUMEN 1982       | UNIDAD | VALOR 1981         | VALOR 1982        |
|---------------------|----------------------|--------|--------------------|--------|--------------------|-------------------|
| ALEMANIA OCCIDENTAL |                      |        | 1                  | KGB    |                    | 6                 |
| ARABIA SAUDITA      |                      |        | 2                  | KGB    |                    | 4                 |
| AUSTRALIA           | 1                    | KGB    |                    |        | 6                  |                   |
| BRASIL              | 3                    | KGB    | 12                 | KGB    | 12                 | 63                |
| CANADA              | 21,628,495           | KGB    | 22,110,001         | KGB    | 3,909,053          | 16,500,569        |
| CHILE               | 3                    | KGB    |                    |        | 1                  |                   |
| ESPAÑA              |                      |        |                    |        |                    | 2                 |
| ESTADOS UNIDOS      | 1,085,711,356        | KGB    | 376,355,529        | KGB    | 210,582,902        | 70,525,680        |
| SIRIA REP. ARABE DE |                      |        | 34                 | KGB    |                    | 18                |
| TURQUÍA             |                      |        | 36                 | KGB    |                    | 36                |
| YUGOSLAVIA          |                      |        | 31                 | KGB    |                    | 22                |
| TOTAL: TRIGO        | <u>1,107,339,861</u> |        | <u>398,465,646</u> |        | <u>214,491,974</u> | <u>87,026,400</u> |

PRODUCTO: CENTENO

|                |                |     |            |     |                |            |
|----------------|----------------|-----|------------|-----|----------------|------------|
| ESTADOS UNIDOS | 773,000        | KGB | 150        | KGB | 189,005        | 204        |
| TOTAL: CENTENO | <u>773,000</u> |     | <u>150</u> |     | <u>189,005</u> | <u>204</u> |

PRODUCTO: CEBADA GRANO

|                     |                   |     |                  |     |                   |                |
|---------------------|-------------------|-----|------------------|-----|-------------------|----------------|
| AUSTRALIA           | 4                 | KGB |                  |     | 2                 |                |
| ESTADOS UNIDOS      | 84,962,238        | KGB | 1,913,098        | KGB | 15,014,412        | 552,723        |
| TOTAL: CEBADA GRANO | <u>84,962,242</u> |     | <u>1,913,098</u> |     | <u>15,014,414</u> | <u>552,723</u> |

PRODUCTO: AVENA

|                |                   |     |                  |     |                  |                |
|----------------|-------------------|-----|------------------|-----|------------------|----------------|
| BELICE         | 702               | KGB |                  |     | 766              |                |
| ESTADOS UNIDOS | 15,425,298        | KGB | 1,012,315        | KGB | 3,442,232        | 231,930        |
| TOTAL: AVENA   | <u>15,426,000</u> |     | <u>1,012,315</u> |     | <u>3,442,998</u> | <u>231,930</u> |

PRODUCTO: MAIZ

|                              |               |     |             |     |             |    |
|------------------------------|---------------|-----|-------------|-----|-------------|----|
| ALEMANIA OCC. (REP. FEDERAL) | 23            | KGB |             |     | 35          |    |
| CHINA                        |               |     |             |     |             | 2  |
| ESTADOS UNIDOS               | 2,829,625,407 | KGB | 228,939,200 | KGB | 432,138,812 |    |
| ETIOPIA                      | 19,270,367    | KGB |             |     | 2,273,422   |    |
| FRANCIA                      | 100           | KGB | 20          | KGB | 144         | 11 |
| GHANA                        | 59,059        | KGB |             |     | 8,676       |    |
| INDIA                        | 100           | KGB |             |     | 66          |    |
| NEPAL                        | 3             | KGB |             |     | 2           |    |

|  | VOLUMEN 1981         | UNIDAD | VOLUMEN 1982         | UNIDAD | VALOR 1981         | VALOR 1982         |
|--|----------------------|--------|----------------------|--------|--------------------|--------------------|
| REINO UNIDO                              | 10                   | KGB    |                      |        | 38                 |                    |
| YUGOSLAVIA                               |                      |        | 10                   |        |                    | 3                  |
| TOTAL: MAIZ                              | <u>2,848,955,069</u> |        | <u>228,939,230</u>   | KGB    | <u>434,421,195</u> | <u>32,624,834</u>  |
| <b>PRODUCTO: SORGO</b>                   |                      |        |                      |        |                    |                    |
| ALEMANIA OCC. (REP. FEDERAL)             | 12                   | KGB    |                      |        | 24                 |                    |
| ARGENTINA                                | 735,016,946          | KGB    | 309,744,642          | KGB    | 99,275,096         | 36,254,216         |
| BRASIL                                   | 28                   | KGB    |                      |        | 33                 |                    |
| ESTADOS UNIDOS                           | 1,896,074,839        | KGB    | 1,151,507,335        | KGB    | 300,708,216        | 143,933,640        |
| JAPON                                    | 20,696,710           | KGB    |                      |        | 3,271,086          |                    |
| TOTAL: SORGO                             | <u>2,651,788,535</u> |        | <u>1,461,251,977</u> |        | <u>403,254,455</u> | <u>180,187,856</u> |
| <b>PRODUCTO: VACAS DE RAZA LECHERA</b>   |                      |        |                      |        |                    |                    |
| CANADA                                   | 2,791                | PZA    | 1,520                | PZA    | 3,089,765          | 1,693,434          |
| ESTADOS UNIDOS                           | 30,265               | PZA    | 8,826                | PZA    | 10,523,696         | 8,455,647          |
| GUATEMALA                                | 345                  | PZA    |                      |        | 225,803            |                    |
| NUEVA ZELANDIA                           |                      |        | 1,006                | PZA    |                    | 1,227,240          |
| REINO UNIDO                              | 10                   | PZA    |                      |        | 32,727             |                    |
| TOTAL: VACAS DE RAZA LECHERA             | <u>33,431</u>        |        | <u>11,152</u>        |        | <u>21,871,991</u>  | <u>11,376,321</u>  |
| <b>PRODUCTO: POLLOS RECIENTE NACIDOS</b> |                      |        |                      |        |                    |                    |
| CANADA                                   | 93,993               | PZA    | 90,608               | PZA    | 871,681            | 987,692            |
| ESPAÑA                                   | 18,600               | PZA    |                      |        | 24,089             |                    |
| ESTADOS UNIDOS                           | 10,269,338           | PZA    | 1,876,363            | PZA    | 7,304,976          | 4,704,698          |
| FRANCIA                                  | 22,360               | PZA    | 11,563               | PZA    | 33,198             | 8,641              |
| GUATEMALA                                | 21,000               | PZA    |                      |        | 13,250             |                    |
| HOLANDA                                  | 19,905               | PZA    |                      |        | 328,189            |                    |
| REINO UNIDO                              | 14,593               | PZA    | 7,700                | PZA    | 242,743            | 22,992             |
| OTROS                                    |                      |        | 45                   | PZA    |                    | 22                 |
| TOTAL: POLLOS RECIENTE NACIDOS           | <u>10,459,789</u>    |        | <u>1,986,279</u>     |        | <u>8,818,126</u>   | <u>5,724,045</u>   |
| <b>PRODUCTO: ELOTES</b>                  |                      |        |                      |        |                    |                    |
| ESTADOS UNIDOS                           | 89,687,880           | KGB    | 1,096,276            | KGB    | 15,844,414         | 462,875            |
| INDIA                                    | 20                   | KGB    |                      |        | 20                 |                    |
| TOTAL: ELOTES                            | <u>89,687,900</u>    |        | <u>1,096,276</u>     |        | <u>15,844,434</u>  | <u>462,875</u>     |
| <b>PRODUCTO: CARNE DE BOVINO FRESCA</b>  |                      |        |                      |        |                    |                    |
| COSTA RICA                               | 50,003               | KGB    | 266,892              | KGB    | 132,769            | 584,748            |
| ESTADOS UNIDOS                           | 503,232              | KGB    | 1,601,609            | KGB    | 802,553            | 3,361,043          |
| GUATEMALA                                | 7,359,451            | KGB    | 4,558,101            | KGB    | 15,664,176         | 9,856,974          |
| HONG KONG                                | 37,080               | KGB    |                      |        | 80,226             |                    |
| TOTAL: CARNE DE BOVINO FRESCA            | <u>7,858,746</u>     |        | <u>6,426,602</u>     |        | <u>16,679,724</u>  | <u>13,802,765</u>  |

| PRODUCTO: LECHUGA FRESCA O REFRIG. | VOLUMEN 1981       | UNIDAD | VOLUMEN 1982       | UNIDAD | VALOR 1981         | VALOR 1982        |
|------------------------------------|--------------------|--------|--------------------|--------|--------------------|-------------------|
| ESTADOS UNIDOS                     | 848,837            | KGB    | 973,211            | KGB    | 216,093            | 53,469            |
| GUATEMALA                          | 315,115            | KGB    | 267,090            | KGB    | 29,438             | 21,060            |
| TOTAL: LECHUGA FRESCA O REFRIG.    | <u>1,163,952</u>   |        | <u>1,240,301</u>   |        | <u>245,531</u>     | <u>74,529</u>     |
| PRODUCTO: TOMATE FRESCO O REFRIG.  |                    |        |                    |        |                    |                   |
| ESTADOS UNIDOS                     | 506,951            | KGB    | 247,638            | KGB    | 206,664            | 97,108            |
| TOTAL: TOMATE FRESCO O REFRIG.     | <u>506,951</u>     |        | <u>247,638</u>     |        | <u>206,664</u>     | <u>97,108</u>     |
| PRODUCTO: CEBOLLA FRESCA           |                    |        |                    |        |                    |                   |
| BELICE                             | 50,455             | KGB    | 61,150             | KGB    | 11,495             | 15,012            |
| ESTADOS UNIDOS                     | 1,867,557          | KGB    | 616,449            | KGB    | 279,296            | 111,645           |
| GUATEMALA                          | 181,200            | KGB    | 230,367            | KGB    | 16,773             | 15,537            |
| TOTAL: CEBOLLA FRESCA              | <u>2,099,212</u>   |        | <u>907,966</u>     |        | <u>307,564</u>     | <u>142,194</u>    |
| PRODUCTO: SARDINA                  |                    |        |                    |        |                    |                   |
| ESPAÑA                             | 39,470             | KGB    |                    |        | 19,052             |                   |
| ESTADOS UNIDOS                     | 3,754              | KGB    | 331                | KGB    | 11,692             | 444               |
| HOLANDA                            | 16,050             | KGB    |                    |        | 10,390             |                   |
| OTROS                              | 3                  | KGB    | 4                  | KGB    | 185                | 30                |
| TOTAL: SARDINAS                    | <u>59,277</u>      |        | <u>335</u>         |        | <u>41,319</u>      | <u>474</u>        |
| PRODUCTO: FRIJOLES POROTES         |                    |        |                    |        |                    |                   |
| BRASIL                             | 18,000,000         | KGB    |                    |        | 6,034,966          |                   |
| CANADA                             | 37,821             | KGB    |                    |        | 10,625             |                   |
| ESPAÑA                             |                    |        | 3                  | KGB    |                    | 2                 |
| ESTADOS UNIDOS                     | 464,078,675        | KGB    | 145,555,275        | KGB    | 504,013,756        | 96,402,351        |
| SUIZA                              |                    |        | 2                  | KGB    |                    | 1                 |
| TOTAL: FRIJOLES POROTES            | <u>482,116,496</u> |        | <u>145,555,280</u> |        | <u>330,059,347</u> | <u>96,402,354</u> |
| PRODUCTO: FRIJOL PARA SIEMBRA      |                    |        |                    |        |                    |                   |
| ESTADOS UNIDOS                     | 8,050,275          | KGB    | 1,396,902          | KGB    | 7,604,825          | 1,889,634         |
| FRANCIA                            | 560                | KGB    |                    |        | 2,043              |                   |
| TOTAL: FRIJOL PARA SIEMBRA         | <u>8,050,835</u>   |        | <u>1,396,902</u>   |        | <u>7,606,868</u>   | <u>1,889,634</u>  |
| PRODUCTO: LENTEJAS                 |                    |        |                    |        |                    |                   |
| EL SALVADOR                        | 47                 | KGB    |                    |        | 36                 |                   |
| ESTADOS UNIDOS                     | 180,003            | KGB    | 394,737            | KGB    | 117,860            | 265,524           |
| ITALIA                             |                    |        |                    |        |                    | 724               |
| TOTAL: LENTEJAS                    | <u>180,050</u>     |        | <u>395,043</u>     |        | <u>117,896</u>     | <u>266,248</u>    |

### 3.5 ABASTECIMIENTO

DURANTE LOS ÚLTIMOS AÑOS SE HAN HECHO IMPORTANTES DEFINICIONES POR PARTE DEL ESTADO EN CUANTO A LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS QUE DEBEN SEGUIRSE PARA LOGRAR LOS MÍNIMOS DE BIENESTAR ALIMENTARIOS DE TODOS LOS MEXICANOS, ESTABLECIENDOSE DENTRO DEL PLAN GLOBAL DE DESARROLLO VARIAS ACCIONES Y PROGRAMAS COMO SON:

PLAN DEL SECTOR COMERCIO

SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO

PROGRAMA DE PRODUCTOS BÁSICOS

SISTEMA NACIONAL DE ABASTO

PROGRAMA:

CONASUPO-COPLAMAR

ESTOS PLANES Y PROGRAMAS SE HAN APOYADO EN DOS ESTRATEGIAS DE ACCIÓN: POR UN LADO LA ACCIÓN DIRECTA DEL ESTADO SOBRE TODO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE GRANOS BÁSICOS Y DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS EN ZONAS MARGINADAS RURALES Y URBANAS Y, POR OTRO LADO, EN LA PARTICIPACIÓN VOLUNTARIA DEL SECTOR PRIVADO PROMOVIDA POR EL ESTADO MEDIANTE ESTÍMULOS Y APOYOS DE DIVERSOS TIPOS COMO SON: PRECIOS DE GARANTÍA REDITUABLES, FLEXIBILIDAD EN EL MANEJO DE PRECIOS OFICIALES, COMPRAS EN COMÚN, APOYOS FINANCIEROS, CRÉDITOS FISCALES, ETC.

LOS AVANCES LOGRADOS A LA FECHA PARA SOLUCIONAR EL PROBLEMA DEL ABASTO POPULAR SI BIEN SON IMPORTANTES, ESTÁN

AÚN MUY LEJOS DE SIGNIFICAR LA SOLUCIÓN DEFINITIVA.

EN MÉXICO SIGUE ESTANDO PRESENTE LA PARADOJA DE QUE - LOS MÁS POBRES SON LOS QUE COMPRAN MÁS CARO, SIGUE HABIENDO ESCASEZ DE OFERTA DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS BÁSICOS-INDUSTRIALIZADOS Y SIGUE EXISTIENDO UNA EXCESIVA INTERMEDIACIÓN EN LOS PRODUCTOS PERECEDEROS Y CÁRNICOS: ASÍ, DE UNA PARTE SE DESESTIMULA LA PRODUCCIÓN POR LOS BAJOS PRECIOS QUE RECIBE EL PRODUCTOR Y, DE OTRA SE REDUCE EL CONSUMO POR LOS ALTOS PRECIOS QUE PAGA EL CONSUMIDOR.

PODRÍA RESUMIRSE QUE A PESAR DE LA CLARA DEFINICIÓN - DE OBJETIVOS DEL ESTADO EN MATERIA DE BÁSICOS, LA ADOPCIÓN DE UNA SOLUCIÓN INTEGRAL SE HA TOPADO CON LA INSUFICIENTE RESPUESTA DEL SECTOR PRIVADO A LOS APOYOS Y ESTÍMULOS OTORGADOS POR EL ESTADO, PREFIRIENDO ENFOCAR SUS ESFUERZOS A LA PRODUCCIÓN DE ARTÍCULOS CON ALTA REDITUABILIDAD, ANTES QUE SUMARSE A UN PROGRAMA MASIVO DE PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE PRODUCTOS ESENCIALES PARA EL BIENESTAR GENERAL.

POR OTRO LADO, AUN CUANDO LA ACCIÓN DIRECTA DEL ESTADO EN MATERIA DE BÁSICOS ES CRECIENTE, SIGUE SIENDO LIMITADA PARA PODER REALMENTE ABASTECER AL TOTAL DE LA POBLACIÓN Y REGULAR EFECTIVAMENTE LOS PRECIOS.

LA SITUACIÓN ANTERIOR IMPLICA HACER UN REPLANTEAMIENTO Y UN CAMBIO, NO EN LOS OBJETIVOS, SINO EN LOS MEDIOS E INSTRUMENTOS PARA ALCANZARLOS, ES NECESARIO QUE EL ABASTO Y EL ACCESO A LOS PRODUCTOS BÁSICOS SEA GARANTIZADO POR EL ESTADO, DEJANDO A LOS SECTORES SU PARTICIPACIÓN VOLUNTA---

RIA, PERO NO HACIENDO QUE EL CUMPLIMIENTO DEL PROGRAMA ESTÉ LIMITADO A ESTA PARTICIPACIÓN.

EN ESTE CONTEXTO Y DADOS LOS GRANDES VOLÚMENES DE PRODUCCIÓN QUE ES INDISPENSABLE LOGRAR EN EL CORTO PLAZO, ES NECESARIO ATACAR EL PROBLEMA DEL ABASTO POPULAR CON UNA ESTRATEGIA TOTALIZADORA, QUE INCLUYA LA CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA, LA REORIENTACIÓN DE LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL Y LOS APOYOS AL PRODUCTOR, LA COMERCIALIZACIÓN, EL TRANSPORTE, EL ALMACENAMIENTO, LA TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL Y LA DISTRIBUCIÓN HASTA EL ÚLTIMO CONSUMIDOR. ES NECESARIO DEFINIR PRECISAMENTE CUÁL SERÁ EL COMPROMISO DEL ESTADO CON LA POBLACIÓN EN CUANTO A GARANTIZAR LOS MÍNIMOS ALIMENTARIOS, QUÉ PARTICIPACIÓN DIRECTA TENDRÁ EL MISMO ESTADO Y CUÁL EL SECTOR SOCIAL, QUÉ ESTRATEGIAS Y COMPROMISOS SE DEBEN ESTABLECER EN CONJUNTO CON EL SECTOR PRIVADO Y QUE POLÍTICAS DE PRECIO-SUBSIDIO SE APLICARÁN PARA DAR ACCESO A LA POBLACIÓN DE BAJOS RECURSOS A LOS MÍNIMOS DE BIENESTAR.

UN ESQUEMA INTEGRAL DE ESTE TIPO PRÁCTICAMENTE SE HA VENIDO CONCRETANDO POR EL ESTADO A TRAVÉS DE CONASUPO EN EL CASO DE LOS GRANOS BÁSICOS: MAÍZ, FRIJOL, ARROZ Y OLEAGINOSAS, EN DONDE SE CUENTA YA CON UNA ESTRUCTURA DE CAPTACIÓN, ALMACENAMIENTO, TRANSPORTE, PLANTAS INDUSTRIALES PARRAESTATALES Y PRIVADAS Y CON UNA RED DE DISTRIBUCIÓN QUE, EN SU CONJUNTO, Y JUSTAMENTE POR SU ACCIÓN INTEGRAL, PERMITEN EN ESTE MOMENTO GARANTIZAR EN CASI TODO EL PAÍS UN PRECIO DE GARANTÍA PARA EL PRODUCTOR Y UN PRECIO JUSTO Y ESTABLE PARA EL CONSUMIDOR. NO HAY OTRA MANERA DE

MEDIR LA EFICACIA DE UN SISTEMA NACIONAL DE PRODUCCIÓN-DISTRIBUCIÓN QUE PRECISAMENTE ÉSA, LA GARANTÍA DE UN PRECIO-FINAL JUSTO AL ALCANCE DE TODOS LOS MEXICANOS.

A PARTIR DE TALES RESULTADOS PARECE EVIDENTE CONVENIR EN QUE ES NECESARIO DESARROLLAR EL MISMO ESQUEMA INTEGRAL-PARA TODOS LOS PRODUCTOS BÁSICOS QUE CONSTITUYEN LA DIETA-NECESARIA: CARNE, LECHE, HUEVO, PESCADO, FRUTAS, VERDURAS-Y PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS. A CADA UNO DEBE ASIGNARSE--UNA ESTRATEGIA, ASÍ COMO UNA ESTRATEGIA DEBE SER DEFINIDA-PARA CADA UNA DE LAS ETAPAS DEL PROCESO DE ABASTO: PRODUCCIÓN AGROPECUARIA Y PESCA, ACOPIO, TRANSPORTE, COMERCIALIZACIÓN, ALMACENAJE, TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL, DISTRIBUCIÓN, CONSUMO.

LA FALTA DE UNA ESTRATEGIA DE ESA NATURALEZA PARA ENFRENTAR EL PROBLEMA HA PROVOCADO SITUACIONES ABSURDAS DE INTERMEDIACIÓN COMO EN EL CASO DE LOS PERECEDEROS, LLEGÁNDOSE AL EXTREMO DE QUE MERCADOS COMO CHETUMAL O VILLAHERMO SA TENGAN QUE SER ABASTECIDOS A PARTIR DE LA MERCED CON PRODUCTOS QUE PROVIENEN ORIGINALMENTE DE VERACRUZ, QUE EN EL CASO DEL NOROESTE DEL PAÍS EL ABASTO DEBE PROVENIR DE GUADALAJARA, O QUE EN EL CASO DE LAS ZONAS FRONTERIZAS SE REIMPORTEN DE LOS ESTADOS UNIDOS. ES EN LOS PRODUCTOS PERECEDEROS Y CÁRNICOS EN DONDE MÁS NIVELES DE INTERMEDIACIÓN SE PRESENTAN Y MENOR CONTROL HAY DE SUS PRECIOS FINALES. SON TAMBIÉN, PRECISAMENTE, DONDE LA PARTICIPACIÓN DEL ESTADO ES NULA O APENAS INCIPIENTE.

LA ÚNICA ALTERNATIVA REAL ES EL PLANTEAMIENTO DE UNA SOLUCIÓN INTEGRAL QUE SE INICIE EN LA COMERCIALIZACIÓN EN EL CAMPO PERO QUE INCLUYA LA CONSTRUCCIÓN DE BODEGAS REFRIGERADAS, TRANSPORTE REFRIGERADO, EQUIPO ADECUADO EN EL PUNTO DE VENTA Y MECANISMOS PARA ACERCAR AL PRODUCTOR CON EL INDUSTRIAL Y EL COMERCIANTE, ELIMINANDO INNECESARIAS ETAPAS DE INTERMEDIACIÓN.

EN LA RAMA DE TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL DE PRODUCTOS BÁSICOS, EL PAÍS CUENTA CON UNA CAPACIDAD INDUSTRIAL, PRIVADA Y ESTATAL, PRÁCTICAMENTE SATURADA Y CON POCOS PROYECTOS CONCRETOS QUE PUEDAN HACER FRENTE AL DÉFICIT ACTUAL Y MUCHO MENOS AL CRECIMIENTO DE LA DEMANDA.

EN ESTA ÁREA ES INDISPENSABLE CUANTIFICAR LOS VOLUMENES DE PRODUCCIÓN REQUERIDOS YA, Y A DIVERSOS PLAZOS, PARA DETERMINAR LOS PROYECTOS E INVERSIONES INDISPENSABLES PARA LOGRARLOS.

CON BASE A LOS PROGRAMAS DE FOMENTO ESTABLECIDOS, SE CONVOCARÍA A TODOS LOS SECTORES A PARTICIPAR A TRAVÉS DE UNA LICITACIÓN ABIERTA DE LOS PROYECTOS, ESTABLECIENDO PLAZOS DEFINIDOS PARA DECIDIR SU PARTICIPACIÓN Y RESERVÁNDOSE EL ESTADO LA PARTICIPACIÓN NECESARIA PARA REGULAR EL MERCADO. AQUELLOS PROYECTOS EN LOS QUE NO EXISTÍA RESPUESTA CONCRETA DEL SECTOR PRIVADO QUEDARÍAN A CARGO DEL SECTOR SOCIAL Y DEL ESTADO O, EN SU CASO, SERÍAN OBJETO DE COINVERSIÓN ENTRE SECTORES.



EN EL OTRO EXTREMO DEL PROCESO COMERCIAL: LA DISTRIBUCIÓN AL MENUDEO, ES PROBABLEMENTE DONDE EL ESTADO MÁS HA AVANZADO PARA ASEGURAR EN FORMA DIRECTA EL ABASTO POPULAR A LA POBLACIÓN MARGINADA DE ZONAS URBANAS Y RURALES.

EL CRECIMIENTO DE LOS INSTRUMENTOS DE COMERCIALIZACIÓN DEL ESTADO HA SIDO MUY ACELERADO, CONTANDO ACTUALMENTE CON UNA EFICAZ RED DE DISTRIBUCIÓN, CON PENETRACIÓN NACIONAL, QUE ASEGURARÁ LA COBERTURA DE TODA LA POBLACIÓN RURAL MARGINADA A TRAVÉS DE 14,000 TIENDAS CAMPESINAS COMASUPO-COMPLAMAR QUE CUBRIRÁN TODAS LAS POBLACIONES DEL PAÍS CON MÁS DE 500 HABITANTES, APOYÁNDOSE EN UNA RED DE 276 ALMACENES Y MÁS DE 4,000 UNIDADES DE TRANSPORTE QUE PERMITIRÁN GARANTIZAR EL ABASTO AL SECTOR RURAL DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS BÁSICOS NO PERECEDEROS EN LUGARES DONDE SIEMPRE HABÍAN LLEGADO LOS PRODUCTOS CON MUCHA INTERMEDIACIÓN Y A ALTOS PRECIOS.

EN ESTE PROGRAMA SE HA ADOPTADO UN ESQUEMA DE RESPONSABILIDAD CON LAS COMUNIDADES EN LA OPERACIÓN, A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE COMITES RURALES DE ABASTO EN CADA UNA DE LAS 14,000 TIENDAS Y CONSEJOS COMUNITARIOS PARA CADA UNO DE LOS 276 ALMACENES, ESTE ESQUEMA ASEGURA LA OPERACIÓN EFICIENTE SIN BUROCRATISMOS, PARTICIPANDO ACTUALMENTE BAJO ÉSTE, MÁS DE 250,000 CAMPESINOS QUE MENSUALMENTE SE REÚNEN PARA VIGILAR LA OPERACIÓN DEL PROGRAMA Y QUE REPRESENTAN A UNA POBLACIÓN DEL ORDEN DE LOS 12 MILLONES DE HABITANTES.

UNA RED DE MÁS DE 350 MODERNOS SUPERMERCADOS Y 1,500 TIENDAS CONCESIONADAS BUSCÁNDOSE TAMBIÉN LA PARTICIPACIÓN DE LOS SINDICATOS OBREROS Y LAS CLASES POPULARES. ASIMISMO SE HA ESTABLECIDO UNA RED DE MÁS DE 300 BODEGAS DE MAYOREO QUE PERMITEN ABASTECER A MÁS DE 80,000 COMERCIANTES.

SI BIEN ESTA RED COMERCIAL ESTATAL CONTARÁ CON UNA IMPORTANTE PENETRACIÓN Y MAGNITUD PARA INCIDIR EN LA REGULACIÓN DEL MERCADO, ES TODAVÍA INSUFICIENTE PARA RESPONDER A LAS NECESIDADES DE LA POBLACIÓN POR LO QUE ES INDISPENSABLE DESARROLLAR UN PROGRAMA QUE PERMITA LA MODERNIZACIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO Y DEL MERCADO PÚBLICO, CONVIRTIÉNDO-- LAS EN VERDADERAS UNIDADES COMERCIALES MODERNAS QUE, CON-- TANDO CON INSTALACIONES DE REFRIGERACIÓN, PUEDAN LLEVAR -- LOS PRODUCTOS PERECEDEROS A LAS ZONAS MARGINADAS URBANAS -- Y SOBRE TODO A LA POBLACIÓN RURAL. ESTE PROCESO DE MODER-- NIZACIÓN ES INDISPENSABLE INICIARLO EN EL PEQUEÑO Y MEDIA-- NO COMERCIO PRIVADO Y CONTINUARLO EN EL COMERCIO ESTATAL -- QUE TODAVÍA SE ENCUENTRA MUY LEJOS DE PODER RESPONDER A -- LAS NECESIDADES TOTALES DE LA POBLACIÓN, SIENDO DE ESTOS -- LUGARES DE DONDE SE ABASTECE MÁS DEL 70% DE LOS MEXICANOS, LOS MÁS NECESITADOS.

SE PROPONE EL ESTABLECIMIENTO DE UN COMPROMISO CONCRETO DEL ESTADO, PARA LOGRAR LA GARANTÍA DEL ABASTO DE PRODUCTOS BÁSICOS, A TRAVÉS DE:

1. ESTABLECER COMO OBJETIVOS LA GARANTÍA DEL ABASTO DE PRODUCTOS BÁSICOS A PRECIOS BAJOS, QUE PERMITA A LA POBLACIÓN EL ACCESO A LOS MISMOS SIN ESPECULACIÓN Y -

ACAPARAMIENTO.

2. CUANTIFICAR CON TODA PRECISIÓN LA MAGNITUD DE LA DEMANDA, LOS VOLÚMENES DE PRODUCCIÓN LA IMPORTANCIÓN-NECESARIA, LOS PROGRAMAS PRODUCTIVOS QUE DEBEN LLEVARSE A CABO, LOS SISTEMAS, PROGRAMAS E INVERSIONES DE ALMACENAMIENTO, REFRIGERACIÓN Y TRANSPORTE, LOS SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN AL MAYOREO Y MENUDEO, ASÍ COMO EL PORCENTAJE QUE DEL SALARIO MÍNIMO REPRESENTARÁ CADA PRODUCTO Y LOS SUBSIDIOS E INCENTIVOS QUE SEA NECESARIO OTORGAR PARA AUMENTAR LA PRODUCCIÓN Y EL CONSUMO.
3. INTEGRAR TODOS LOS PROGRAMAS ANTERIORES EN UN "PLAN NACIONAL DE ABASTO" QUE SEÑALARÍA METAS Y COMPROMISOS CONCRETOS DEL ESTADO, PARA CADA UNO DE LOS SIGUIENTES AÑOS, ASÍ COMO LA PARTICIPACIÓN DE CADA UNO DE LOS SECTORES.
4. CONVERTIR EL PLAN NACIONAL DE ABASTO EN OBLIGATORIO A TRAVÉS DE UNA LEY ESPECÍFICA DENTRO DEL SISTEMA NACIONAL DE PLANEACIÓN QUE PROPONE EL PLAN BÁSICO DEL PARTIDO.
5. INVITAR A TODOS LOS SECTORES A TRAVÉS DE UNA "LICITACIÓN ABIERTA" DE LOS PROYECTOS CONCRETOS DÁNDOLES DE ESTÁ FORMA LA OPCIÓN A PARTICIPAR.
6. RESPONSABILIZAR AL ESTADO DE DESARROLLAR TODOS AQUELLOS PROYECTOS EN QUE EL SECTOR PRIVADO O SOCIAL NO DESEE PARTICIPAR, ASEGURÁNDOSE CON ESTO EL CUMPLIMIENTO TOTAL DEL PLAN NACIONAL DE ABASTO.

7. FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LA POBLACIÓN EN LA IMPLEMENTACION OPERATIVA Y SUPERVISIÓN DE LOS PROGRAMAS, SOBRE TODO AQUÉLLOS EN EL SECTOR RURAL EN DONDE LA PARTICIPACIÓN COMUNITARIA ES GARANTÍA DE QUE -- LOS PROGRAMAS BENEFICIARÍAN A LA POBLACIÓN, SIN BUROCRATISMO Y SIN DESVIACIONES.

ES INDISPENSABLE ENFRENTAR EN FORMA INTEGRAL EL PROBLEMA DEL ABASTO POPULAR. ES INDISPENSABLE UNA MAYOR PARTICIPACIÓN DEL ESTADO EN TODO EL PROCESO DE ABASTO. NO SE PRETENDE CON ESTO QUE SEA EL ESTADO EL QUE SE HAGA CARGO -- DE DESARROLLAR TODOS LOS PROYECTOS QUE SE REQUIEREN, SE -- PRETENDE QUE EL ESTADO SE RESPONSABILICE DE QUE TODOS ---- ELLOS SE LLEVEN A CABO.

### 3.6 ALMACENAMIENTO

LAS NECESIDADES DE ALIMENTOS BÁSICOS DE UN PAÍS SON MÁS O MENOS CONSTANTES DURANTE TODO EL AÑO, PRESCINDIENDO DEL PRECIO O DE LA EXISTENCIA DE OTROS PRODUCTOS. EN CAMBIO, EL ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS BÁSICOS ESTÁ SUJETO A MUCHAS VARIACIONES, LA PRINCIPAL DE LAS CUALES ES LA DISPONIBILIDAD ESTACIONAL DE CULTIVOS LOCALES. LAS VARIACIONES EN EL RENDIMIENTO, EN LA SUPERFICIE SEMBRADA, EN LA PRODUCCIÓN REGIONAL Y EN LA PARTE DE COSECHA REALMENTE VENDIDA SON FACTORES TODOS ELLOS QUE INTRODUCEN ELEMENTOS DE INCERTIDUMBRE Y ALTERAN LAS CONDICIONES DEL ABASTECIMIENTO. LA FUNCIÓN DEL ALMACENAMIENTO ES ABSORBER ESTAS VARIACIONES EN EL ABASTECIMIENTO, DE FORMA QUE LOS PRODUCTOS PUEDAN CANALIZARSE HACIA EL CONSUMIDOR A MEDIDA QUE ÉSTE LOS NECESITE Y A PRECIOS RAZONABLES. ESTE PROCESO ES CONSUSTANCIAL AL COMERCIO NORMAL.

DESDE QUE UN PRODUCTO SE RECOLECTA HASTA QUE FINALMENTE LLEGA AL CONSUMIDOR, ALGUIEN (AGRICULTOR, COMERCIANTE, EMPRESA TRANSFORMADORA, REPRESENTANTE, MAYORISTA) TIENE QUE TENERLO EN ALGUNA PARTE. ADMITIDO ESTO, ES INEVITABLE EL ALMACENAMIENTO, QUE SÓLO PUEDE ELUDIRSE, EN EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN, CARGANDO LA RESPONSABILIDAD A LOS ES LABONES SIGUIENTES DE LA CADENA EN UNA TRANSACCIÓN ORDINARIA DE VENTAS. CUANDO LAS INSTALACIONES DE ALMACENAMIENTO EN CONDICIONES SON INADECUADAS, LAS CONSECUENCIAS DE LA IN

CAPACIDAD GENERAL PARA RETENER EXISTENCIAS SERÁN UNA CONSIDERABLE REDUCCIÓN DE LOS PRECIOS EN LA ÉPOCA DE LA PRODUCCIÓN Y UNA SUBIDA MUY FUERTE DE LOS MISMOS AL FINAL DE TEMPORADA. ESTA VARIACIÓN ESTACIONAL ES REALMENTE MÁS ACENTUADA PRECISAMENTE EN AQUELLAS ÁREAS DONDE ESTÁN MENOS DESARROLLADAS LAS EMPRESAS COMERCIALES Y ALMACENADORAS ESPECIALIZADAS.

ES PARTICULARMENTE IMPORTANTE IMPEDIR QUE LOS PRECIOS BAJEN, POR LA IMPOSIBILIDAD DE MANTENER EXISTENCIAS, HASTA UN NIVEL EN QUE LA SUBSISTENCIA DE LOS AGRICULTORES Y, DE CONSECUENCIA, LAS POSIBILIDADES FUTURAS DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS PUEDAN QUEDAR GRAVEMENTE AMENAZADAS. DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL CONSUMIDOR, LA FUNCIÓN DEL ALMACENAMIENTO DERIVA DE LA NECESIDAD DE SATISFACER UNA DEMANDA CONTINUA DE ALIMENTOS. LOS DEPÓSITOS CON EXISTENCIAS PARA HACER FRENTE A LAS DEMANDAS DE LOS VENDEDORES AL POR MENOR SON FUNDAMENTALES EN TODAS LAS CONCENTRACIONES CONSIDERABLES DE CONSUMIDORES Y GENERALMENTE LOS ESTABLECEN LOS DISTRIBUIDORES MAYORISTAS. TRAS DE ÉSTOS DEBE HABER ALMACENES CENTRALES Y DE TRÁNSITO ADAPTADOS PARA EL ACOPIO DE PRODUCTOS DEL CAMPO O DE LAS IMPORTACIONES NECESARIAS, SEGÚN PROCEDA. LA EXISTENCIA DE INSTALACIONES ESPECIALIZADAS DE TRANSFORMACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS, COMO LAS DE MOLTURACIÓN DE CERALES Y CONSERVA DE LA CARNE, EXIGE GENERALMENTE UNA RESERVA ACTIVA DE SU MATERIA PRIMA CERCA DE TALES INSTALACIONES, PUESTO QUE EL FUNCIONAMIENTO CONTINUO Y-

ECONÓMICO DE ELLAS NO ES POSIBLE SI LAS MISMAS HAN DE MANIPULAR GRANDES CANTIDADES DURANTE ALGÚN TIEMPO Y PERMANECER INACTIVAS EN OTROS PERÍODOS. EL ACCESO A LAS INSTALACIONES ADECUADAS DE ALMACENAMIENTO ES TAMBIÉN MUY CONVENIENTE EN LOS MERCADOS AL POR MAYOR.

EN LA PRÁCTICA, LAS NECESIDADES DE ALMACENAMIENTO PARA UN MOVIMIENTO EFICAZ DE ALIMENTOS DESDE EL PRODUCTOR AL CONSUMIDOR RARAMENTE PUEDEN SATISFACERSE POR COMPLETO. TALESNecesidades son fundamentalmente dinámicas, variando a medida que la producción y la comercialización evolucionan y que se utilizan en la alimentación nuevas y más variadas formas de alimentos. La urbanización progresa rápidamente en los países en desarrollo, por lo cual habrá que enviar a las ciudades cantidades siempre crecientes de alimentos. Esto significa que el almacenamiento tendrá cada vez más importancia y que deberá adaptarse para manejar una gama más extensa de productos, incluso más alimentos perecederos, como frutas, hortalizas, huevos y carne. También se intensificarán las tendencias hacia la especialización de la producción, y las instalaciones de almacenamiento tendrán que adaptarse correspondientemente. Sin embargo, esto no significa forzosamente una mayor especialización en el almacenamiento. Por ejemplo, debido a la generalizada adopción de la congelación rápida de los pollos y el pescado es conveniente hoy día almacenar y comercializar juntos estos dos productos.

EN EL ALMACENAMIENTO DEBEN CONSIDERARSE DOS ASPECTOS-PRINCIPIALES. PRIMERO, LAS INSTALACIONES FÍSICAS NECESARIAS PARA EL ALMACENAMIENTO, SU COSTO Y EL MODO EN QUE TIENEN QUE PAGARSE; Y SEGUNDO, QUIÉN VA A ENCARGARSE DEL ASPECTO COMERCIAL DEL ALMACENAMIENTO DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

UN ALMACENAMIENTO ADECUADO DEBE SER CAPAZ DESDE EL PUNTO DE VISTA TÉCNICO DE RETENER PRODUCTOS DURANTE UN CIERTO PERÍODO DE TIEMPO EN BUEN ESTADO Y A UN COSTO RAZONABLE. LA CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO EXISTENTE EN LA MAYORÍA DE LOS PAÍSES QUE PRODUCEN GRAN PARTE DE SUS PROPIOS SUMINISTROS DE CEREALES SUELE SER GENERALMENTE LO BASTANTE GRANDE PARA CONTENER UNA CANTIDAD CASI DOBLE DE LA QUE SE RECOGE ANUALMENTE. LA MAYORÍA DE LOS AGRICULTORES TIENEN QUE RETENER TODA SU COSECHA A CUBIERTO ALGÚN TIEMPO AL MENOS HASTA QUE SE LE TRILLA, SECA Y GESTIONA SU VENTA SATISFACTORIA. DESPUÉS, LA PORCIÓN COMERCIALIZADA DE LA COSECHA LA RETIENE EL COMERCIO, LOS PROBLEMAS DE ALMACENAMIENTO NO SON PUES, SOLAMENTE CUESTIÓN DE LA EXISTENCIA DE UNA CAPACIDAD ADECUADA SINO QUE ESTA CAPACIDAD ADECUADA EXISTA EN EL LUGAR OPORTUNO EN LA ÉPOCA EN QUE SEA NECESARIO ALMACENAR EL PRODUCTO. COMO EL ALMACENAMIENTO ES PARTE DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN, SU COSTO CONTRIBUYE A FORMAR EL MARGEN ENTRE EL PRECIO QUE SE PAGA AL AGRICULTOR Y EL PRECIO QUE COBRA EL MINORISTA AL CONSUMIDOR. SI LAS INSTALACIONES MEJORADAS DE ALMACENAMIENTO TIENEN



NEN EL EFECTO DE REDUCIR LOS PELIGROS Y LAS PÉRDIDAS QUE SE PRODUCEN EN ÉL, O DE AMPLIAR EL MERCADO DE LOS PRODUCTOS EN ALMACÉN, RESULTA QUE LA INVERSIÓN EN TALES INSTALACIONES ESTARÁ PROBABLEMENTE COMPENSADA POR LAS ECONOMÍAS CORRESPONDIENTES. EN CONDICIONES MERCANTILES DE COMPETENCIA PUEDE SER POSIBLE REDUCIR EL MARGEN DE COMERCIALIZACIÓN EN MAGNITUD COMPARABLE, PARTICIPANDO EN LOS BENEFICIOS EL PRODUCTOR Y EL CONSUMIDOR.

LOS CANALES DE MERCADO TENDERÁN TAMBIÉN A DEJAR DE LADO LA CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO QUE ESTÉ EMPLAZADA INCORRECTAMENTE, PUES SU EMPLEO ENTRAÑA GASTOS EXCESIVOS DE TRANSPORTE. ERRORES DE ESTA ÍNDOLE EN EL PLANEAMIENTO DEL ALMACENAMIENTO LOS COMETEN GENERALMENTE LOS ORGANISMOS OFICIALES DE MERCADO RECIÉN ESTABLECIDOS, QUE TIENEN POCA EXPERIENCIA O INICIAN SUS ACTIVIDADES CON DATOS INADECUADOS. LAS ESTADÍSTICAS DE LA PRODUCCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS SON GENERALMENTE MALAS EN LOS PAÍSES EN DESARROLLO Y, AUNQUE ES POSIBLE QUE EXISTA UNA SERIE REGULAR DE CIFRAS RELATIVAS A MUCHOS AÑOS, ESTO NO SIGNIFICA QUE SEAN EXACTAS.

UNA DE LAS PRIMERAS TAREAS EN LA INICIACIÓN DE UN PROGRAMA DE MEJORA DEL ALMACENAMIENTO PUEDE SER EL REFORZAMIENTO DE LOS SERVICIOS DE ESTADÍSTICA AGRÍCOLA E INFORMACIÓN COMERCIAL DE UN PAÍS.

EL ALMACENAMIENTO SE EFECTÚA DENTRO DEL MARCO DE UNA ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN ESPECÍFICA; Y ES IMPORTANTE QUE SE PROCURE MEJORAR ESTA ESTRUCTURA, O LA PARTE DE ELLA

CORRESPONDIENTE AL ALMACENAMIENTO, PARTIENDO DE UN CONOCIMIENTO ADECUADO DE LA MISMA, PARA EVITAR LA DUPLICACIÓN DE INSTALACIONES O LA ADOPCIÓN DE DECISIONES CONTRADICTORIAS. CUANDO UN PARTICULAR SE DECIDE A ALMACENAR PRODUCTOS LO HACE CON LA ESPERANZA DE OBTENER BENEFICIOS PERSONALES.

SIN EMBARGO, LA POSIBILIDAD DE QUE EL AGRICULTOR O EL CONSUMIDOR SEAN EXPLOTADOS ESTÁ LIMITADA EN LA MEDIDA EN QUE EXISTA COMPETENCIA, ENTRE LOS COMERCIANTES. LAS EMPRESAS QUE RETIENEN EXISTENCIAS PARA HACER FRENTE A UN AUMENTO DEL MERCADO ADMITEN QUE RENUNCIAN A OPORTUNIDADES DE -- VENTAS QUE SUS COMPETIDORES PUEDEN APROVECHAR: SI RETIENEN DEMASIADO TIEMPO LAS EXISTENCIAS, EL PRECIO PUEDE CEDER -- DESPUÉS DE LLEGAR AL MÁXIMO, Y POR LO TANTO INCURREN EN -- COSTOS DE ALMACENAMIENTO MÁ S ALTOS SIN VENTAJA ALGUNA.

NO OBSTANTE, HAY DOS CASOS EN QUE UN SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE EMPRESAS INDEPENDIENTES EN COMPETENCIA PUEDE NO LOGRAR FACILITAR UN ALMACENAMIENTO ADECUADO PARA LAS NECESIDADES DE UN PAÍS, PRIMERO, CUANDO LA CAPACIDAD PROFESIONAL DE ESTAS EMPRESAS ES PEQUEÑA, EL SERVICIO QUE PRESTAN ES MALO Y SU COSTO SUPERIOR AL DEBIDO. SEGUNDO, CUANDO EL HACER FRENTE A NECESIDADES INESPERADAS O ANORMALES -- COMO, POR EJEMPLO, MANTENER RESERVAS DE UN AÑO PARA OTRO -- PARA PRECAVERSE CONTRA UNA MALA COSECHA, PUEDE ENTRAÑAR INVERSIONES, RETENCIÓN DE EXISTENCIAS Y RESPONSABILIDADES ARRIESGADAS MAYORES QUE LAS QUE EL COMERCIO ESTÁ DISPUESTO A SOPORTAR. EN EL PRIMERO DE ESTOS CASOS, EL GOBIERNO PUE

DE SER EL PRIMER LLAMADO A TOMAR MEDIDAS PARA ELEVAR EL NIVEL DE LOS COMERCIANTES INDEPENDIENTES Y ESTIMULAR LA COMPETENCIA Y, SI ESTAS MEDIDAS NO DAN RESULTADO, A HACERSE COMPLETAMENTE RESPONSABLE DE LA COMERCIALIZACIÓN Y EL ALMACENAMIENTO. SIN EMBARGO, CASI TODOS LOS GOBIERNOS LIMITAN SUS RESPONSABILIDADES, EN CUANTO AL ALMACENAMIENTO SE REFIERE, A COMPLEMENTAR LOS SISTEMAS EXISTENTES.

EL MANTENIMIENTO DE EXISTENCIAS DE RESERVAS LO EFECTÚAN LOS GOBIERNOS EN BIEN DE LA COLECTIVIDAD PARA MITIGAR LOS EFECTOS DE UNA REPENTINA ESCASEZ DE ALIMENTOS. ESTE SERVICIO ES TAN MÁS NECESARIO CUANTO MÁS INEFICACES SON LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN EXISTENTES. EL COSTO DEL MANTENIMIENTO DE EXISTENCIAS DE RESERVA O DE AMORTIGUACIÓN PARA HACER FRENTE A UNA COSECHA DEFICITARIA O PARA ESTABILIZAR LOS PRECIOS ES INEVITABLEMENTE MAYOR QUE EL DE UN MERCADO Y UN ALMACENAMIENTO DE MENOR ALCANCE. POR CONSIGUIENTE, UNA ORGANIZACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN DE RESERVAS DE AMORTIGUACIÓN TROPEZARÁ CON DIFICULTADES PARA ALCANZAR EL NIVEL NECESARIO DE ROTACIÓN DE LAS EXISTENCIAS SI TIENE QUE HACER ÉSTA, UN MERCADO QUE TRABAJA A COSTOS INFERIORES. POR LO MISMO, HABRÁ MENOS NECESIDAD DE RESERVAS DE AMORTIGUACIÓN EN UN MERCADO EFICAZ. LA FUNCIÓN DEL ALMACENAMIENTO ES TENER DISPONIBLES RESERVAS DE ALIMENTOS EN EL MOMENTO Y LUGAR QUE SE NECESITEN. NO ES UN FIN EN SÍ MISMO. SI LOS ABASTECIMIENTOS PUEDEN DISTRIBUIRSE RÁPIDA Y ECONÓMICAMENTE, NO HABRÁ NECESIDAD DE INMOVILIZAR CAPITAL-

EN EXISTENCIAS DE RESERVA DE LENTA SALIDA Y SE DISPONDRÁ DE FONDOS PARA UN EMPLEO DE UTILIDAD MÁS DIRECTA.

LOS PROBLEMAS DEL ALMACENAMIENTO NO SE LIMITAN A LOS PAÍSES EN DESARROLLO, PERO ES EN ELLOS EN DONDE SE NECESITA ESPECIALMENTE UN MEJOR ALMACENAMIENTO Y EN DONDE ÉSTE PUEDE TENER LAS MÁS FECUNDAS CONSECUENCIAS SOBRE LOS SUMINISTROS ALIMENTARIOS MUNDIALES. ADEMÁS, DEBIDO A LA ESCASEZ DE LOS RECURSOS DE ESTOS PAÍSES, LAS INVERSIONES EN INSTALACIONES Y SERVICIOS DE ALMACENAMIENTO, COMO CUALQUIER OTRA CLASE DE INVERSIONES, DEBEN PLANIFICARSE CON EL MÁXIMO CUIDADO Y LAS INSTALACIONES Y LOS SERVICIOS DEBEN FUNCIONAR DE LA MANERA MÁS EFICAZ POSIBLE.

#### PÉRDIDAS DURANTE EL ALMACENAMIENTO:

EL INTERÉS PÚBLICO POR EL ALMACENAMIENTO SE ENFOCA ESPECIALMENTE EN EL ASPECTO RELACIONADO CON LAS PÉRDIDAS. UNA VEZ ALMACENADOS, LOS ALIMENTOS SUFREN LOS ATAQUES DE DIVERSOS AGENTES BIOLÓGICOS, COMO INSECTOS, MOHOS, ROEDORES, Y HONGOS. SE CREE, EN GENERAL, QUE LAS PÉRDIDAS ATRIBUIBLES A TALES AGENTES SON ENORMES Y QUE SE PODRÍA OBTENER UNA NOTABLE ADICIÓN A LOS SUMINISTROS ALIMENTARIOS MUNDIALES MEJORANDO LAS CONDICIONES DE ALMACENAMIENTO. NO OBSTANTE, EXISTEN MUY POCOS CÁLCULOS FIDEDIGNOS DE LAS PÉRDIDAS QUE OCURREN EN EL ALMACENAMIENTO, Y LOS POCOS QUE EXISTEN SE APLICAN A CONDICIONES MUY CONCRETAS.

### 3.6.1. PROBLEMAS DE ALMACENAMIENTO DE LOS PAISES EN DESARROLLO

LOS CÁLCULOS DE LAS PÉRDIDAS EN EL MUNDO EN SU CONJUNTO (INCLUSO EN DETERMINADOS PAÍSES) SON EN EXTREMO ARRIESGADOS. ADEMÁS, AUNQUE LA PREVENCIÓN DE LAS PÉRDIDAS QUE ACTUALMENTE SE REGISTRAN PRODUJERA UNA ADICIÓN NETA A LOS SUMINISTROS ALIMENTARIOS LAS MEJORAS QUE ES NECESARIO HACER EN EL ALMACENAMIENTO PARA EVITAR DICHAS PÉRDIDAS SUPONDRÍAN UNOS GASTOS QUE HABRÍA QUE COMPARARLOS CON EL VALOR DE AUMENTO EQUIVALENTE EN LOS SUMINISTROS ALIMENTARIOS.

#### CAUSAS DE LAS PÉRDIDAS

GENERALMENTE SE ACEPTA QUE LAS PRINCIPALES PÉRDIDAS EN LOS ALIMENTOS ALMACENADOS EN LOS PAÍSES TROPICALES Y SUBTROPICALES LAS CAUSAS, POR ORDEN DECRECIENTE DE MAGNITUD: LOS INSECTOS, LOS ROEDORES Y LOS HONGOS. LAS PÉRDIDAS A ROEDORES Y HONGOS EN CASOS EXCEPCIONALES PUEDEN SER PREDOMINANTES, Y LOS DAÑOS CAUSADOS POR LOS PAJÁROS PUEDEN SER OCASIONALMENTE IMPORTANTES EN LA REGIÓN.

EN PRINCIPAL GRUPO DE MICROORGANISMOS NOCIVOS SON LOS HONGOS (O MOHOS DE LOS ALMACENES), PRINCIPALMENTE ESPECIES DE ASPERGILLUS Y PENICILLIUM, CUYA PROLIFERACIÓN CONDUCE EN CASOS EXTREMOS A UN VISIBLE ENMOHECIMIENTO EN LOS ALIMENTOS. EN DICHA FRASE SE APRECIA A SIMPLE VISTA EL DETE-

RIORO DE LA CALIDAD, PUEDEN APARECER MANCHAS DE COLOR ANORMAL Y ES PROBABLE QUE TAMBIÉN HAYA RECALENTAMIENTO. CUANDO OCURRE ESTO SE PRODUCE UN MOVIMIENTO ACUOSO EN LAS ZONAS SITUADAS EN TORNO AL PUNTO DE RECALENTAMIENTO Y SON INUTILIZADAS POR LOS HONGOS CANTIDADES CADA VEZ MAYORES DE ALIMENTOS.

ADEMÁS, EL CALOR DAÑA A LOS ALIMENTOS, EXISTIENDO UNA PÉRDIDA DE CALOR NUTRITIVO. LOS HONGOS EXISTENTES EN EL ALMACENAMIENTO ES PROBABLE QUE SEAN DE ESPECIAL IMPORTANCIA EN LOS TRÓPICOS HÚMEDOS, SOBRE TODO SI NO EXISTEN INSTALACIONES PARA SECAR ARTIFICIALMENTE LAS COSECHAS.

APARTE DE ESTOS DAÑOS, SE SABE AHORA QUE ALGUNAS RAZAS DE DETERMINADOS HONGOS PUEDEN PRODUCIR MICOTOXINAS, ALGUNAS DE LAS CUALES SON ALTAMENTE TÓXICAS PARA EL HOMBRE Y LOS ANIMALES. LA PRESENCIA DE AFLATOXINA, POR EJEMPLO, PUEDE HACER QUE LOS CACAHUATES (MANI) SEAN INVENDIBLES PARA CIERTOS USOS.

SE CREE QUE TODO ESTO SUCEDE EN CONDICIONES DE HUMEDAD DURANTE LA RECOLECCIÓN, PERO UN ALMACENAMIENTO DEFECTUOSO PUEDE AUMENTAR SU INCIDENCIA.

LAS PERDIDAS DEBIDAS A HONGOS DURANTE EL ALMACENAMIENTO SE HALLAN INCLUSO MENOS DOCUMENTADAS QUE LAS CAUSADAS POR INSECTOS.

HA PARECIDO CONVENIENTE CONSIDERAR POR SEPARADO LOS EFECTOS DE LOS INSECTOS Y DE LOS HONGOS SOBRE LAS PÉRDIDAS SUFRIDAS POR LOS ALIMENTOS EN CANTIDAD Y CALIDAD, PERO EXISTE UN ALTO GRADO DE INTERRELACIÓN ENTRE LOS DISTINTOS AGEN

TES BIOLÓGICOS. POR EJEMPLO, LAS INFESTACIONES DE INSECTOS Y ÁCAROS HARÁN QUE LOS CEREALES SEAN MÁS SUSCEPTIBLES AL ATAQUE DE LOS HONGOS DE LOS ALMACENES. A SU VEZ, CUANDO HAY TALES MOHOS, SURGIRÁN INSECTOS QUE SE ALIMENTAN DE ELLOS, E INDUDABLEMENTE LA PRESENCIA DE DICHS INSECTOS -- PUEDE CONSTITUIR UNA INDICACIÓN ÚTIL DE QUE EN EL PRODUCTO CRECEN TALES HONGOS, INCLUSO CUANDO NO SEAN CLARAMENTE VISIBLES. CUANDO DEBIDO A LA ACTIVIDAD DE LOS INSECTOS LOS PRODUCTOS EMPIEZAN A PUDRIRSE LA CONSIGUIENTE TRASLOCACIÓN DE LA HUMEDAD PUEDE CREAR CONDICIONES FAVORABLES PARA EL DESARROLLO DE HONGOS. EN MUCHOS CASOS, LA PUDRICIÓN SERÁ CAUSADA POR UNA COMIBANCIÓN DE INSECTOS Y HONGOS.

### 3.6.2. PREPARACION DE PRODUCTOS PARA EL ALMACENAMIENTO

EN MUCHAS ZONAS CONSTITUYE UN PROBLEMA EL HECHO DE -- PREPARAR LOS PRODUCTOS ADECUADAMENE ANTES DE ALMACENARLOS, POR LO GENERAL, ESTO TIENE SU ORIGEN EN DIFÍCILES CONDICIONES DE RECOLECCIÓN. CASI TODOS LOS AGRICULTORES APLICAN TÉCNICAS DE SECADO DE LOS PRODUCTOS EN SU PROPIA EXPLOTACIÓN, PERO ES POSIBLE QUE ÉSTAS SEAN SÓLO PARCIALMENTE EFICACES, EN ESPECIAL EN PERSISTENTES CONDICIONES DE HUMEDAD-- O SI SE TRATA DE UNA GRAN COSECHA Y SE DISPONE DE LIMITADAS INSTALACIONES DE TRABAJO Y DE SECADO. EN OTROS CASOS, LA FALTA DE EFICACIA DEPENDE DE LA LA FALTA DE CAPACITACIÓN Y DE LA DESIDIA, COMO HA SUCEDIDO POR EJEMPLO AL INTENTAR--

ALMACENAR CON UN 20 POR CIENTO DE CONTENIDO DE HUMEDAD EN RECIPIENTES HERMÉTICOS.

LA PREPARACIÓN PARA EL ALMACENAMIENTO CONSISTE PRINCIPALMENTE EN EL SECADO DEL PRODUCTO, PERO TAMBIÉN ES IMPORTANTE LA LIMPIEZA. LOS CEREALES SE DEBEN LIMPIAR ANTES DE EMPRENDERSE NINGUNA OPERACIÓN SECUNDARIA, PARA PERMITIR LA MÁXIMA EFICACIA EN LAS OPERACIONES SECUNDARIAS, COMO EL SECADO Y EL TRATAMIENTO POSTERIOR. SI LOS CEREALES TIENEN EL CONTENIDO DE HUMEDAD ADECUADA CUANDO SE ALMACENAN NO SUFRIRÁN DAÑOS A CAUSA DE HONGOS, Y DISMINUIRÁ LA POSIBILIDAD DE QUE LES CAUSEN DAÑOS LOS INSECTOS.

EL SECADO ES UN FENÓMENO COMPLEJO. FUNDAMENTALMENTE, IMPLICA EL TRASLADO DE LA HUMEDAD DESDE EL CENTRO DE LA SEMILLA HASTA LA PARTE EXTERNA, DONDE SE EVAPORA. LA HUMEDAD IRÁ DESDE EL CENTRO DE LA SEMILLA AL EXTERIOR CUANDO EXISTA UNA DIFERENCIA EN LA PRESIÓN DEL VAPOR.

LA CLAVE DEL PROCESO DE SECADO CONSISTE EN SABER MANIPULAR O REAJUSTAR LA PRESIÓN DEL VAPOR EN EL GRANO Y EN EL AIRE CIRCUNDANTE. AL ELEVARSE LA TEMPERATURA DEL GRANO HACIENDO PASAR POR ÉL AIRE CALIENTE SECO, SE CALIENTA LA SEMILLA Y SE CONVIERTE EL AGUA EN VAPOR. EL EQUILIBRIO OBTENIDO EN EL SECADO DEPENDE ÚLTIMAMENTE DE CUATRO FACTORES PRINCIPALES: HUMEDAD RELATIVA DEL AIRE, CONTENIDO DE AGUA DEL GRANO, TEMPERATURA DEL AIRE Y TEMPERATURA DEL GRANO. EL EQUILIBRIO DEL CONTENIDO DE AGUA DEL GRANO SÓLO PUEDE ALCANZARSE DESPUÉS DE MUCHO TIEMPO, YA QUE EL GRANO ES UN-



ORGANISMO VIVO QUE CAMBIA SU NATURALEZA FÍSICA Y QUÍMICA SEGÚN SU AMBIENTE.

UNA VEZ QUE SE HA ALCANZADO UN CONTENIDO DE AGUA RELATIVAMENTE INOCUO, ANTES DE ALMACENAR LOS CEREALES, PUEDE CONSERVARSE LIMITANDO LA CANTIDAD DE VENTILACIÓN O DE MOVIMIENTO DE AIRE A TRAVÉS DE LOS GRANOS. SI A CAUSA DE LA PÉRDIDA DE AGUA O DE LA INFESTACIÓN PRODUCIDA POR LOS INSECTOS EXISTIERA EXCESO DE HUMEDAD O DE CALOR, AL PUNTO QUE SEA NECESARIO AIREAR LOS GRANOS CON OBJETO DE MANTENER UNA TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO INOCUA, SERÁ PRECISO REGULAR LA HUMEDAD RELATIVA DEL AIRE CIRCULANTE PARA RETENER EL CONTENIDO DE HUMEDAD DE LOS CEREALES A UN NIVEL DE HUMEDAD SEGURO O PARA REBAJARLO HASTA DICHO NIVEL.

EXISTEN VARIOS MÉTODOS PARA EL SECADO DE LOS CEREALES. EL \*SECADO EN SILOS\* SE REFIERE AL PROCEDIMIENTO POR EL CUAL LOS CEREALES SE COLOCAN EN DEPÓSITOS DOTADOS DE CONDUCTOS O DE UN FALSO PISO QUE PERMITE INYECTAR SECCALIENTE. EN ALGUNOS CASOS, EL ALMACENAMIENTO SE EFECTÚA EN EL MISMO SILO. ESTE PROCEDIMIENTO SE SUELE USAR MÁS EN EL SECADO DE GRANOS ALMACENADOS EN LA GRANJA, YA QUE PERMITE UN USO MÚLTIPLE DEL DEPÓSITO, SIENDO EL SECADERO GENERALMENTE MÁS PEQUEÑO QUE EL QUE SE USA CON OTROS MÉTODOS.

ESTE TIPO DE SECADERO SE DENOMINA A VECES \*SECADO DISCONTINUO\*. SIN EMBARGO, SE USA MÁS FRECUENTEMENTE ESTA EXPRESIÓN CUANDO SE COLOCA UN VOLUMEN RELATIVAMENTE PEQUEÑO DE GRANO EN UNA MAQUINA DE SECAR, QUE PUEDE SER EL SECADERO DE TIPO BANDEJA O DE TIPO TAMIZ, DONDE SE SECAN SUCESI-

COMO PROBLEMA QUE SURGE AL EJECUTAR LOS PLANES DE DESARROLLO LAS DIFICULTADES DE ALMACENAMIENTO PROBABLEMENTE SE MANIFIESTAN SOBRE TODO EN FORMA DE BAJOS PRECIOS DE VENTA INMEDIATAMENTE DESPUÉS DE RECOGER LA COSECHA, AUNQUE ESTO SE DEBE MÁS A LA ESCASEZ DE FINANZAS PARA CONSERVAR LOS PRODUCTOS QUE A LA FALTA DE MEDIOS MATERIALES PARA HACERLO.

LAS COOPERATIVAS Y LOS ORGANISMOS PÚBLICOS QUE EMPIEZAN A ADQUIRIR PRODUCTOS, Y QUE ESTÁN OBLIGADOS A COMPRAR CANTIDADES VARIABLES PARA CUMPLIR SUS COMPROMISOS CON LOS MIEMBROS, O PARA MANTENER LOS PRECIOS, HAN COMPROBADO QUE LA INADECUACIÓN DEL ALMACENAMIENTO PUEDE DESTRUIR LA CONFIANZA DE LOS AGRICULTORES A QUIENES TRATAN DE SERVIR.

A MEDIDA QUE CONTINÚA LA URBANIZACIÓN Y QUE AUMENTAN LOS INGRESOS, LOS CAMBIANTES TIPOS DE CONSUMO PRODUCEN NUEVAS NECESIDADES DE ALMACENAMIENTO.

EN CIERTOS CASOS, LOS EMBARQUES DE PRODUCTOS PERECEDEROS DESDE DISTANTES ZONAS DE PRODUCCIÓN SE HAN VISTO OBSERVADOS POR FALTA DE ADECUADO ALMACENAMIENTO REFRIGERADO, A VECES HA TENIDO QUE VENDERSE EN SU TOTALIDAD UN EMBARQUE, OCASIONANDO UNA BRUSCA DISMINUCIÓN DE LOS PRECIOS, POR LO QUE LOS PRODUCTORES INTERESADOS NO HAN QUERIDO AUMENTAR SU PRODUCCIÓN.

DE LA TIERRA EN CONCEPTO DE ARRIENDO, O A UN COMERCIANTE COMO PAGO DEL CRÉDITO, SIN OBTENER NINGÚN BENEFICIO POR EL TRABAJO DEDICADO A LA DESECACIÓN. CON ARREGLO A ALGUNOS SISTEMAS DE PRECIOS OFICIALES, LOS CEREALES SE COMPRAN POR ESO SIN HACER NINGUNA DEDUCCIÓN POR EL CONTENIDO DE HUMEDAD QUE TENGAN POR ENCIMA DE UN NIVEL ESTABLECIDO, HECHO QUE ESTÁ LEJOS DE SER UN INCENTIVO DIRECTO PARA EL SECADO.

EN CIERTAS SITUACIONES, A LOS AGRICULTORES Y A LOS ORGANISMOS DE COMPRA LOCALES LES FALTAN LOS MEDIOS FINANCIEROS PARA ADQUIRIR EL EQUIPO CON QUE ES PRECISO CONTAR DADAS LAS ADVERSAS CONDICIONES DE LA RECOLECCIÓN.

LA COMPRA DEL EQUIPO NECESARIO PUEDE DEPENDER DE LA FACILITACIÓN OFICIAL DE CRÉDITO EN CONDICIONES FAVORABLES, O DE LA AYUDA EXTERIOR.

### 3.6.3. NUEVAS NECESIDADES DE ALMACENAMIENTO

ES EVIDENTE LA NECESIDAD DE DISPONER DE INSTALACIONES PARA PROTEGER A LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS CONTRA LOS DAÑOS QUE PUEDEN SUFRIR DESPUÉS DE LA RECOLECCIÓN Y CONSERVARLOS HASTA QUE LOS NECESITEN LOS CONSUMIDORES Y OTROS COMPRADORES. POR ESO, ES PROBABLE QUE LOS PRODUCTORES NO QUIERAN AUMENTAR SU PRODUCCIÓN, EXISTIENDO EL PELIGRO DE QUE ANTES DE PODER VENDER LOS PRODUCTOS SE ECHEN A PERDER POR FALTA DE UN ALMACENAMIENTO ADECUADO, O PORQUE ÉSTE CUESTE TANTO QUE EL CULTIVO SEA ANTIECONÓMICO.

COMO PROBLEMA QUE SURGE AL EJECUTAR LOS PLANES DE DESARROLLO LAS DIFICULTADES DE ALMACENAMIENTO PROBABLEMENTE SE MANIFIESTAN SOBRE TODO EN FORMA DE BAJOS PRECIOS DE VENTA INMEDIATAMENTE DESPUÉS DE RECOGER LA COSECHA, AUNQUE ESTO SE DEBE MÁS A LA ESCASEZ DE FINANZAS PARA CONSERVAR LOS PRODUCTOS QUE A LA FALTA DE MEDIOS MATERIALES PARA HACERLO.

LAS COOPERATIVAS Y LOS ORGANISMOS PÚBLICOS QUE EMPIEZAN A ADQUIRIR PRODUCTOS, Y QUE ESTÁN OBLIGADOS A COMPRAR CANTIDADES VARIABLES PARA CUMPLIR SUS COMPROMISOS CON LOS MIEMBROS, O PARA MANTENER LOS PRECIOS, HAN COMPROBADO QUE LA INADECUACIÓN DEL ALMACENAMIENTO PUEDE DESTRUIR LA CONFIANZA DE LOS AGRICULTORES A QUIENES TRATAN DE SERVIR.

A MEDIDA QUE CONTINÚA LA URBANIZACIÓN Y QUE AUMENTAN LOS INGRESOS, LOS CAMBIANTES TIPOS DE CONSUMO PRODUCEN NUEVAS NECESIDADES DE ALMACENAMIENTO.

EN CIERTOS CASOS, LOS EMBARQUES DE PRODUCTOS PERECEROS DESDE DISTANTES ZONAS DE PRODUCCIÓN SE HAN VISTO OBSERVADOS POR FALTA DE ADECUADO ALMACENAMIENTO REFRIGERADO, A VECES HA TENIDO QUE VENDERSE EN SU TOTALIDAD UN EMBARQUE, OCASIONANDO UNA BRUSCA DISMINUCIÓN DE LOS PRECIOS, POR LO QUE LOS PRODUCTORES INTERESADOS NO HAN QUERIDO AUMENTAR SU PRODUCCIÓN.

### 3.6.4. DIFICULTADES EN LA PLANIFICACION DEL ALMACENAMIENTO

AUNQUE EN CASI TODOS LOS PAÍSES EN DESARROLLO SE ESTÁN REALIZANDO ESFUERZOS PARA ESTABLECER NUEVAS INSTALACIONES DE ALMACENAMIENTO CON OBJETO DE HACER FRENTE A LAS NECESIDADES DEL DESARROLLO, NO TODOS SE HAN ADAPTADO A LAS CONDICIONES LOCALES. EN ALGUNOS HA HABIDO UN DESPILFARRO CONSIDERABLE DE LOS ESCASOS RECURSOS DE INVERSIÓN.

LAS DIFICULTADES ESPECIALES CON QUE TROPIEZAN LOS PAÍSES EN DESARROLLO AL PLANIFICAR EL ALMACENAMIENTO INCLUYEN:

- A) FALTA DE DATOS ADECUADOS SOBRE PRODUCCIÓN, PRECIOS, GASTOS DE TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO, CORRIENTE DEL MERCADO Y ALMACENES EXISTENTES;
- B) IGNORANCIA OFICIAL DEL SISTEMA Y MÉTODOS DE MERCADEO, JUNTO CON ERRÓNEAS IDEAS SOBRE LOS INTERMEDIARIOS, ACAPARAMIENTO, ESPECULACIÓN, ETC.;
- C) AUSENCIA DE UNA POLÍTICA CLARA, POR EJEMPLO, SOBRE LOS INTERESES DE LOS PRODUCTORES Y CONSUMIDORES, RESPONSABILIDADES DEL ESTADO Y DEL COMERCIANTE PRIVADO;
- D) PROBLEMAS CAUSADOS POR LA ESCASEZ DE FINANZAS;
- E) ESCASEZ DE EXPERTOS TÉCNICOS.

HAN SIDO GRAVES LOS ERRORES COMETIDOS AL DETERMINAR LA SITUACIÓN Y CAPACIDAD DE LAS NUEVAS UNIDADES DE ALMACENAMIENTO, EN LOS CASOS EN QUE LAS GRANDES EMPRESAS O LOS GOBIERNOS HAN TRATADO DE OFRECER SERVICIOS DE ALMACENAMIENT

TO PÚBLICO EN ZONAS EN DONDE NO LOS HABÍA HABIDO PREVIAMENTE, MUCHAS DE LAS PLANTAS CONSTRUIDAS EN TALES CONDICIONES HAN SIDO EMPLAZADAS MAL, Y COMO RESULTADO SE HAN UTILIZADO MUY POR DEBAJO DE LO QUE JUSTIFICA SU CAPACIDAD O, SI SE USARON AL MÁXIMO, SE HALLARON CONTINUAMENTE SOMETIDAS A INCONVENIENTES DE TIPO FUNCIONAL. SON BIEN CONOCIDOS LOS -- EJEMPLOS DE SILOS DE HORMIGÓN QUE RARA VEZ CONTINEN CEREALES. TODAVÍA HAY CASOS DE ALMACENES OFICIALES CONSTRUIDOS -- HACE DIEZ AÑOS, QUE PERMANECEN VACÍOS EL 90 POR CIENTO DEL TIEMPO.

NO SIEMPRE SE HA INVESTIGADO POR COMPLETO EL SISTEMA DE TRANSPORTE ENTRE EL LUGAR DE PRODUCCIÓN EL ALMACENAMIENTO Y EL PUNTO DE CONSUMO. LOS ALMACENES DE CEREALES -- SE HAN CONSTRUIDO EN PUNTOS INACCESIBLES PARA LOS PRODUCTORES DURANTE CIERTAS TEMPORADAS DEL AÑO A CAUSA DE LAS MALAS CARRETERAS. LA CONCENTRACIÓN DE LAS INSTALACIONES Y -- SERVICIOS DE ALMACENAMIENTO EN LOCALIDADES CENTRALES HA DADO LUGAR A QUE LOS CEREALES SE TRAIGAN DESDE LA ZONA PRODUCTORA DESPUÉS DE LA RECOLECCIÓN Y SE VUELVAN A LLEVAR DESPUÉS A LA ZONA DE PRODUCCIÓN INCURRIENDO DE ESTE MODO EN UNA DOBLE CARGA DE INNECESARIOS GASTOS DE TRANSPORTE.

FRECUENTEMENTE, LA MODALIDAD DE MANIPULACIÓN DE LOS CEREALES EN UNA ZONA NO SE ADAPTA AL ALMACENAMIENTO EN GRAN ESCALA EN TODOS LOS CEREALES. SE HAN ADOPTADO DECISIONES PARA CONSTRUIR SILOS ALTAMENTE MECANIZADOS... QUE REFLEJEN UNA RELACIÓN ENTRE LOS GASTOS DE CAPITAL Y LA MANO DE OBRA COM

PLETAMENTE DISTINTA DE LA PREDOMINANTE EN EL PAÍS INTERESADO.

EL TIPO \*ALTAMENTE MECANIZADO\* DE ALMACEN DE CEREALES ELIMINA GRAN PARTE DE LA MANO DE OBRA, PERO SUPONE EL EMPLEO CALIFICADO DURANTE TODO EL AÑO, AUNQUE SÓLO ACTÚE DURANTE UN PERÍODO LIMITADO. LAS CARGAS NECESARIAS PARA CUBRIR LOS GASTOS QUE OCASIONA PUEDEN SER TAN ALTAS QUE DISUADAN A LOS USUARIOS COMERCIALES, AUMENTANDO DE ESTE MODO SUS DIFICULTADES. LOS PROBLEMAS DE MANTENIMIENTO AUMENTAN EN LOS PAÍSES EN DESARROLLO, ESPECIALMENTE EN LO REFERENTE AL EQUIPO DE ALMACENAMIENTO MÁS COMPLICADO, MUCHOS ALMACENES REFRIGERADOS DE LOS PAÍSES EN DESARROLLO NO FUNCIONAN POR FALTA DE PIEZAS DE REPUESTO O DE PERSONAL CALIFICADO QUE SE OCUPE DE LOS TRABAJOS DE MANTENIMIENTO.

ALGUNAS INVERSIONES EN ALMACENAMIENTO MAL HECHAS REFLEJAN LA APARICIÓN DE SITUACIONES QUE PARECÍAN IMPROBABLES CUANDO SE EMPRENDIÓ EL PROYECTO.

EJEMPLO DE ESTO SON LOS CAMBIOS RADICALES EN LA DEMANDA Y LOS PRECIOS, QUE INVIRTIERON LAS TENDENCIAS DE PRODUCCIÓN DESPUÉS DE HABERSE CONSTRUIDO LA PLANTA, O EL ABANDONO INVOLUNTARIO DE UN PROGRAMA DE DESARROLLO EN EL QUE LA PLANTA HABRÍA DESEMPEÑADO UNA FUNCIÓN CLAVE. SIN EMBARGO, EN ALGUNOS CASOS LOS PATROCINADORES SE HAN FIADO MUCHO TAMBIÉN DE ASESORES PROFESIONALES QUE CONCEDÍAN UN VALOR INDEBIDO A LA EFICACIA TÉCNICA FRENTE A LA ECONÓMICA, O QUE PUEDEN HABER PASADO POR ALTO UNA ACTITUD IMPROCEDENTE DE LAS AUTORIDADES PÚBLICAS ANSIOSAS DE REALIZAR UNA EMPRESA →

DE UN MODO RÁPIDO Y ESPECTACULAR.

TAMBIÉN SE DEBE PRESTAR ATENCIÓN AL OBJETIVO DE MODIFICAR LAS NECESIDADES DE ALMACENAMIENTO POR MEDIO DE UN PERFECCIONAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN Y LOS PROCEDIMIENTOS DE MANIPULACIÓN. A VECES, LA PRESIÓN ESTACIONAL SOBRE LAS INSTALACIONES Y MEDIOS DE ALMACENAMIENTO EXISTENTES SE PUEDE PREVENIR MEDIANTE MEDIDAS PARA CAMBIAR EL RÉGIMEN DE PRODUCCIÓN. ASÍ SE HA LOGRADO QUE LA PRODUCCIÓN DE HUEVO SEA MÁS UNIFORME DURANTE TODO EL AÑO REAJUSTANDO LOS CALENDARIOS DE CRÍA, PROPORCIONANDO PIENSOS ADICIONALES Y USANDO LUZ ARTIFICIAL. IGUALMENTE, LA CREACIÓN DE TÉCNICAS DE CONGELACIÓN Y SECADO DE HUEVOS, Y LA CRECIENTE DEMANDA DE HUEVO ASÍ TRATADOS POR PARTE DE ABASTECEDORES Y FABRICANTES, HAN LIMITADO LA NECESIDAD DE CONSERVAR HUEVOS EN CÁSCARA.

A VECES LAS DIFICULTADES DEL ALMACENAMIENTO AUMENTA A CAUSA DE LAS POLÍTICAS DE LOS GOBIERNOS.

POR EJEMPLO, LA SERIE DE DESPLAZAMIENTOS IMPUESTOS POR UN DETERMINADO PLAN DE PRECIOS PUEDE REQUERIR QUE LOS SUMINISTROS VAYAN DESPUÉS DE LA COSECHA A UN ALMACÉN COLECTOR LOCAL, LUEGO AL ALMACÉN OFICIAL Y, POR ÚLTIMO, A LOS ALMACENES DE LAS FÁBRICAS Y DE LOS DISTRIBUIDORES, EN LUGAR DE PERMITIR QUE PARTE DE LOS PRODUCTOS VAYAN DIRECTAMENTE DESDE LA EXPLOTACIÓN A LA FÁBRICA, REDUCIENDO DE ESTE MODO LA CAPACIDAD TOTAL DE ALMACENAMIENTO REQUERIDA.



### 3.7 DISTRIBUCION

ENTRE LA GENERALIDAD, COMO ENTRE LOS EXPERTOS, SE HA-  
EXTENDIDO LA IDEA DE QUE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUC-  
TOS AGROPECUARIOS EN MÉXICO ES MUY DEFICIENTE, LO QUE PRO-  
DUCE MUCHO DESPERDICIO Y PRECIOS AL MENUDEO INNECESARIAMEN-  
TE ELEVADOS; Y QUE EL CAMPESINO DEBERÍA ESTAR RECIBIENDO -  
UNA PROPORCIÓN MÁS ALTA DEL PRECIO FINAL DE SUS PRODUCTOS-  
DE LA QUE PERCIBE ACTUALMENTE. EN LA PRENSA Y EN LOS DIS-  
CURSOS DE LOS POLÍTICOS CONSTANTEMENTE SE ESTÁN CITANDO CA-  
SOS DE ALGÚN ARTÍCULO QUE EL CAMPESINO VENDE POR X CANTIDAD  
DE PESOS, PERO QUE CUANDO LLEGA A MANOS DEL CONSUMIDOR SU-  
COSTO ES DE 5 O INCLUSO 10 VECES MÁS. ESTA TREMENDA DIFE-  
RENCIA ENTRE EL PRECIO INICIAL DEL CAMPESINO Y EL PRECIO -  
FINAL DE REVENTA, NO SE REFIERE ÚNICAMENTE A UNOS CUANTOS-  
PRODUCTOS, SINO A LA GRAN MAYORÍA DE LOS ARTÍCULOS AGRÍCO-  
LAS Y PECUARIOS. OBVIAMENTE, SI EL MARGEN SE PUDIERA REDU-  
CIR, EL CONSUMIDOR SALDRÍA BENEFICIADO Y EL PRODUCTOR TAM-  
BIÉN. POR LO TANTO, EL PROBLEMA ES VER QUÉ MEDIDAS PRÁCTI-  
CAS PUEDEN TOMARSE PARA OBTENER EL RESULTADO QUE SE DESEA.  
LA TAREA QUE TENEMOS ANTE NOSOTROS NO ES FÁCIL, PORQUE SI-  
LO FUERA YA SE HUBIERA HECHO ALGO POSITIVO DESDE HACE MU-  
CHO TIEMPO, Y TODAVÍA PERSISTEN EN FORMA NOTABLE LOS MÁRGE-  
NES ELEVADOS.

LA PALABRA COMERCIALIZACIÓN CUBRE BASTANTES FUNCIONES-  
Y ACTIVIDADES DIFERENTES. PARTIENDO DE LA UNIDAD DE PRODUC

CIÓN HASTA LLEGAR AL CONSUMIDOR, ESTAS FUNCIONES PUEDEN SER POCAS Y NO MUY COSTOSAS, O MÚLTIPLES Y COSTOSAS. CONSIDEREMOS EL CASO DE UN NIÑO QUE CORTA GUAYABAS DE UN ÁRBOL, - LAS LLEVA AL PUEBLO Y LAS VENDE EN LA ESQUINA DE UNA CA--- LLE. SUS GASTOS DE DISTRIBUCIÓN SE REDUCEN A CERO Y LO -- QUE OBTIENE DE LA VENTA DE LAS GUAYABAS LO REMUNERA DE SU TRABAJO DE HABERLAS CORTADO. EL CULTIVO DE LEGUMBRES EN UNA PEQUEÑA HORTALIZA NO ES MUCHO MÁS ELABORADO Y NO ES DIFÍCIL VENDERLAS EN EN EL MERCADO LOCAL. A CONTINUACIÓN PA SEMOS A CONSIDERAR EL MAÍZ: LA PLANTA TIENE QUE CULTIVARSE, LAS MAZORCAS DEBEN SER COSECHADAS SECADAS Y DESGRANADAS, EL GRANO HA DE CONVERTIRSE EN MASA, Y ÉSTA FINALMENTE SE ---- TRANSFORMA EN TORTILLAS. AQUÍ NO SÓLO INTERVIENE EL PROBLEMA DEL TRASPORTE SINO TAMBIÉN EL DEL PROCESO, Y PROBABLEMENTE EL DEL ALMACENAMIENTO DE PARTE DEL GRANO DE UNA COSECHA A LA OTRA.

PARA ALGUNOS OTROS PRODUCTOS, ESTA CADENA DE FUNCIONES ES TODAVÍA MÁS ELABORADA: LA LECHE SE RECOGE DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN Y SE TRANSPORTA A LA PLANTA EN DONDE SE FILTRA, SE ENFRÍA, SE PASTEURIZA Y SE ENVASA EN BOTELLAS O ENVASES DE CARTÓN, DESPUÉS DE LO CUAL SE LLEVÁ A LAS TIENDAS O LECHERÍAS, EN DONDE SE PUEDE ALMACENAR EN REFRIGERADORES HASTA QUE SE VENDE. LA CAÑA DE AZÚCAR SE TRANSPORTA DEL CAMPO AL INGENIO, EN DONDE SE MUELE Y DESPUÉS PASA POR DIFERENTES PROCESOS DE EVAPORACIÓN, DEPURACIÓN Y CRISTALIZACIÓN ANTES DE ENTRAR AL DEPARTAMENTO DE REFINACIÓN PARA SALIR CONVERTIDA EN AZÚCAR, LA QUE, EMPACADA EN COSTALES,-

SE ENVÍA A LOS ALMACENES Y A LOS DISTRIBUIDORES. ESTOS A SU VEZ, LA EMPACAN EN PEQUEÑAS BOLSAS U OTRO TIPO DE ENVASES Y LA ENVÍAN A LAS TIENDAS. OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS MÁS REFINADOS TIENEN QUE PASAR POR PROCESOS MÁS COMPLICADOS, QUE PUEDEN REPRESENTAR OPERACIONES BASTANTES COSTOSAS. AL CONJUNTO DE ESTAS ACTIVIDADES SE LE DA EL NOMBRE DE "INDUSTRIALIZACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN".

SIN EMBARGO, PARA FACILITAR LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA, ESTAS DIFERENTES FUNCIONES PUEDEN AGRUPARSE EN CUATRO CATEGORÍA: TRANSPORTE, PROCESO, ALMACENAJE Y VENTA. DESDE LUEGO CADA UNA DE ESTAS FUNCIONES PUEDE REPETIRSE MÁS DE UNA VEZ ANTES DE QUE EL PRODUCTO SEA FINALMENTE CONSUMIDO.

LA LECHE SE TRANSPORTA A LA PLANTA PASTEURIZADORA, DE ALLÍ A LA TIENDA Y DE LA TIENDA A LA CASA. PUEDE ALMACENARSE EN LA PLANTA Y EN LA TIENDA POR PERÍODOS LIMITADOS. ES VENDIDA POR EL CAMPESINO, POR LA PLANTA PASTEURIZADORA Y POR EL TENDERO. ALGUNOS PRODUCTOS PUEDEN SER VENDIDOS CINCO O SEIS VECES ANTES DE LLEGAR AL CONSUMIDOR, Y CADA VENDEDOR TIENE QUE OBTENER UNA GANANCIA.

### 3.7.1. LOS COSTOS DE LA ELABORACION Y LA DISTRIBUCION

ALGUNAS PERSONAS TIENEN LA TENDENCIA A PASAR POR ALTO EL HECHO DE QUE EL PROCESO Y LA DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS REPRESENTAN GASTOS QUE SON INEVITABLES Y LEGITIMOS, ASÍ

COMO EN ALGUNOS CASOS HAY ACTIVIDADES QUE SON SUPERFLUAS CONFORME LA SOCIEDAD HUMANA SE VA HACIENDO MÁS COMPLEJA, ESTOS GASTOS INEVITABLES SE VUELVEN MÁS NUMEROSOS. LA URBANIZACIÓN AUMENTA LOS COSTOS DE TRANSPORTE, Y LA TENDENCIA DE UNA MAYOR CANTIDAD DE MUJERES A BUSCAR TRABAJO REMUNERADO INCREMENTA LA DEMANDA DE LOS ALIMENTOS EMPACADOS YA COCINADOS, QUE NATURALMENTE REQUIEREN MAYOR PROCESO. EN POCAS PALABRAS, AUMENTA EL NÚMERO DE ETAPAS POR LAS QUE PASA EL ARTÍCULO ENTRE EL CAMPESINO Y EL CONSUMIDOR, Y ESTO TIENE INEVITABLEMENTE A ELEVAR LOS COSTOS.

NO OBSTANTE, SE PUEDE OBSERVAR UNA TENDENCIA OPUESTA: LA RACIONALIZACIÓN DE ALGUNAS DE LAS FUNCIONES DE PROCESO-ALMACENAJE Y TRANSPORTE. ASÍ EN LOS ÚLTIMOS TREINTA AÑOS LAS INNOVACIONES TÉCNICAS HAN REDUCIDO LOS COSTOS, POR --- EJEMPLO, DE LA MOLIENDA DEL TRIGO, PARA OBTENER LA HARINA, Y DEL PROCEDIMIENTO DE HACER PAN DE ESTA ÚLTIMA. LA TRANSPORTACIÓN DE LECHE A GRANEL EN PIPAS ES MÁS BARATA QUE EL TRANSPORTE ANTIGUO QUE SE HACÍA EN BIDONES. EL EMPLEO DE CARGADORAS MECÁNICAS PARA ALMACENAR LOS PRODUCTOS Y SACARLOS NUEVAMENTE DEL ALMACÉN HA REPRESENTADO UNA ECONOMÍA EN LOS GASTOS DE MANEJO DE LA MERCANCÍA. SE PODRÍAN DAR MUCHÍSIMOS EJEMPLOS MÁS. SIN EMBARGO, AUNQUE ES IMPORTANTE REALIZAR ESTAS ECONOMÍAS, SU RESULTADO NO HA SIDO SUFICIENTE PARA COMPENSAR LA TENDENCIA OPUESTA HACIA EL AUMENTO --- EN LOS COSTOS DE ELABORACIÓN: EL PAN REBANADO Y EMPACADO, LA LECHE PASTEURIZADA Y HOMOGENIZADA, LOS ALIMENTOS COMBI-

NADOS YA PREPARADOS PARA LOS BEBÉS, LA HARINA PREPARADA PARA PASTELES Y PASTELILLOS, EL CAFÉ INSTANTÁNEO, LAS PAPAS YA PELADAS, EL PESCADO EMPANIZADO Y FRITO, LAS RACIONES DE CARNE O PIEZAS DE POLLO YA COCIDAS Y EMPACADAS, ETC, ETC.

DESDE LA COMPRA INICIAL AL PRODUCTOR, PASANDO POR EL ALMACENAJE Y EL MANEJO DE LOS PRODUCTOS HASTA QUE LLEGAN AL CONSUMIDOR, EXISTEN SERIOS PROBLEMAS EN CIERTOS PUNTOS DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN, LOS CUALES, SI SE RESOLVIERAN AUNQUE FUERA PARCIALMENTE, BENEFICIARÍAN A LOS CAMPESINOS Y, POR SUPUESTO, A SUS INGRESOS. ESTOS PROBLEMAS NO SON FÁCILES DE SOLUCIONAR, YA QUE HAN SIDO CREADOS POR NUMEROSOS FACTORES, MUCHOS DE LOS CUALES ESTÁN PROFUNDAMENTE VINCULADOS CON LAS TRADICIONES DEL CAMPO.

NO OBSTANTE, SERÍA POSIBLE INICIAR REFORMAS QUE POCO A POCO IRÍAN MEJORANDO LA SITUACIÓN EN FORMA CONSIDERABLE.

TENEMOS EN PRIMER LUGAR EL PRECIO QUE OBTIENE EL CAMPESINO "A LAS PUERTAS DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN", COMO SE LES DESCRIBE.

MIENTRAS EN LOS PAÍSES EN QUE LA COMERCIALIZACIÓN ESTÁ MUY BIEN ORGANIZADA, LOS PRECIOS VIGENTES SON DEL CONOCIMIENTO TANTO DEL VENDEDOR COMO DEL COMPRADOR, EN TODAS LAS DEMÁS SITUACIONES SIEMPRE HAY OPORTUNIDAD DE REALIZAR NEGOCIOS POCO JUSTOS. ESTO SE PUEDE DEBER A LA IGNORANCIA DEL CAMPESINO EN CUANTO AL VALOR REAL DEL PRODUCTO, A QUE ESTÁ SATURADO DE PRODUCTOS QUE PUEDEN DESCOMPONERSE Y TIENE QUE VENDER RAPIDAMENTE, A LAS PRESIONES SIN ESCRÚPULOS

IMPUESTAS POR LOS COMPRADORES, O A OTRAS CIRCUNSTANCIAS. -  
TODAVÍA NO HACE MUCHO TIEMPO QUE ESA ERA LA SITUACIÓN REI-  
NANTE CON RESPECTO A LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS BÁSICOS EN MÉ-  
XICO, Y LA MAYORÍA DE LOS CAMPESINOS GENERALMENTE ERAN EX-  
PLOTADOS.

GRADUALMENTE FUE POSIBLE ADQUIRIR CONOCIMIENTOS COMER-  
CIALES, SOBRE TODO ENTRE LOS PRODUCTORES DE LOS DISTRITOS-  
DE RIEGO Y ENTRE LOS OPERADORES DE LAS PLANTACIONES. A FI-  
NALES DE LA DÉCADA DE LOS CINCUENTAS Y A PRINCIPIOS DE LOS  
SESENTAS, LA AMPLIACIÓN DEL SISTEMA DE PRECIOS DE GARANTÍA  
PARA CIERTOS PRODUCTOS Y LA CREACIÓN DE LA CONASUPO, QUE  
TENÍA COMO UNO DE SUS PROPÓSITOS HACER EFECTIVOS DICHS -  
PRECIOS, CONTRIBUYERON MUCHO A REDUCIR LAS OPORTUNIDADES -  
DE EXPLOTACIÓN. TAMBIÉN HAN AYUDADO LAS TRANSMISIONES DE-  
RADIO QUE DIFUNDEN LOS PRECIOS EN FORMA DIARIA Y SEMANAL. -  
ES VERDAD QUE LA CONASUPO SÓLO COMPRA UN PEQUEÑO PORCENTA-  
JE, INCLUSO DE LOS PRODUCTOS BÁSICOS, PERO LA INFLUENCIA -  
NIVELADORA QUE EJERCE LA SIMPLE EXISTENCIA DE LA CONASUPO-  
ES MUCHO MÁS GRANDE DE LO QUE LOS PORCENTAJES PODRÍAN SUGERIR

NO OBSTANTE LO ANTERIOR, TODAVÍA QUEDA MUCHO POR HACER  
ESPECIALMENTE PARA AYUDAR A LOS PRODUCTORES DE LAS ZONAS -  
REMOTAS DEL PAÍS.

POR EJEMPLO, SE HA DADO PUBLICIDAD AL CASO DE LOS CA-  
FETALEROS A PEQUEÑA ESCALA DE CHIAPAS, QUE LLEGAN A CAMI--  
NAR MUCHOS KILÓMETROS, CARGANDO CADA UNO UN SACO DE CAFÉ A  
SUS ESPALDAS, HASTA EL POBLADO MÁS CERCANO, EN DONDE LOS -

COMPRADORES PUEDEN EJERCER UNA PRESIÓN TREMENDAMENTE INJUSTA PARA QUE BAJEN SUS PRECIOS, EXPLOTANDO LA IMPOTENCIA Y A VECES LA IGNORANCIA DE LOS CAMPESINOS Y SU COMPENSABLE RENUNCIA A CARGAR NUEVAMENTE DE REGRESO EL SACO DE CAFÉ POR TANTOS KILÓMETROS. ES CIERTO QUE PARA INTERVENIR EN ESTA SITUACIÓN, EL INSTITUTO MEXICANO DEL CAFÉ HA ESTABLECIDO UNA SERIE DE CENTROS RECOLECTORES, EN DONDE EL CAFÉ SE COMPRO A LOS PRECIOS OFICIALES FIJADOS PARA CADA CALIDAD. PERO ESTO SÓLO HA RESUELTO EL PROBLEMA EN PARTE. UNA DE LAS RAZONES ES QUE SE NECESITA UN NÚMERO MUCHO MÁS GRANDE DE CENTROS RECOLECTORES, YA QUE EN MUCHAS ZONAS ÉSTOS ESTÁN DEMASIADO LEJOS DE LOS LUGARES EN DONDE VIVEN LOS PRODUCTORES DE CAFÉ. OTRA RAZÓN ES QUE LOS CAMPESINOS SE QUEJAN MUCHO DE LA FORMA EN QUE SON ADMINISTRADOS LOS CENTROS, Y ALEGAN QUE LOS COMPRADORES OFICIALES, AFIRMAN QUE LA CALIDAD DEL PRODUCTO ES MALA, QUE EL GRANO DE CAFÉ ESTÁ ESTROPEADO, ETC. HACEN MUCHAS DEDUCCIONES QUE NO TIENEN JUSTIFICACIÓN, COMO CONSECUENCIA, MUCHOS DE ELLOS PREFIEREN SERVIRSE DE LOS COMPRADORES PARTICULARES, QUE POSIBLEMENTE NO LES OFREZCAN UN PRECIO TAN BUENO, PERO QUE DISCUTEN MENOS.

SE ESCUCHAN QUEJAS SEMEJANTES CONTRA LA CONASUPO CON RESPECTO A SUS COMPRAS DE ARROZ, MAÍZ Y FRIJOL, PARTICULARMENTE EN EL SENTIDO DE QUE LAS DEDUCCIONES QUE HACE DE LOS PRECIOS OFICIALES SON ARBITRARIAS Y CUANTIOSAS EN MUCHOS CASOS. ES DIFÍCIL LOGRAR HONESTAMENTE UN TÉRMINO MEDIO DE

TODAS ESTAS AFIRMACIONES: POSIBLEMENTE HAY COMPRADORES -- OFICIALES CUYOS ACTOS NO ESTÁN COMPLETAMENTE LIBRES DE SOSPECHA, Y TAMBIÉN ES CIERTO QUE MUCHOS CAMPESINOS PRETENDEN VENDER PRODUCTOS DE INFERIOR CALIDAD (IMPUREZAS, HUMEDAD, ETC.) AL MISMO PRECIO QUE RIGE PARA LOS DE CLASE SUPERIOR, Y SE IMAGINAN QUE ESTOS SUBTERFUGIOS TIENEN ALGUNA LEGITIMIDAD CUANDO SE DIRIGEN A UNA DEPENDENCIA DEL SECTOR PÚBLICO Y NO A UNA EMPRESA PRIVADA.

LA CUESTIÓN DE LAS COMPRAS TAMBIÉN SURGE CUANDO SE -- TRATA DE LEGRUMBRES Y FRUTAS, ESPECIALMENTE EN LOS DISTRICTOS EN DONDE LOS MINIFUNDISTAS, YA SEAN EJIDALES O PARTICULARES, SÓLO TIENEN PARA VENDER CANTIDADES MUY PEQUEÑAS EN CUALQUIER MOMENTO DETERMINADO. EN AQUELLOS LUGARES EN DONDE NO VALE LA PENA CARGAR ESTAS CANTIDADES TAN PEQUEÑAS - AL MERCADO LOCAL, O DONDE ÉSTE ESTÁ DEMASIADO LEJOS, HAY - INTERMEDIARIOS QUE VIAJAN DE UNA UNIDAD A OTRA, COMPRANDO TRES PEPINOS AQUÍ UN KILO DE JITOMATE ALLÁ Y UNOS CUANTOSGRAMOS DE CHILE EN OTRO LUGAR.

LOS CAMPESINOS NO TIENEN IDEA DE CUÁL PUEDA SER EL -- PRECIO ADECUADO, Y EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS SE VEN OBLIGADOS A ACEPTAR EL QUE LES OFRECE EL COMPRADOR AMBULANTE. - POR OTRA PARTE, MUY POCOS DE ESTOS COMPRADORES SE HACEN RICOS, PORQUE ELLOS TAMBIÉN TIENEN SUS DIFICULTADES, VIÉNDOSE OBLIGADOS A VENDER LOS PRODUCTOS EN UN MERCADO QUE UN DÍA PUEDE SER FAVORABLE Y OTRO DÍA MALO. LAS DEFICIENCIAS DE ESTE SISTEMA PUEDEN IRSE REDUCIENDO POCO A POCO, CON --



FORME EL PROGRAMA DE CONSTRUCCIÓN DE CAMINOS RURALES SE INTRODUCAN HASTA LAS ZONAS MÁS REMOTAS DEL PAÍS, Y LOS CAMPESINOS ESTÉN MÁS INSTRUIDOS Y CONSCIENTES DE LOS PRECIOS DEL MERCADO. MIENTRAS TANTO DEBERÍA HACERSE ALGO POR CREAR LA POSIBILIDAD DE QUE SE AMPLÍE LA AYUDA A ESTOS PRODUCTORES A PEQUEÑA ESCALA. EN JAMAICA, DONDE HACE TODA VÍA ALGUNOS AÑOS EXISTÍA UN PROBLEMA SIMILAR AL DE AQUÍ, EL GOBIERNO INICIÓ UN PROGRAMA DE CENTROS RECOLECTORES PRINCIPALMENTE PARA LEGUMBRES Y FRUTAS Y PARTICULARMENTE EN LAS ZONAS MÁS REMOTAS DONDE LOS CAMPESINOS PODÍAN LLEVAR SUS PEQUEÑAS CANTIDADES DE PRODUCTOS Y VENDERLOS A LOS INTERMEDIARIOS E INCLUSIVE DIRECTAMENTE AL PÚBLICO, A PRECIOS QUE ERAN DADOS A CONOCER CLARAMENTE TODOS LOS DÍAS. MUCHOS DE ESTOS CENTROS OFRECÍAN EL SERVICIO DE CLASIFICACIÓN Y EMPAQUE, CON COSTALES Y CAJAS ADECUADAS PARA CADA UNO DE LOS DIFERENTES ARTÍCULOS, Y ASÍ LOS CAMPESINOS O LOS INTERMEDIARIOS PODÍAN EMPACAR SUS PRODUCTOS PARA ENVIARLOS A LOS CENTROS URBANOS, REDUCIENDO DE ESTA FORMA LAS OPORTUNIDADES DE QUE SE ESTROPEARAN O SUFRIERAN MERMAS DURANTE EL TRANSPORTE.

ALGUNOS DE ESTOS CENTROS CONTABAN CON UNA LIMITADA CANTIDAD DE ESPACIO PARA ALMACENAR POR DÍA O DOS LA PRODUCCIÓN QUE NO SE VENDÍA.

EN MÉXICO SE PUEDEN ENCONTRAR UNOS POCOS CASOS AISLADOS DE PROYECTOS DE ESTA ÍNDOLE. SIN EMBARGO, ES INDUDABLE QUE ESTE TIPO DE SERVICIO PODRÍA Y DEBERÍA LLEVARSE A-

CABO EN PARTE POR LA CONASUPO Y QUIZÁ MÁS POR LAS ORGANIZACIONES EJIDALES. LA CONASUPO HA CONSTRUIDO APARATOSAS BODEGAS EN CIENTOS DE EJIDOS, Y ALGUNAS DE ESTAS INSTALACIONES CASI NO SE OCUPAN. MUCHAS DE ESTAS CONSTRUCCIONES, SITUADAS EN ZONAS EN DONDE SE CULTIVAN HORTALIZAS PODRÍAN UTILIZARSE CON ALGUNAS ADAPTACIONES O SIN ELLAS, PARA LOS FINES QUE ACABAMOS DE DESCRIBIR, SIN EMBARGO, UNO DE LOS OBSTÁCULOS QUE DESDE LUEGO PODEMOS PREVER ES QUE LA CONASUPO, CON SU BUROCRACIA COMPLICADA Y COSTOSA, TENDRÁ QUE COBRAR POR EL SERVICIO DE RECOLECCIÓN Y EMPAQUE TARIFAS QUE SON DEMASIADO ALTAS COMO PARA QUE LOS CAMPESINOS LAS PUEDAN PAGAR.

EL AGENTE LÓGICO PARA ESTE TIPO DE SERVICIOS ES EL EJIDO, O VARIOS EJIDOS SI SE PUEDEN PONER DE ACUERDO PARA TRABAJAR CONJUNTAMENTE. UN CENTRO DE RECOLECCIÓN, CLASIFICACIÓN E INCLUSO EMPAQUE COMPRENDE UNA OPERACIÓN MUCHO MENOS COMPLICADA QUE UNA PLANTA PROCESADORA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y, POR LO TANTO, SERÍA MÁS FÁCIL QUE TUVIERA ÉXITO.

LOS COSTOS ADMINISTRATIVOS FIJOS DEL EJIDO SERÍAN MUCHO MENORES QUE LOS DE LA CONASUPO. LOS EJIDOS TENÍAN COMO OBJETIVO PROPORCIONAR SERVICIOS A SUS MIEMBROS, PERO AÚN FALTA MUCHO POR REALIZAR. ÉSTA ES UNA OPORTUNIDAD MUY RECOMENDABLE PARA PROBAR SU VALOR COMO INSTITUCIÓN SOCIAL.

PERO TAMPOCO QUIERE DECIR QUE ESTE TIPO DE COMERCIALIZACIÓN DEBERÍA CONFINARSE A LOS EJIDOS QUE PRODUCEN LEGUMBRES. SE PUEDE CONTEMPLAR LA POSIBILIDAD DE QUE LOS --

EJIDOS EMPRENDAN LA COMERCIALIZACIÓN EN FORMA COOPERATIVA- (O COLECTIVA, COMO SE PREFIERA DECIR) DE PRODUCTOS COMO LEU CHE, HUEVO, CARNE DE POLLO, MIEL U OTROS.

MÁS AÚN, UN EJIDO QUE HAYA DESARROLLADO LA CAPACIDAD DE VENDER FAVORABLEMENTE LA PRODUCCIÓN DE SUS MIEMBROS, POU DRÍA TAMBIÉN, HACERSE CARGO DE COMPRAR LOS INSUMOS DE MAU YOR IMPORTANCIA, COMO, POR EJEMPLO, SEMILLAS, FERTILIZANU TES, PLAGUICIDAS, ALAMBRES PARA LAS CERCAS, ALIMENTOS PARA LOS CERDOS Y LOS POLLOS, ETC., ETC., Y COMPRANDO TODOS ESU TOS INSUMOS EN GRANDES CANTIDADES, PUEDE OBTENER PRECIOS U MÁS BARATOS PARA SUS MIEMBROS. ESTAS ACTIVIDADES REPRESENTAN UNA CONTRIBUCIÓN MUY IMPORTANTE PARA ELEVAR LOS INGRESOS DE LOS EJIDATARIOS. Y MIENTRAS LOS PROGRAMAS CUYO OBJETIVO ES ORGANIZAR LA PRODUCCIÓN COLECTIVA, EN LA MAYORÍAU DE LOS CASOS SE TOPAN CON UNA RESISTENCIA FERROZ, YA QUE U SON UN ATAQUE CONTRA EL SENTIDO DE PROPIEDAD DE LA TIERRAU QUE TIENEN LOS EJIDATARIOS, LOS PROGRAMAS PARA HACER COMPRAS EN COOPERATIVAS DE LOS INSUMOS QUE SE REQUIEREN, Y LA VENTA U COLECTIVA DE LA PRODUCCIÓN, NO ENCUENTRAN ESTOS OBSTÁCULOS DE TIPO PSICOLÓGICO.

UNA DIFICULTAD, POR LO MENOS TEMPORAL, ES LA FALTA DE PERSONAL CAPACITADO PARA HACERSE CARGO DE ESTOS CENTROS DE COMERCIALIZACIÓN, POR PEQUEÑAS Y MODESTAS QUE PUEDAN SER U SUS ACTIVIDADES. LAS DEPENDENCIAS OFICIALES CUENTAN CON U GRAN NÚMERO DE AGRONOMOS QUE SE SUPONE TIENEN LA CAPACIDAD DE DIRIGIR EJIDOS COLECTIVOS, PERO PRÁCTICAMENTE NO DISPONEN DE NADIE QUE SEPA ALGO SOBRE COMERCIALIZACIÓN. SERÍAU

NECESARIO ENTRENAR A VARIOS CIENTOS DE PERSONAS, QUE TENDRÍAN LA RESPONSABILIDAD DE ASESORAR A LOS EJIDOS PARA ORGANIZARSE Y PROVEERSE DE LOS SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE NECESITAN, Y POSTERIORMENTE SUPERVISAR LAS OPERACIONES DE LOS CENTROS. AQUÍ HAY UN PAPEL SUMAMENTE IMPORTANTE DE ADIESTRAMIENTO, QUE PODRÍA DESEMPEÑAR LA CONASUPO. ASÍ SE DEBE DESARROLLAR Y FORTALECER EL EJIDO COMO ORGANIZACIÓN ECONÓMICA AL SERVICIO DE SUS MIEMBROS EN TODAS PARTES DE LA REPÚBLICA COMO JAMÁS SE HA VISTO.

PERO AÚN QUEDA POR RESOLVER EL PROBLEMA DE COMO RACIONALIZAR LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN, COMO REDUCIR EL NÚMERO DE INTERMEDIARIOS. ESTE PROBLEMA, AL QUE SE LE DA TANTA PUBLICIDAD, ES COMÚN A TODOS LOS PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO Y ES REFLEJO DE DOS REALIDADES: UNA DE ELLAS ES QUE, EN ESTOS PAÍSES, EL DESEMPLEO Y EL SUBEMPLEO ESTÁN MUY EXTENDIDOS Y SON ENDÉMICOS, Y LA OTRA ES QUE EL COMPRAR Y EL VENDER SON OCUPACIONES QUE NO REQUIEREN DE UN ENTRENAMIENTO ESPECIAL; CUALQUIER PERSONA QUE TENGA AGUDEZA E INGENIO PUEDE EMPEZAR DE UNA MANERA MODESTA, Y SI ES PERSPICAZ PUEDE HACERSE RICA. CABE PENSAR QUE ALGUNOS COMERCIANTES PODRÍAN ESTABLECER RELACIONES DIRECTAS CON LOS PRODUCTORES AL POR MAYOR, Y ASÍ COMPRARÍAN Y VENDERÍAN A PRECIOS MÁS BARATOS, LO QUE COLOCARÍA A LOS INTERMEDIARIOS FUERA DEL NEGOCIO. EN LA PRÁCTICA ESTO NUNCA DURA MUCHO, PORQUE EN DONDE QUIERA QUE SE RACIONALIZA UNA CADENA DE DISTRIBUCIÓN, -

MUY PRONTO SE PRESENTA ALGUNA PERSONA LO SUFICIENTEMENTE -  
LISTA COMO PARA DESCUBRIR LA FORMA DE INTERPONERSE Y HACER  
QUE EL NÚMERO DE MANIPULACIONES SEA IGUAL QUE ANTES.

Y ESTO NO ES TODO. EXISTE ADEMÁS LA INEFICACIA Y CO-  
RRUPCIÓN DE LOS MERCADOS DE MAYOREO, DE LOS CUALES EL EJEM-  
PLO MÁS CONSPICUO ES "LA MERCED" EN LA CIUDAD DE MÉXICO-  
A PESAR DE QUE SE PUEDEN ENCONTRAR CASOS SIMILARES, AUNQUE  
NO TAN DRAMÁTICOS, EN TODA LA PROVINCIA. LA FORMA EN QUE-  
OPERAN TODOS ESTOS MERCADOS AUMENTA LOS PRECIOS EN UN ALTO  
E INNECESARIO PORCENTAJE QUE EL CONSUMIDOR FINAL TIENE QUE  
PAGAR. ALGUNOS FUNCIONARIOS HAN DECLARADO, POR MEDIO DE -  
FRASES MUY DRÁSTICAS, QUE ESTÁN RESUELTOS A ~~ACABAR~~ CON ESTA-  
SITUACIÓN, PERO HASTA AHORA NO SE HA HECHO NADA EFECTIVO -  
AL RESPECTO, Y SERÍA POCO REALISTA ESPERAR QUE HAYA ALGU--  
NA MEJORÍA IMPORTANTE EN LOS PRÓXIMOS AÑOS.

DESANIMADAS CON ESTAS PERSPECTIVAS, ALGUNAS PERSONAS-  
ABOGAN POR UN SISTEMA ESTATAL DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUC--  
TOS ALIMENTICIOS QUE CUBRA TODA SU TRAYECTORIA DESDE EL -  
PRODUCTOR HASTA EL CONSUMIDOR. ANTES DE CONTINUAR PRESIO-  
NANDO CON SUS RECOMENDACIONES, DEBERÍAN VERIFICAR SI EN --  
LOS PAÍSES EN DONDE SE HA ESTABLECIDO EL SOCIALISMO DESDE-  
HACE VARIAS DÉCADAS LA DISTRIBUCIÓN REALMENTE OPERA CON --  
EFICACIA O SI ES TODAVÍA MÁS EFICIENTE Y COSTOSA QUE EN -  
LOS SISTEMAS DE MERCADO LIBRE. DEBEMOS DARNOS CUENTA DE -  
QUE LA SATISFACCIÓN DE LAS MÚLTIPLES NECESIDADES DE LOS -  
CONSUMIDORES, PARTICULARMENTE DE AQUELLOS QUE VIVEN EN LAS

GRANDES CIUDADES, EXIJE DIARIAMENTE UN NÚMERO INTERMINABLE DE AJUSTES A SITUACIONES CAMBIANTES, UN ARTE QUE EL EJÉRCITO DE EMPLEADOS FEDERALES QUE TRABAJAN DENTRO DE UNA ESTRUCTURA BUROCRÁTICA, RÍGIDA, DE NORMAS Y REGLAMENTOS, NO PUEDE ADQUIRIR. NO SE LES PUEDE CONCEDER LIBERTAD PARA TOMAR LAS MILES DE MICRODECISIONES QUE HACEN QUE LA DISTRIBUCIÓN SEA EFICAZ.

O TAMBIÉN CONTEMPLAR LA ACTUACIÓN DE LA CONASUPO, LA CUAL, TOMANDO PARTE EN TODO EL TRAYECTO DE LAS OPERACIONES A PARTIR DE LA SALIDA DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN, HASTA LLEGAR AL SUPERMERCADO, TENÍA LA INTENCIÓN DE DEMOSTRAR QUE ESTOS SERVICIOS PODÍAN PROPORCIONARSE A COSTOS MÁS BAJOS QUE LOS DE LAS CADENAS DE DISTRIBUCIÓN DEL SECTOR PRIVADO. NO SE PUEDE NEGAR QUE EN CIERTAS ESFERAS LA CONASUPO HA LLEVADO A CABO FUNCIONES IMPORTANTES Y QUE SUS LOGROS HAN SIDO CONSIDERABLES, PERO NO HA MOSTRADO LA FORMA DE ADQUIRIR TÉCNICAS DE DISTRIBUCIÓN SUPERIORES. LA MAYOR PARTE DE LOS ARTÍCULOS QUE VENDE A PRECIOS INFERIORES QUE EN OTROS SUPERMERCADOS, Y POR CIERTO QUE EL NÚMERO DE ESTOS ARTÍCULOS ES MUY LIMITADO, SON DE CALIDAD INFERIOR O BIEN TIENEN SUBSIDIO.

NUEVAMENTE ESTAMOS PELEANDO LAS BATALLAS DE UNA ERA PASADA. EN LOS DÍAS EN QUE LOS ÚNICOS VENDEDORES DETALLISTAS ERAN LAS TIENDAS PARTICULARES CHICAS Y ALGUNOS MERCADOS PÚBLICOS, LOS MÁRGENES DE DISTRIBUCIÓN ERAN ALTOS, PARTICULARMENTE EN LAS TIENDAS PEQUEÑAS. HOY EN DÍA, LAS-

CADENAS DE SUPERMERCADOS HAN RACIONALIZADO Y ACORTADO LOS-MÁRGENES EN FORMA TAN EFICAZ, QUE SUS PRECIOS SON SIGNIFICATIVAMENTE MÁS BAJOS QUE LOS DE LOS MERCADOS PÚBLICOS PARA LA MAYORÍA DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS, COMO SE HA -- VISTO A PARTIR DE LA DEVALUACIÓN DEL PESO POR LAS PUBLICACIONES DE LA PRENSA REFERENTE A LAS COMPARACIONES EN LOS - PRECIOS DE UNA GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS. EN LAS VENTAS-AL MENUDEO HAY MUY Poca POSIBILIDAD DE RACIONALIZAR MÁS. - LOS PROBLEMAS PROVIENEN EN PUNTOS MÁS ATRÁS EN LA CADENA - DE DISTRIBUCIÓN. SIN EMBARGO, MIENTRAS EL DESEMPLEO SIGA- PREVALECIENDO Y CONTINÚE SIENDO TAN FÁCIL ENTRAR EN LAS AC- TIVIDADES COMERCIALES, ES MUY PROBABLE QUE LA PLAGA DE IN- TERMEDIARIOS Y COYOTES SIGA CON NOSOTROS.

### 3.8 CONSUMO

EL CONSUMO ES, SIN LUGAR A DUDAS, UNO DE LOS ELEMENTOS MOTRICES DEL CIRCUITO ECONÓMICO. A TRAVÉS DE ÉL SE DEFINE EL TAMAÑO Y LA ESTRUCTURA DEL MERCADO E INTRÍNECAMENTE INFLUYE EN LA FORMA EN QUE SE REPARTEN LOS BENEFICIOS DE LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA, ELLO LE DÁ LA IMPORTANCIA SUFICIENTE PARA SER CONSIDERADO DENTRO DE LAS MÁS SIGNIFICATIVAS PRIORIDADES DE LA POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL.

MEDIANTE EL CONSUMO, COMO FUNCIÓN PRODUCTIVA Y EXPECTATIVA SOCIAL, PODEMOS APRECIAR CON CLARIDAD LA CAPACIDAD CONTENIDA QUE HA CARACTERIZADO A NUESTRO SISTEMA DE VIDA, PARA ADAPTARSE AL CAMBIO. COMO FUNCIÓN PRODUCTIVA, -- PORQUE EL CONSUMO IMPLICA ASPECTOS RELATIVOS A LOS NIVELES DE PRECIOS, A LA DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO Y A LOS MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN, PERO, ADEMÁS PORQUE LA MAGNITUD Y LA ESTRUCTURA DEL CONSUMO CONDICIONAN EL PROCESO DE FORMACIÓN DEL EXCEDENTE ECONÓMICO REAL, EL CUAL ES FUNDAMENTAL PARA EL CRECIMIENTO CUANTITATIVO, AL MISMO TIEMPO QUE SE DETERMINA EL ACCESO A LOS BIENES Y SERVICIOS SOCIALMENTE NECESARIOS.

PARA DESTACAR LA IMPORTANCIA DEL CONSUMO EN LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA DEL PAÍS, BASTA CONSIDERAR QUE COMO RENGLÓN DE LA CONTABILIDAD NACIONAL REPRESENTA CUATRO VECES EL VALOR DE LA INVERSIÓN INTERNA BRUTA, LO CUAL INCIDE EN FORMA DESFAVORABLE EN LA CAPACIDAD DE LIBERAR RECURSOS DESTINA--



DOS A ACRECENTAR LA FORMACIÓN DE CAPITAL PRODUCTIVO, INDISPENSABLE PARA LA CREACIÓN MASIVA DE LOS EMPLEOS QUE RECLAMA LA PRESIÓN DEMOGRÁFICA DEL PAÍS.

CONOCIDO ES QUE ESTA FUERTE DISTORSIÓN ECONÓMICA SE EXPLICA POR LOS AMPLIOS DESNIVELES QUE EXISTEN EN EL GASTO ENTRELLAS DIVERSAS CAPAS DE LA POBLACIÓN, COMO LA ILUSTR A EL HECHO DE QUE EL 77% DE LAS FAMILIAS MEXICANAS EFECTÚA UN CONSUMO MENSUAL INFERIOR A LOS 10,000 PESOS. EN CONSECUENCIA, ES IMPERATIVO INSISTIR EN ELLO PORQUE DE LA CONCIENCIA QUE TENGAMOS SOBRE LA MAGNITUD DE ESTE GÉNERO DE DESIGUALDADES, DEPENDERÁ, EN BUENA MEDIDA, NUESTRA CONSISTENCIA PARA INFLUIR EN TALES DISTORSIONES, YA QUE SE TRATA DE ASPECTOS CUALITATIVOS DEL DESARROLLO, DIFÍCILES DE MODIFICAR EN PERIODOS CORTOS.

A ESTA CARACTERÍSTICA ECONÓMICA, QUE LIMITA SERIAMENTE LAS POSIBILIDADES PARA AMPLIAR EL MERCADO INTERNO, HAY QUE AÑADIR LA DESPROPORCIONADA TENDENCIA DE LA ACTIVIDAD MERCANTIL HACIA LA ESPECULACIÓN Y EL AUMENTO GENERALIZADO DE LOS PRECIOS.

LA ACTIVIDAD COMERCIAL, CUANDO SE REALIZA CON EFICIENCIA, CONSTITUYE UN MECANISMO QUE AGREGA UTILIDAD A LOS BIENES Y SERVICIOS PRODUCTIVOS, PARA HACERLOS LLEGAR CON SUFICIENCIA Y OPORTUNIDAD A DONDE LO REQUIERE LA DEMANDA MONETARIA. EN NUESTRO PAÍS, LAS NUMEROSAS ETAPAS SUPERPUESTAS DE INTERMEDIACIÓN QUE SEPARAN AL PRODUCTOR DEL CONSUMIDOR, ASÍ COMO LOS AMPLIOS MÁRGENES EN LAS UTILIDADES, HAN EMPUJADO A ESTA ACTIVIDAD HACIA LA INEFICIENCIA, A LA OBS-

CURIDAD EN LAS TRANSACCIONES MERCANTILES Y A SU  
CIÓN A LA PERSISTENCIA DEL SUBCONSUMO REAL Y LA SOBREPRODUCCIÓN  
CIÓN APARENTE.

EL COMERCIO REPRESENTA LA CONTRAPARTE DEL CONSUMO, --  
CONSTITUYE LA OTRA CARA DE UN MISMO PROCESO PRODUCTIVO: EL-  
DE LA APROPIACIÓN DEL PRODUCTO SOCIAL, PARA DAR UNA IDEA -  
DEL CRECIMIENTO DESPROPORCIONADO DE LOS PROCESOS DE COMER-  
CIALIZACIÓN, HABRÍA QUE CONSIDERAR QUE EN 1981 EL RENGLÓN  
COMERCIO SE RESERVÓ ALREDEDER DEL 25% DEL PRODUCTO INTERNO  
BRUTO. ESTO ADQUIERE RELEVANCIA SI CONSIDERAMOS QUE DURANT  
TE LOS MISMOS 10 AÑOS, TAL PROPORCIÓN PERMANECIÓ IDÉNTI--  
CA, LO CUAL NOS UBICA COMO UNO DE LOS PAÍSES DONDE SE ACENT  
TÚA MÁS ESTA DEFORMACIÓN ECONÓMICA.

LA FUNCIÓN CONSUMO IMPLICA NO SÓLO LOS BIENES Y SERVICIOS  
CIOS QUE SE ADQUIEREN PARA USO INDIVIDUAL, SINO TAMBIÉN DE  
USO COLECTIVO EN LOS MAS VARIADOS CAMPOS: LA SALUD, EL ---  
TRANSPORTE, LA EDUCACIÓN, LA RECREACIÓN Y LA INFORMACIÓN.-  
EN OTRAS PALABRAS, SE REFIERE A LAS CONDICIONES DE EQUILI-  
BRIO Y DESARROLLO QUE DEBEN EXISTIR ENTRE EL ÁMBITO INDIVIDUAL  
DUAL Y EL COLECTIVO. POR ENDE, NO PUEDE ESTA FUNCIÓN, SER  
CONSIDERADA COMO UN SIMPLE MEDIO ECONÓMICO, SOMETIDO A UN-  
INTERÉS MERCANTIL DE BENEFICIO Y DE LUCRO.

AL CONSUMO COMO FUNCIÓN PRODUCTIVA QUE HAGA EXPEDITO  
EL PROCESO DE CIRCULACIÓN Y CRECIMIENTO ECONÓMICOS, HAY --  
QUE AGREGAR EL PAPEL QUE REPRESENTA COMO EXPECTATIVA SOCIAL  
Y FACTOR DE RACIONALIDAD NECESARIA PARA GARANTIZAR LA ESTA

## **BILIDAD SOCIAL.**

POR MEDIO DEL CONSUMO SE EXPRESAN GRAN PARTE DE LOS VALORES DEL SISTEMA SOCIAL. LAS ELECCIONES Y LAS PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR ESTÁN CONDICIONADAS POR EL AMBIENTE EN EL QUE SE DESENVUELVE SU ACTIVIDAD Y DONDE GENERALMENTE SE LE INCITA A COMPETIR ÚNICAMENTE PARA OBTENER PRESTIGIO SOCIAL A BASE DE LA ACUMULACIÓN Y LA POSESIÓN INDISCRIMINADAS. EN SUMA, EL CONSUMIDOR SE ENCUENTRA DESPROTEGIDO ANTE LA INFLUENCIA HEGEMÓNICA DE LOS FACTORES DE LA PRODUCCIÓN, DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DE LOS QUE SE INCLINAN POR LA INMOVILIDAD SOCIAL.

EL CONSUMIDOR EN SU CONCEPCIÓN PURA NO EXISTE. SU FUNCIÓN ESTÁ CONDICIONADA POR MÚLTIPLES INFLUENCIAS Y TENSIONES: NECESIDADES REALES, ASPIRACIONES, PODER DE COMPRA Y LA INFLUENCIA DE LAS PRÁCTICAS COMERCIALES DE LA PUBLICIDAD Y DEL CRÉDITO. POR RAQUÍTICO QUE SEA SU INGRESO, EL CONSUMIDOR NO PUEDE LLEVAR A CABO ELECCIONES OBJETIVAS CORRESPONDIENTES A SUS REQUERIMIENTOS EFECTIVOS, A SUS POSIBILIDADES FINANCIERAS, A LA UTILIDAD Y A LA CALIDAD DE LOS BIENES Y LOS SERVICIOS QUE CONSUME.

EN EFECTO, LA FUNCIÓN DE CONSUMIR NO DEBE CONCEBIRSE SÓLO COMO UNA VÍA REMUNERATIVA PARA LA PRODUCCIÓN Y EL COMERCIO, SINO COMO UN DERECHO SOCIAL QUE DEBE EJERCERSE PARA ESTABLECER UNA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE EL PRODUCTOR, EL DISTRIBUIDOR Y EL CONSUMIDOR, CONDICIÓN QUE PERMITA AL CONSUMIDOR ORGANIZARSE Y DEFENDER SUS INTERESES

EN IGUALDAD DE CIRCUNSTANCIAS, A LA VEZ QUE HAGA POSIBLE SU ACCESO A UNA INFORMACIÓN FIDELIGNA, OPORTUNA Y VERAZ, Y A UNA CAPACITACIÓN MÁS AMPLIA, PARA ESTAR EN APTITUD DE DISPONER DE UN DERECHO DE EXPRESIÓN CAPAZ DE INFLUIR EN LA -- ORIENTACIÓN DE LA PRODUCCIÓN, DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS DE AUTOSUFICIENCIA DEL PAÍS, LA SATISFACCIÓN DE NECESIDADES SOCIALES Y LA VINCULACIÓN CON NUESTRA CULTURA.

SÓLO DE ESTA MANERA PODREMOS ASPIRAR A DARLE EL ACTO DE PRODUCIR, EL ENSAMBLE QUE REQUIEREN LOS PROCESOS DE CAMBIO SOCIAL PARTICIPATIVO, EN LOS QUE LA PRODUCCIÓN PERMITA EL CONSUMO RACIONAL Y ÉSTE, ESTIMULE LA PRODUCCIÓN.

PROCESOS QUE CONCIBAN AL ACTO PRODUCTIVO DESDE SU ETAPA PRIMARIA, EN QUE LA EXPLOTACIÓN DE LA TIERRA NO IMPLI-- QUE LA EXPLOTACIÓN DEL HOMBRE, SINO POSIBILIDADES EFECTI-- VAS DE EMPLEO Y DE ESTA FORMA SE CONTRIBUYA A ELEVAR EL -- CONSUMO REAL DEL TRABAJADOR.

MUCHOS OBSTÁCULOS HAN TENIDO QUE SALVARSE PARA LLEGAR A LO QUE HOY CONFORMA UN MARCO JURIDICO DESTINADO A ORIENTAR Y A PROTEGER AL CONSUMIDOR.

EN MÉXICO, SURGE LA LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR, ORDENAMIENTO QUE REGULA LAS RELACIONES ENTRE PROVEEDOR Y CONSUMIDOR. ES UNA ESENCIA UNA NORMA JUSTA POR-- QUE CONFIERE IDÉNTICA PERSONALIDAD A AMBOS SUJETOS DE DERECHO. ES LA CULMINACIÓN DE UN ESFUERZO Y AL MISMO TIEMPO EL INICIO DE UNA TAREA PERMANENTE, PARA ALCANZAR EL OBJETIVO DE PROTEGER A QUIEN COMO CONSUMIDOR, SE VE INDEFENSO AN

TE LA CRECIENTE INFLUENCIA QUE CADA DÍA ADQUIERE EL PROVEEDOR EN UNA SOCIEDAD DESIGUAL.

ESTA LEY, AL IGUAL QUE LAS INSTITUCIONES QUE A TRAVÉS DE ELLA SE CREARÓN, NO HAN AGOTADO LAS ILIMITADAS VENTAS DE LA PARTICIPACIÓN. EN LA MEDIDA EN QUE EL PROCESO ECONÓMICO VA INCORPORANDO A CAPAS MÁS AMPLIAS DE LA POBLACIÓN A TODA UNA ERA DE CONSUMO, ES PREVISIBLE QUE SE AGUDICEN LAS PRESIONES SOBRE EL CONSUMIDOR Y QUE ÉSTE COMO UN SER CAUTIVO ANTE LOS EMBATES DEL CONSUMISMO, VAYA QUEDANDO INERME Y SE CONVIERTA EN VÍCTIMA MÁS QUE BENEFICIARIO DEL DESARROLLO.

NO PUEDE VERSE CON EXCESIVO OPTIMISMO LO QUE YA SE HA MATERIALIZADO EN ESTE CAMPO. SABEMOS QUE CONTINÚAN OCURRIENDO TANTAS IRREGULARIDADES, COMO LO PUEDE PERMITIR UNA ESCASA PARTICIPACIÓN, POCO ACOMETIDA Y MAL ORGANIZADA.

POR ELLO, EN EL CONSUMIDOR ESTÁ UN POTENCIAL POLÍTICO QUE NO PUEDE SOSLAYARSE, LA REALIDAD NACIONAL Y LA EXPERIENCIA INTERNACIONAL MUESTRAN QUE EL CONSUMIDOR ESTÁ SUJETO A UNA AGRESIÓN PERMANENTE Y QUE TIENDE A ORGANIZARSE PARA DEFENDER SUS LEGÍTIMOS INTERESES.

### CUADRO DE DIETA BASICA

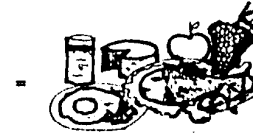
ALIMENTOS QUE APORTAN  
ENERGIA



ALIMENTOS QUE APORTAN  
PROTEINAS



ALIMENTOS QUE APORTAN  
VITAMINAS Y MINERALES



BASICOS:

CEREALES:

MAÍZ: TORTILLA  
POZOLE  
TAMALES  
ATOLE

TRIGO: PAN  
GALLETAS  
PASTAS

ARROZ  
AVENA  
CENTENO  
CEBADA

RAICES: PAPA  
CAMOTE  
CHINCHAYOTE

FRUTAS: PLÁTANO  
COCO  
AGUACATE

SECUNDARIOS:

AZÚCARES: AZÚCAR  
PILONCILLO

GRASAS: ACEITE  
GRASA VEGETAL  
MANTEQUILLA

VEGETALES, LEGUMINOSAS  
Y OLEAGINOSAS:

FRIJOL  
HABA  
LENTEJA  
ARVEJÓN  
GARBANZO  
SOYA  
CACAHUATE  
NUEZ  
PIÑÓN  
AJONJOLÍ

ANIMALES:

CARNES ROJAS: RES  
PUERCO  
CARNERO  
CHIVO  
CONEJO

CARNES BLANCAS: PESCADO  
AVES

LECHE: LECHE DE VACA  
YOGURTH  
QUESOS

HUEVOS

FRUTAS:

NARANJA  
GUAYABA  
MANDARINA  
MANGO  
MAMEY  
TEJOCOTE  
ZAPOTE  
CHABACANO  
LIMÓN  
MELÓN  
PAPAYA  
GUANABANA  
PITAYA  
CHIRIMOYA  
NANCHE  
ARAYÁN

VERDURAS:

HOJAS: QUELITE, CILANTRO  
ESPINACA, VERDOLAGA  
BERROS, ACELGA

FLORES: FLOR DE CALABAZA  
COLIFLOR

OTROS: JITOMATE, NOPALES,  
CHILE, HUACXONTLE  
ZANAHORIA  
RABANITOS

PARA OBTENER UNA  
ALIMENTACION -  
COMPLETA, VARIAR  
LAS COMBINACIONES  
DE ALIMENTOS EN -  
EL DESAYUNO, COMI  
DA Y CENA, DE  
ACUERDO AL GUSTO  
Y PRESUPUESTO.

## C A P I T U L O   I V

### ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION DE ALIMENTOS BASICOS

- 4.1 AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA
- 4.2 POBLACION OBJETIVO PRODUCTO-MERCADO
- 4.3 LA RED DE COMERCIALIZACION-DISTRIBUCION DE  
ALIMENTOS BASICOS.
- 4.4 EL TRANSPORTE
- 4.5 DEMANDA ALIMENTARIA PUBLICA-ESPACIO ECONOMICO
- 4.6 APOYO A AGROINDUSTRIAS INTEGRADAS
- 4.7 SUBSIDIOS SELECTIVOS
- 4.8 PRESENTACION DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS
- 4.9 PRECIOS Y MECANISMOS DE RETENCION DEL EXCE-  
DENTE.

#### 4.1 AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA

A PARTIR DE 1965 EL SECTOR AGRÍCOLA MEXICANO SE ENFRENTA A UNA CRISIS QUE SE MANIFIESTA EN DOS ASPECTOS, INTERRELACIONADOS ENTRE SI: LA RÁPIDA DISMINUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE GRANOS Y EL CAMBIO DE LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA, LOS CUALES HAN PROVOCADO LA PÉRDIDA DE LA AUTOSUFICIENCIA EN LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS, Y EL AUMENTO DE LA DEPENDENCIA EXTERNA EN CUANTO A LA ADQUISICIÓN DE GRANOS. ESTA ÚLTIMA SIGNIFICABA PARA 1980 LA IMPORTACIÓN DE 10.5 MILLONES DE TONELADAS DE GRANOS Y OLEAGINOSAS, ASÍ COMO LA CRECIENTE PENETRACIÓN DE CAPITAL EXTRANJERO EN LA CADENA ALIMENTARIA, LO QUE HA DADO LUGAR A UNA MAYOR PRESENCIA EN LA ECONOMÍA NACIONAL, DE LAS COMPARACIONES NORTEAMERICANAS QUE MANTIENEN OLIGOPOLIZADO EL COMERCIO MUNDIAL DE TALES PRODUCTOS.

LA CAÍDA DE LA PRODUCCIÓN PER-CÁPITA DE MAÍZ A PARTIR DE 1973-1974 HA INFLUIDO SIGNIFICATIVAMENTE EN LA PÉRDIDA DE LA AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA DE NUESTRO PAÍS, YA QUE ESTE GRANO REPRESENTA APROXIMADAMENTE EL 22% DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA TOTAL Y CONSTITUYE EL ELEMENTO FUNDAMENTAL EN LA DIETA DE LA POBLACIÓN OBJETIVO.

PARA EVITAR LA PÉRDIDA DE LA AUTONOMÍA NACIONAL Y LA PRESENCIA NOCIVA DE TALES CORPORACIONES EN LA ECONOMÍA MEXICANA, EL ESTADO DEBE OTORGAR UN FUERTE APOYO A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES PRIMARIOS QUE SON LOS QUE PRODUCEN LOS ALI



MENTOS BÁSICOS. OTRAS RAZONES QUE JUSTIFICAN EL APOYO ESTATAL SON: QUE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES CONSTITUYEN EL MAYOR POTENCIAL DE RESPUESTA PRODUCTIVA, PORQUE REPRESENTA LA MEJOR OPCIÓN PARA OFRECER EMPLEO E INGRESO A MILLONES DE MEXICANOS Y PORQUE SU REACTIVACIÓN PRODUCTIVA ES LA SOLUCIÓN MÁS APROPIADA A LOS PROBLEMAS DE SUBALIMENTACIÓN DE LAS CLASES POPULARES.

LA AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA ES FACTIBLE EN EL CORTO PLAZO COMO LO DEMUESTRAN LAS CIFRAS DE INCREMENTO DE LA PRODUCCIÓN LOGRADA EN EL AÑO AGRÍCOLA 1979-80

EN EL AÑO AGRÍCOLA 1980 SE OBTUVO UNA PRODUCCIÓN DE 12 MILLONES 383 MIL TONELADAS DE MAÍZ, DEBIDO A UN INCREMENTO DEL 18% EN LA SUPERFICIE CULTIVADA RESPECTO AL CICLO AGRÍCOLA ANTERIOR, LLEGANDO A 6 955 201 DE HECTÁREAS A UN NOTABLE AUMENTO DEL 14% EN LOS RENDIMIENTOS POR HECTÁREAS, QUE EN PROMEDIO SE ESTIMA EN 1,690 KILOGRAMOS. LA PRODUCCIÓN DE FRIJOL SE INCREMENTÓ EN 75%, LA DE TRIGO EN 23% Y LA DE SORGO EN 30%.

EN ESTOS INCREMENTOS DE LA PRODUCCIÓN ES IMPORTANTE LA PARTICIPACIÓN DE FERTINEX QUE INCREMENTÓ SU PRODUCCIÓN DE FERTILIZANTES ENTRE 1979 Y 1980 A 3,600,000 TONELADAS, LO QUE SIGINFICA UN INCREMENTO DEL 13%.

EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO NO CONTEMPLA LA CONVERSIÓN DE LA SUPERFICIE DEDICADA A LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS DE EXPORTACIÓN EN ÁREAS DE PRODUCCIÓN DE GRANOS BÁSICOS, SIMPLEMENTE PORQUE LAS 270,000 HECTÁREAS QUE EN PRO

MEDIO (1975-1979) SE UTILIZAN PARA TALES CULTIVOS, SÓLO -- AGREGARÍAN ALREDEDOR DE UN 6% A LA DISPONIBILIDAD DE MAÍZ, -- Y EN CAMBIO OBLIGARÍA A PRESCINDIR DE UNOS 14 MILLONES DE JORNADAS/AÑO, DEBIDO A LA DIFERENTE INTENSIDAD EN EL EMPLEO DE MANO DE OBRA ENTRE LOS CULTIVOS DE EXPORTACIÓN Y EL MAÍZ.

LOS INGRESOS GENERADOS POR LA EXPLOTACIÓN PETROLERA -- NO TENDRÁN REPERCUSIÓN POSITIVA EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL PAÍS, SI PERSISTE LA TENDENCIA RECESIVA DEL SECTOR PRIMARIO Y SI LOS EXCEDENTES PETROLEROS PERMITEN EMPRENDER ACCIONES QUE IMPLICAN LA TRANSFORMACIÓN DE LA PEQUEÑA PRODUCCIÓN PRIMARIA EN UN SECTOR CAPAZ DE ABSORBER PRODUCTIVAMENTE A SU POBLACIÓN, LO CUAL, ADEMÁS DE CONVERTIRLA EN AUTOSUFICIENTE, PODRÁ GENERAR IMPORTANTES EXCEDENTES DE ALIMENTOS BÁSICOS.

LO ANTERIOR SUGIERE EVITAR LA TENDENCIA A QUERER ABATIR EL DÉFICIT ALIMENTARIO DE LOS SECTORES MÁS ATRASADOS A TRAVÉS DE MEDIDAS ASISTENCIALES PERMANENTES CON CARGO A -- LOS EXCEDENTES PETROLEROS, ES DECIR, CON MEDIDAS QUE ELEVEN LA CAPACIDAD DE CONSUMO INMEDIATO DE DICHOS SECTORES, PERO NO SU CAPACIDAD PRODUCTIVA. AL RECURRIR AL EXPEDIENTE FÁCIL DE CERRAR CON IMPORTACIONES LA BRECHA ENTRE LA DEMANDA Y LA OFERTA INTERNA DE BIENES BÁSICOS, EXISTE EL PELIGRO DE POSPONER LOS CAMBIOS ESTRUCTURALES NECESARIOS PARA REACTIVAR AL SECTOR Y LOGRAR LA AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA.

ES POR ELLO QUE EL PAÍS NO DEBE GUIARSE POR LAS VENTA

JAS COMPARATIVAS QUE LE OFRECE EL COMERCIO EXTERIOR Y SÍ -  
DAR UN GIRO HACIA LA PRODUCCIÓN NACIONAL DE ALIMENTOS DE -  
CONSUMO BÁSICO. POR ESTA RAZÓN, EL ESTADO DEBE APOYAR A -  
LA PEQUEÑA PRODUCCIÓN PRIMARIA, POR SER ÉSTA LA QUE PRODU-  
CE LOS ALIMENTOS BÁSICOS.

TOMAR COMO PAUTA LAS VENTAJAS COMPARATIVAS SIGNIFICA-  
DESESTIMULAR LA PRODUCCIÓN DE BÁSICOS, YA QUE SE SUBORDINA  
LA PRODUCCIÓN A CRITERIOS QUE NO COINCIDEN NECESARIAMENTE-  
CON LA PRIORIDAD NACIONAL DE ALIMENTOS POPULARES.

LOS FACTORES QUE SUSTENTAN LA POLÍTICA DE REDUCIR LA-  
DEPENDENCIA EXTERNA DE ALIMENTOS BÁSICOS SON: EL QUE LA --  
OFERTA MUNDIAL DE GRANOS BÁSICOS SEA ALTAMENTE OLIGOPÓLI--  
CA, TANTO EN TÉRMINOS DE LOS PAÍSES EN QUE SE ORIGINA COMO  
POR LAS EMPRESAS QUE LO COMERCIALIZAN; EL QUE HAYA QUEDADO  
ESTABLECIDO DE PALABRA Y DE HECHO, LA POSIBILIDAD DE RECU-  
RRIR AL EMBARGO COMO ARMA DE PRISIÓN POLÍTICA Y EL QUE RE-  
CURRA A LA IMPORTACIÓN MASIVA DE ALIMENTOS, GENERA GRANDES-  
TENSIONES EN EL SISTEMA DE DESEMBARCO, TRANSPORTE Y DISTRI-  
BUCCIÓN DE ALIMENTOS A LAS ZONAS DEFICITARIAS.

#### 4.2 POBLACION OBJETIVO PRODUCTO-MERCADO

LA EVOLUCIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN FAMILIAR DEL INGRESO EN LAS ÚLTIMAS DOS DECADAS MUESTRA UNA AGUDA DESIGUALDAD, ASÍ EL 30% MÁS POBRE DE LA POBLACIÓN, QUE EN 1963 TENÍA UN POCO MÁS DEL 7% DEL INGRESO NACIONAL, EN 1977 PARTICIPÓ -- CON SÓLO EL 61.5% DEL MISMO INGRESO. EN CAMBIO EL 10% DE LA POBLACIÓN DE MAYORES INGRESOS SE HAN APROPIADO DE MÁS DEL 40% DURANTE EL MISMO LAPSO DE TIEMPO.

LA CONCENTRACIÓN DEL INGRESO TIENE SU CONTRAPARTIDA EN LA CONCENTRACIÓN DEL CONSUMO, YA QUE PARA EL AÑO DE --- 1977 EN EL CASO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, SE OBSERVA QUE EL 30% DE LA POBLACIÓN DE MÁS BAJOS INGRESOS CONSUME SOLO EL 9.6% DE DICHS ARTÍCULOS, POR SU PARTE EL 30% DE LA POBLACIÓN DE MAYORES INGRESOS CONCENTRA EL 55% DEL CONSUMO DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS. AGRUPANDO AL 50% DE LA POBLACIÓN DE MÁS BAJOS INGRESOS, OBSERVAMOS QUE CONSUMEN EL 23.5% -- LO CUAL ES INFERIOR A LO QUE CONSUME EL 10% DE LA POBLACIÓN DE MAYOR INGRESO (24.8%)

ESTA CONCENTRACIÓN DEL INGRESO Y EL CONSUMO EN LOS ES TRATOS ALTOS DE LA POBLACIÓN HA INCREMENTADO EL CONSUMO DE PRODUCTOS SUNTUARIOS LO QUE HA FOMENTADO LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL DE ESTOS BIENES EN DETRIMENTO DE LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS.

ESTE FENÓMENO JUNTO CON LA ESCASEZ Y MALA DISTRIBU-- CIÓN DE LOS ALIMENTOS, HA PROPICIADO LA DESNUTRICIÓN DE LA

POBLACIÓN DE MÁS BAJOS INGRESOS Y OCASIONADO LA ESTRECHEZ DEL MERCADO INTERNO PARTICULARMENTE DEL DE BIENES BÁSICOS.

LA POBLACIÓN QUE SE ENCUENTRA EN LOS NIVELES MÁS BAJOS DE INGRESOS Y QUE CONSTITUYE LA POBLACIÓN OBJETIVO PREFERENTE DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, ES LA QUE POBREMENTE SE ENCUENTRA EN PEOR SITUACIÓN NUTRICIONAL, YA QUE CONSUME UNA CANTIDAD DE PROTEINAS Y CALORÍAS INFERIOR A LA RECOMENDADA. ESTA POBLACIÓN SE ENCUENTRA LOCALIZADA FUNDAMENTALMENTE EN ZONAS RURALES DE TEMPORAL, EN LAS ZONAS RIBEREÑAS Y EN LOS INTERIORES DE MISERIA DE LAS GRANDES CIUDADES.

LOS TIPOS DE PRODUCCIÓN PRIMARIOS QUE PREDOMINAN EN LAS ZONAS RURALES DE TEMPORAL SON LOS DE INFRASUBSISTENCIA Y EL DE SUBSISTENCIA QUE CULTIVAN PRINCIPALMENTE MAÍZ Y FRIJOL. DADO QUE SUS NIVELES DE RENDIMIENTO SON REDUCIDOS POR SU BAJO NIVEL TECNOLÓGICO, POR LA ESCAZA APLICACIÓN DE FERTILIZANTES E IRREGULAR DOTACIÓN DE AGUA, LOS EXCEDENTES QUE ESTOS GENERAN SON MUY EXIGUOS Y LA CAPITALIZACIÓN DE LAS ZONAS MUY BAJA.

DE LOS PRODUCTORES PRIVADOS, EL 73.5% SE ENCUENTRA EN CONDICIONES DE INFRASUBSISTENCIA Y EL 21.8% DE SUBSISTENCIA. ESTO ES, EL 64.3% DE TODOS LOS PRODUCTORES, YA SEAN PRIVADOS O EJIDALES, SE UBICAN EN EL NIVEL DE INFRASUBSISTENCIA Y EL 18.7% EN EL DE SUBSISTENCIA.

LO ANTERIOR DEMUESTRA QUE EL TIPO DE PROPIEDAD Y EX--

PLOTACIÓN PRIVADA NO NECESARIAMENTE REPRESENTA UNA MAYOR -- POSIBILIDAD DE SUPERACIÓN DE LA INFRASUBSISTENCIA, YA QUE -- EL SISTEMA EJIDAL PARECE ESTAR MÁ S CORRELACIONADO CON NIVE -- LES DE SUBSISTENCIA QUE EL PRIVADO.

DE ACUERDO CON LAS CONDICIONES ANTERIORES, SE LOCALI -- ZARON 684 MUNICIPIOS CUYA POBLACIÓN RURAL REPRESENTA EL -- 18.6% DE LA POBLACIÓN TOTAL DEL PAÍS, EN LOS CUALES MÁ S -- DEL 79.6% DE LA POBLACIÓN DE CADA MUNICIPIO NO SATISFACE -- EL MÍNIMO DE ALIMENTACIÓN, RAZÓN POR LA CUAL FUERON CONSI -- DERADOS COMO MUNICIPIOS CRITICOS. POR OTRA PARTE, EN LAS -- ÁREAS URBANAS SE CONCENTRA EL 8.5% DE LA POBLACIÓN CON ES -- TAS CARACTERÍSTICAS.

REFERENTE A LA POBLACIÓN RURAL UBICADA EN LOS 684 MU -- NICIPIOS . QUE ESTÁN EN LA PEOR SITUACIÓN ALIMENTICIA, -- ASÍ COMO RESPECTO A LOS 4 MÍNIMOS DE BIENESTAR Y QUE SIMUL -- TÁNEAMENTE ESTÁN HABITADOS POR LA POBLACIÓN INDÍGENA, SON -- LOS DE MAYOR PRIORIDAD PARA EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICA -- NO. DENTRO DE ESTA PRIORIDAD, SE CONCENTRA EL 6.1% DE LA -- POBLACIÓN NACIONAL Y EL 32.8% EN LOS MUNICIPIOS DE LAS ZO -- NAS CRITICAS.

LOS MUNICIPIOS CON DEFICIENTE SITUACIÓN EN LOS 4 MÍN -- IMOS DE BIENESTAR, QUE CONCENTRAN EL 4.8% DE LA POBLACIÓN -- NACIONAL Y EL 23.5% DE LOS MUNICIPIOS CRITICOS, CONSTITU -- YEN LA SEGUNDA PRIORIDAD EN EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICA -- NO.

AQUELLOS QUE AL MISMO TIEMPO TIENEN UNA MALA SITUACIÓN ALIMENTARIA Y SON INDÍGENAS, CONSTITUYEN LA TERCERA PRIORIDAD DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO. ESTE GRUPO REPRESENTA EL 2.20% DE LA POBLACIÓN TOTAL DEL PAÍS Y EL 12.0% DE LA POBLACIÓN EN LOS MUNICIPIOS CRITICOS. EL RESTO DE LOS MUNICIPIOS QUE CONTEMPLAN EL UNIVERSO CUYO NIVEL DE MARGINACIÓN SE UBICA EXCLUSIVAMENTE A LA DEFICIENTE ALIMENTACIÓN ES LA CUARTA PRIORIDAD PARA EL SISTEMA ALIMENTARIO-MEXICANO, REPRESENTANDO EL 5.9% DE LA POBLACIÓN NACIONAL Y EL 31.7% DE LA POBLACIÓN RURAL UBICADA EN LAS ZONAS CRITICAS CON LOS DISTRITOS DE TEMPORAL, ESTO PERMITE DETERMINAR QUE DE LOS 684 MUNICIPIOS DE ESTE TIPO, EL 96% SE ENCUENTRAN EN ZONAS TEMPORALERAS.

#### 4.3 LA RED DE COMERCIALIZACION-DISTRIBUCION DE ALIMENTOS - BASICOS E INSUMOS PRODUCTIVOS.

LA GRAN DISPERSIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES PRIMARIOS, LA FALTA DE BODEGAS PARA ALMACENAR SUS PRODUCTOS, LAS PEQUEÑAS CANTIDADES DE EXCEDENTES QUE DESTINAN AL MERCADO Y LA CARENCIA DE FINANCIAMIENTO Y TRANSPORTE PARA COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS, SON FACTORES QUE IMPOSIBILITAN AL PRODUCTOR DE ALIMENTOS BÁSICOS RETENER EL EXCEDENTE QUE GENERA Y QUE VA A DAR A LOS AGENTES INTERMEDIARIOS A TRAVÉS DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS.

PARA PERMITIR QUE LOS PRODUCTORES RETENGAN LOS EXCEDENTES, EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO PROPUSO LA CREACIÓN DE BODEGAS PARCELARIAS PROPIEDAD DE LOS PRODUCTORES ORGANIZADOS, LAS CUALES SE UBICARÍAN EN LAS DISPERSAS ZONAS PRODUCTIVAS, CON UNA CAPACIDAD SUFICIENTE PARA ALMACENAR EL EXCEDENTE COMERCIALIZABLE DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES, QUE EN ESTAS ÁREAS ES DE APROXIMADAMENTE 900 TONELADAS. ESTA UBICACIÓN DE LA BODEGA PRÁCTICAMENTE EN LA PARCELA, FACILITA AL PEQUEÑO PRODUCTOR DE BÁSICOS EL TRASLADO Y CONSERVACIÓN DE SU PRODUCCIÓN.

LA CONSTRUCCIÓN DE LA BODEGA PARCELARIA PRESENTA VENTAJAS CON RESPECTO AL TIPO DE ALMACENAMIENTO ACTUAL. LA BODEGA PARCELARIA INCORPORA ADELANTOS TECNOLÓGICOS QUE APROVECHAN LA ENERGÍA SOLAR, LO QUE LA CONVIERTE EN SECADO



RA Y CONSERVADORA DE GRANOS, CON BAJOS COSTOS DE MANTENIMIENTO Y RAPIDEZ EN SU INSTALACIÓN.

LA BODEGA PARCELARIA TENDRÍA LA FUNCIÓN DE MANTENER UNA RESERVA REGULADORA DE GRANOS QUE SE OFRECERÍA A LA COMUNIDAD REGULADORA DE GRANOS QUE SE OFRECERÍA A LA COMUNIDAD A PRECIOS ACCESIBLES PARA EVITAR LA ESPECULACIÓN. LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES SE ENCARGARÍAN DE QUE EXISTA ESTA RESERVA, DE TAL MANERA QUE ASEGURE EL CONSUMO DE GRANOS BÁSICOS CUANDO LA PRODUCCIÓN PARA AUTOCONSUMO SE AGOTE O CUANDO SE PRESENTEN MALAS COSECHAS.

EL ESFUERZO PRODUCTIVO PLASMADO EN EL PRODUCTO ALMACENADO EN LA BODEGA PARCELARIA, CONVIERTE A LOS PRODUCTORES ORGANIZADOS EN SUJETOS DE CRÉDITO ANTE CUALQUIER INSTITUCIÓN BANCARIA, ESPECIALMENTE ANTE BANRURAL. EL PRODUCTO ALMACENADO COMO GARANTÍA EVITA EL RENTISMO DE LA PARCELA, ASÍ COMO LA EXACCIÓN DEL EXCEDENTE.

EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO PROPUSO QUE PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA BODEGA PARCELARIA, LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES GESTIONEN EL CRÉDITO CON BANOBRAS Y BANRURAL, EN COORDINACIÓN CON SAHOP, CON OBJETO DE QUE LA OBTENGAN EN PROPIEDAD.

EL TRANSPORTE PERMITE VINCULAR LA PARCELA CON EL MERCADO Y ES CONCEBIDO POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO COMO UN MECANISMO NECESARIO PARA QUE EL PRODUCTOR DE BÁSICOS PUEDA RETENER LOS EXCEDENTES PRODUCIDOS. ES POR ELLO QUE RESULTA IMPRESCINDIBLE QUE LAS UNIDADES DE TRANSPORTE PAR-

CELARIO, ASÍ COMO EL PEQUEÑO AUTOTRANSPORTE, SEAN PROPIEDAD DE LOS PRODUCTORES PRIMARIOS ORGANIZADOS, PARA QUE SEAN ELLOS LOS QUE DECIDAN LA FORMA A TRAVÉS DE LA CUAL SE PRESTEN ESTOS SERVICIOS ENTRE LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD. ASÍMISMO, ESTOS SERVICIOS SERÍAN APOYADOS CON LOS QUE PRESTA CONASUPO POR MEDIO DE SUS FILIALES.

TAMBIÉN PREVIO LA ADQUISICIÓN DE EQUIPO DE DESGRANE, EL QUE EN 1980 ALCANZÓ LAS 150 UNIDADES; ESTAS RESULTARON INSUFICIENTES PARA ATENDER A LOS NUMEROSOS PRODUCTORES QUE SOLICITAN ESTE SERVICIO.

TAMBIÉN SE PROPUSO CREAR UN SISTEMA DE CARROS REMOLQUE, QUE SERÍAN MOVILIZADOS POR LAS CENTRALES DE TRACTORES DE LA SARH. ÉSTOS SERÍAN ADMINISTRADOS Y OPERADOS POR PERSONAS UBICADAS EN LOS DISTRITOS DE TEMPORAL, QUIENES LOS ENTREGARÍAN A LOS NÚCLEOS AGRARIOS UNA VEZ QUE HAYA SIDO AMORTIZADO SU PRECIO.

EL PLANTEAMIENTO DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO EN MATERIA DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN ES EL DE COORDINAR Y DAR COHERENCIA A ESTAS ACTIVIDADES Y A LAS INSTANCIAS, TANTO PÚBLICAS COMO PRIVADAS ENCARGADAS DE LAS MISMAS QUE ACTUALMENTE SE ENCUENTREN OPERANDO. ESTA COORDINACIÓN Y COHERENCIA SE HARÁ CON EL ESTABLECIMIENTO DE UNA RED DE COMERCIALIZACIÓN-DISTRIBUCIÓN.

ESTA RED ESTUVO ORIENTADA Y ADECUADA A LA DISPERSIÓN DE LAS ZONAS PRODUCTORAS DE BÁSICOS PARA ASÍ VINCULARLAS CON LOS MERCADOS DE DIVERSA MAGNITUD. ESTA COORDINACIÓN

SE IMPLEMENTÓ SOBRE LA BASE DE LA RED DE COMERCIALIZACIÓN-DISTRIBUCIÓN PROPUESTA POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, LA CUAL CUMPLE LA DOBLE FUNCIÓN DE ACOPIO DE LOS PRODUCTOS PRIMARIOS Y VENTA DE LOS ALIMENTOS DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE E INSUMOS PRODUCTIVOS. ESTA DOBLE FUNCIÓN INTEGRA LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y CONSUMO QUE SON LOS DETERMINANTES EN LA CADENA ALIMENTARIA.

LA ESTRUCTURA DE LA RED ESTÁ DISEÑADA PARA INTEGRAR EN DIFERENTES NIVELES DE OPERACIÓN COMERCIAL Y DISTRIBUTIVA, TODOS LOS ESFUERZOS DEL SECTOR PÚBLICO EN ESTE RAMO. ADEMÁS DE INVOLUCRAR A LOS DIVERSOS AGENTES PRIVADOS QUE PARTICIPAN EN LAS MISMAS ACTIVIDADES Y QUE SON NECESARIAS PARA DARLE COHERENCIA A LA RED.

LA RED CONSTA DE CUATRO NIVELES, TIENE EN EL PRIMER NIVEL A LA BODEGA PARCELARIA, COMO NÚCLEO DE LAS UNIDADES DE DESARROLLO INTEGRAL (UDI), LAS DE MAYOR PRIORIDAD PARA EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO. LA BODEGA PARCELARIA SE PRESENTA COMO UN ELEMENTO INTEGRADOR DE OTROS SERVICIOS DE CARÁCTER SOCIAL (TIENDA, PEQUEÑA AGROINDUSTRIA, EDUCACIÓN Y SALUD), QUE PERMITEN A LA POBLACIÓN OBJETIVO LA SATISFACCIÓN DE LOS MÍNIMOS DE BIENESTAR. EL CRITERIO DE UBICACIÓN DE LAS UDI RESPONDE A LAS CONSIDERACIONES DE ALMACENAMIENTO DE LA BODEGA PARCELARIA, POR LO QUE ÉSTAS SE UBICAN EN LAS ZONAS CRÍTICAS.

SE ARTICULA LA FASE DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA CON LAS ACTIVIDADES DE ACOPIO, ALMACENAMIENTO, COMERCIALIZA-

CIÓN-, TRANSFORMACIÓN INDUSTRIAL Y DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS E INSUMOS PRODUCTIVOS, LO QUE PERMITE ESTIMULAR LA PRODUCCIÓN PRIMARIA, YA QUE SE CONTARÁ CON UN MERCADO SEGURO Y CON EL SUMINISTRO ESTABLE DE TECNOLOGÍAS, INSUMOS Y DEMÁS SERVICIOS. EN GENERAL LAS PEQUEÑAS AGROINDUSTRIAS ESTARÁN EN FUNCIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS DE INSUMOS DE LAS AGROINDUSTRIAS MAYORES.

EL SEGUNDO NIVEL DE LA RED LO CONSTITUYEN LO QUE SE HA DENOMINADO SISTEMA INTEGRADO DE ACTIVIDADES COMERCIALES Y PRODUCTIVAS 1 (SIACOP 1); QUE SE COMPODRÁ DE LA ACCIÓN COORDINADA DE LAS INSTALACIONES PÚBLICAS ACTUALMENTE ENCARGADAS DEL ALMACENAMIENTO Y DE LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS E INSUMOS PRODUCTIVOS.

LAS INSTANCIAS QUE CONFORMAN ESTE NIVEL SON: BORUCONSA, FERTIMEX, PROPEMEX, IMPECSA, DICONSA, UMPASA Y LOS MERCADOS DE ACOPIO: LAS CUALES COMERCIALIZARÁN Y DISTRIBUIRÁN LOS ALIMENTOS BÁSICOS E INSUMOS PRODUCTIVOS QUE LLEGARÁN DESDE EL NIVEL INMEDIATO SUPERIOR, A LAS UDIS, ASÍ COMO LOS PRODUCTOS PRIMARIOS DE LAS UDIS A LOS SIACOP. EN EL SIACOP 1 SE ESTABLECERÁN AGROINDUSTRIAS.

DICHAS AGROINDUSTRIAS TRANSFORMARÁN PRODUCTOS DE LA REGIÓN Y DE OTRAS ZONAS. ASÍ COMO LOS PROVENIENTES DE LAS UDIS. LA CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO EN ESTE NIVEL DE LA RED, SERÁ MAYOR QUE LA DE LA BODEGA PARCELARIA DE LA UDI Y SERÁ EQUIVALENTE A LO QUE LAS 20 UDIS ALMACENAN. LA UBICACIÓN ESPECIAL DE LA SIACOP 1 SERÁ EN POBLACIÓN DE HASTA 50

MIL HABITANTES, YA QUE POR SUS DIMENSIONES ESTOS SISTEMAS PODRÁN ATENDER SATISFACTORIAMENTE A MERCADOS DE TAL MAGNITUD.

EN EL SIGUIENTE NIVEL DE LA RED, SE ENCUENTRA EL SISTEMA INTEGRADO DE ACTIVIDADES COMERCIALES Y PRODUCTIVAS 2 (SIACOP 2) QUE SON UNIDADES DE MAYOR TAMAÑO Y CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN, CUYA FUNCIÓN PRINCIPAL SERÁ LA DE GARANTIZAR EL ABASTO EFICIENTE DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE E INSUMOS PRODUCTIVOS A LOS NIVELES INFERIORES DE LA RED. EN ESTE NIVEL SE INSTALARÁN AGROINDUSTRIAS QUE PODRÁN INCORPORAR PROCESOS TECNOLÓGICOS DE MAYOR COMPLEJIDAD QUE SE RELACIONEN EN MAYOR MEDIDA CON EL PRODUCTO TERMINADO. ESTE TERCER NIVEL ESTÁ INTEGRADO POR LAS ACTUALES INSTANCIAS ANDSA, PROPEMEX, IMPECSA, DICONSA, MERCADOS DE ABASTO Y AGROINDUSTRIAS. POR SUS DIMENSIONES, EL SIACOP 2 SE UBICARÁ EN ZONAS URBANAS CON POBLACIÓN ENTRE 50 Y 200 MIL HABITANTES Y DENTRO DE ZONAS PRODUCTORAS DE ALIMENTOS BÁSICOS.

EL CUARTO NIVEL DE LA RED, ES EL SISTEMA INTEGRADO DE ACTIVIDADES COMERCIALES (SIAC), Y SE CONFORMARÁ CON LA PARTICIPACIÓN COORDINADA DE LAS GRANDES INSTALACIONES DE LAS ACTUALES INSTANCIAS ENCARGADAS DEL ALMACENAMIENTO PÚBLICO Y DE LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS. ESTOS SON: ANSA, PROPEMEX, IMPECSA, DICONSA Y MERCADOS DE ABASTO. EL SIAC SE UBICARÁ PREFERENTEMENTE EN CIUDADES QUE POR SU IMPORTANCIA Y LOCALIZACIÓN ESTRATÉGICA EN LA REGIÓN, PUEDEN ABASTECER

DE INSUMOS Y PRODUCTOS DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE A LOS NIVELES INFERIORES DE LA RED.

EL SIAC SE LOCALIZARÁ PREFERENTEMENTE EN CIUDADES DE MÁS DE 200,000 HABITANTES, PUES ÉSTO LES GARNATIZA UN MERCADO QUE SE JUSTIFICA POR SU MAGNITUD.

#### 4.4 EL TRANSPORTE

EL TRANSPORTE CONSTITUYE UN ELEMENTO BÁSICO, EN LA INTEGRACIÓN COORDINADA DE LAS INSTANCIAS PÚBLICAS PARTICIPANTES EN LA RED DE COMERCIALIZACIÓN-DISTRIBUCIÓN, ASÍ COMO ELEMENTO INTEGRADOR DE LOS DIFERENTES NIVELES DE LA MISMA= SU ÓPTIMA UTILIZACIÓN SE LOGRARÁ AL TRANSPORTAR ALTERNADAMENTE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y ALIMENTOS DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE E INSUMOS PRODUCTIVOS.

SE DEBERÁ ASEGURAR QUE EL SISTEMA INTEGRADO DE ACTIVIDADES COMERCIALES Y PRODUCTIVAS (SIACOP 1), CUENTE CON EQUIPO DE TRANSPORTE, QUE ASEGURE UN FLUJO CONTÍNUO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIALIZACIÓN-DISTRIBUCIÓN ENTRE LAS UNIDADES DE DESARROLLO INTEGRAL (UDI) Y LOS SIACOP 1. DESDE ESTE NIVEL, SE TRASLADARÁN ALIMENTOS DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE E INSUMOS PRODUCTIVOS A LAS UDI, DE LA CUAL REGRESARÁ CON PRODUCTOS BÁSICOS.

A NIVEL UDI, LOS PRODUCTORES ORGANIZADOS DEBERÁN CONTAR CON TRANSPORTE PROPIO, PARA EVITAR EL INTERMEDIARISMO Y LA PÉRDIDA DE COSECHAS POR LAS EVENTUALIDADES QUE SIGNIFICA EL TRANSPORTE COMISIONISTA.

ASIMISMO EL RESTO DE LOS NIVELES DE LA RED, SIACOP 2- (SISTEMA INTEGRADO DE ACTIVIDADES COMERCIALES Y PRODUCTIVAS 2) Y SIAC (SISTEMA INTEGRADO DE ACTIVIDADES COMERCIALES), DEBERÁN CONTAR CON SU PROPIO TRANSPORTE. ES IMPORTANTE TAMBIÉN QUE ESTOS DOS NIVELES CUENTEN CON TRANSPORTE

ERROVIARIO QUE GARANTICE EL DESALÓJO DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA, ASÍ COMO EL SUMINISTRO A LAS REGIONES CRÍTICAS DE GRANDES VOLÚMENES DE ALIMENTOS DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE E INSUMOS PRODUCTIVOS.

LA IMPORTANCIA DE CONTAR EN TODO TIEMPO CON EL TRANSPORTE EN LOS CUATRO NIVELES DE LA RED DERIVA DE SU CARACTERÍSTICA DE DOBLE FLUJO Y DE SU INCIDENCIA EN LA ELIMINACIÓN DE LOS CUELLOS DE BOTELLA, EN LOS DIFERENTES NIVELES DE LA MISMA, POR LO QUE SE DEBERÁ ASEGURAR EL FINANCIAMIENTO ADECUADO PARA SU ADQUISICIÓN.

SE PODRÁ RECURRIR AL FONDO PARA EL DESARROLLO DEL AUTOTRANSPORTE (FODEAUTO) EN LA OBTENCIÓN DE FINANCIAMIENTO PARA LA COMPRA DE UNIDADES NUEVAS HASTA POR EL 75% DEL PRECIO DE VENTA, LA TASA DE INTERÉS ANUAL ERA DEL 19% EN 1980 UN PLAZO EN LA AMORTIZACIÓN DE HASTA 6 MESES.

EN EL CORTO PLAZO MIENTRAS EL PAÍS NO LOGRE LA AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA, LA RECEPCIÓN Y DESCARGA DE LOS GRANOS QUE REQUIERE SER IMPORTADOS, DEMANDA LA ESTRUCTURACIÓN DE UN PROGRAMA PARTICIPATIVO QUE CONJUGUE LA CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO EN PUERTOS Y FRONTERAS EN TODO EL PAÍS.

LA DETERMINACIÓN DE LOS PUERTOS DE ENTRADA DEBERÁ DEPENDER DE LAS ZONAS DE INFLUENCIA, LA DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA, EL MONTO LA ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA Y, LAS NECESIDADES DE CONSUMO. ASÍ, SE DEBERÁN ELIMINAR AL MÁXIMO LOS MOVIMIENTOS INNECESARIOS DE TRANSPORTE, SIENDO DEBIDAMENTE CALENDARIZADOS LOS TONELAJES A IMPORTAR POR CADA UNO



DE LOS PUNTOS DE INTERNACIÓN.

FERRONALES DEBE REALIZAR UNA ÓPTIMA PLANEACIÓN DE SUS UNIDADES, DE TAL MANERA QUE SU OPERATIVIDAD SEA LA MÁS ADECUADA PARA EL MANEJO DE LA INTERNACIÓN DE GRANOS BÁSICOS Y SEA DEBIDAMENTE CUMPLIDO EL REGRESO DE LOS TRENES UNITARIOS PARA ELIMINAR EMBARGOS Y CUOTAS ADICIONALES, Y EVITAR ADEMÁS, QUE EL GRANO SEA INTRODUCIDO AL PAÍS EN FURGONES QUE NO ESTÁN ACONDICIONADOS PARA EL MANEJO A GRANEL YA QUE SIGNIFICAN MERMAS CONSIDERABLES.

SE DEBE CUIDAR QUE FERRONALES CUMPLA SUS COMPROMISOS CON CONASUPO, EN CUANTO A LA DOTACIÓN DE EQUIPO PARA DESCARGA DE BARCOS. SE DEBE TAMBIÉN SUPERVISAR QUE FUNCIONEN ADECUADAMENTE LOS FURGONES DESTINADOS PARA EL DESALOJO DE LAS COSECHAS DE TRIGO DEL NOROESTE, PROMOVER LO NECESARIO PARA QUE CONASUPO CUENTE CON EL AUTOTRANSPORTE SUFICIENTE PARA EL DESALOJO DE LAS COSECHAS DE SORGO Y MAÍZ DEL NOROESTE, ASÍ COMO MEJORAR LA EFICIENCIA EN LA DESCARGA DE LOS TRENES UNITARIOS DE ESTADOS UNIDOS, EN LAS INSTALACIONES DE ANDSA Y EN LAS PLANTAS INDUSTRIALES, CLIENTES DE CONASUPO.

SE RECOMIENDA QUE LA COORDINACIÓN GENERAL DEL PROGRAMA DE PRODUCTOS BÁSICOS, LA SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, FERROCARRILES NACIONALES DE MÉXICO Y LOS GOBIERNOS ESTATALES, COORDINADAMENTE CON SECOM-CONASUPO, MANTENGAN PROGRAMAS DE MOVILIZACIÓN OPORTUNA DENTRO DEL TERRITORIO NACIONAL DE PRODUCCIÓN INTERNA Y DE IMPORTACIÓN RES-

PECTO AL MAÍZ Y FRIJOL, INVESTIGANDO PERMANENTEMENTE Y CORRIGIENDO LAS CAUSAS DEL INCUMPLIMIENTO DE ESTOS PROGRAMAS

LA SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES Y LA COMISIÓN COORDINADORA DE PUERTOS, DEBERÁN CONCEDER A CONASUPO PRIORIDAD EN EL DESALOJO DE GRANOS BÁSICOS DE IMPORTACIÓN Y DE PRODUCCIÓN INTERNA.

#### 4.5 DEMANDA ALIMENTARIA PUBLICA - ESPACIO ECONOMICO.

LA PARTICIPACIÓN DEL ESTADO EN LOS PROCESOS DISTRIBUTIVOS, A TRAVÉS DE IMPECSA, DICONSA-COPLAMAR, GENERÓ UNA DEMANDA PÚBLICA DE ALIMENTOS NO PERECEDEROS, EN EL AÑO DE 1980, DEL ORDEN DE 2,245,781 TONELADAS, LO QUE REPRESENTA MONETARIAMENTE ALREDEDOR DE 18 MIL MILLONES DE PESOS A PRECIOS CORRIENTES.

LOS PROVEEDORES PRIVADOS DE LA DEMANDA PÚBLICA ALIMENTICIA DADA LA ACTUAL ESTRUCTURA INDUSTRIAL, SON PREFERENTEMENTE TRANSNACIONALES (30-35%). ESTOS PARA NO PERDER SU CAPACIDAD OLIGOPÓLICA EN LA NEGOCIACIÓN, DIVERSIFICAN Y ATOMIZAN SU OFERTA, EVITANDO CONCENTRAR SUS VENTAS EN POCOS Y GRANDES COMPRADORES. CONSECUENTEMENTE, POR POLÍTICA, -- LAS TRANSNACIONALES SURTEN LA DEMANDA PÚBLICA DE ALIMENTOS SÓLO EN UN 50%. ESTO LES PERMITE, UNA MAYOR INCIDENCIA EN EL MANEJO DEL MERCADO ALIMENTICIO, DETERIORANDO EL ABASTO DE ALIMENTOS A LA POBLACIÓN OBJETIVO.

LOS PROVEEDORES ESTATALES CUBREN ALREDEDOR DEL 20% DE LA DEMANDA PÚBLICA ALIMENTARIA, CANALIZADA PRINCIPALMENTE A TRAVÉS DEL PROGRAMA DE PRODUCTOS BÁSICOS MARCA "ALIANZA"

CON LAS ACTUALES PERSPECTIVAS DE PRODUCCIÓN EN LA INDUSTRIA ALIMENTARIA DEL ESTADO NO SE GARANTIZA, A MEDIANO-PLAZO, UN SURTIMIENTO DE LA DAMANDA PÚBLICA DE ALIMENTOS BÁSICOS, LA CUAL SE ESTIMA, NO PODRÁ SER SATISFECHA EN APROXIMADAMENTE 9,000 MILLONES DE PESOS.

PARA 1982 EL SISTEMA DICONSA Y CONASUPO-COPLAMAR TUVIERON UNA COBERTURA FÍSICA DE APROXIMADAMENTE 70% EN LAS ZONAS RURALES. EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO PRETENDE OPTIMIZAR DICHA INFRAESTRUCTURA; INCREMENTANDO ASÍ LA COBERTURA ALIMENTARIA, ES DECIR, LA RELACIÓN ENTRE LAS VENTAS DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN ESTATALES Y EL GASTO EN ALIMENTOS DE LA POBLACIÓN.

CON EL PLANTEAMIENTO DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, SE ESTIMÓ QUE EL INCREMENTO DE LA DEMANDA PÚBLICA ALIMENTARIA DE PRODUCTOS NO PERECEDEROS INCLUIDOS EN LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE FUÉ DEL ORDEN DEL 135% ES DECIR, -- LOS 18 MILLONES DE PESOS EN 1980 SE INCREMENTÓ A 42 MILLONES DE PESOS A PRECIOS CORRIENTES EN 1982. DE ESTOS, 33-- MIL MILLONES CORRESPONDEN A DICONSA Y DICONSA-COPLAMAR, Y LOS RESTANTES 9 MIL MILLONES A IMPECSA.

LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL DE LAS EMPRESAS FILIALES DE CONASUPO, QUE PRODUCEN PRODUCTOS DERIVADOS DEL TRIGO, LÁCTEOS, ACEITES, MANTECA Y HARINA DE MAÍZ, SE ENCONTRARÁ SATURADA PARA 1982; POR LO QUE SE REQUIERE INICIAR PROGRAMAS DE EXPANSIÓN DE LA INDUSTRIA ESTATAL, DEFINIENDO LOS OBJETIVOS Y LOS REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN NECESARIOS ASÍ COMO LOS MECANISMOS PARA QUE ÉSTE SE VINCULE CON LA INDUSTRIA PRIVADA Y DE CARÁCTER SOCIAL.

PARA ASEGURAR EL SUMINISTRO DE ALIMENTOS E INSUMOS -- PRODUCTIVOS A LA POBLACIÓN OBJETIVO, LAS INDUSTRIAS ESTATALES Y LAS INDUSTRIAS ASOCIADAS DEL CONVENIO CONASUPO-SO-

MEX, SURTIRÁN PRIORITARIAMENTE LA DEMANDA PÚBLICA REPRESENTADA POR IMPECA, DICONSA Y DICONSA-COPLAMAR, PREFERENCIANDO A ESTAS ÚLTIMAS POR SU MAYOR COBERTURA INFRAESTRUCTURAL.

LA EMPRESA ESTATAL ENRIQUECEDORA DE BÁSICOS NUTRIMEX-SE COMPROMETE A SURTIR LAS CRECIENTES DEMANDAS DE LOS PRODUCTOS ENRIQUECIDOS QUE ELABORA, PARA QUE DICONSA E IMPECA LOS DISTRIBUYA EN PRIMERA INSTANCIA, EN LOS DISTRITOS-DE TEMPORAL SELECCIONADOS POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, Y A PRODUCIR PARA INICIOS DE 1981, PULPA DE SOYA PARA ENRIQUECER LA DE HARINA DE MAÍZ, LO CUAL AUMENTÓ EL VALOR NUTRICIONAL DE LA TORTILLA; TENIENDO LA CAPACIDAD PRODUCTIVA PARA ENRIQUECER PRODUCTOS BÁSICOS QUE PRODUCE EL ESTADO.

PRODUCTOS PESQUEROS MEXICANOS INCREMENTÓ LA PRODUCCIÓN DE PESCADO EN SU PRESENTACIÓN PEPE-PEZ, LA CUAL PASÓ DE 7-8 TONELADAS DIARIAS A 12-13 TONELADAS, PARA QUE DICONSA LAS DISTRIBUYA EN LAS ZONAS DEFINIDAS COMO CRÍTICAS.

#### 4.6 APOYO A AGROINDUSTRIAS INTEGRADAS

EL OBJETIVO DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, DE TRANSFORMAR LAS NECESIDADES ALIMENTICIAS EXISTENTES EN DEMANDA EFECTIVA, ES UN GRAN ESTÍMULO PARA LAS AGROINDUSTRIAS E INDUSTRIAS PROCESADORAS DE ALIMENTOS BÁSICOS E INSUMOS PRODUCTIVOS, TANTO PRIVADAS COMO PARA AQUÉLLAS CON RÉGIMEN DE PROPIEDAD Y ORGANIZACIÓN SOCIAL. LO ANTERIOR REQUIERE DE UN APOYO INTEGRAL, NO ÚNICAMENTE FINANCIERO, SINO QUE INCLUYA ABASTO DE INSUMOS, CRÉDITOS, TECNOLOGÍA Y MERCADOS.

EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO CONSIDERÓ QUE SE DEBE ALCANZAR UNA RELACIÓN SIMÉTRICA ENTRE LAS AGROINDUSTRIAS Y LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES PRIMARIOS, PARA QUE ÉSTOS PARTICIPEN EN MAYOR PROPORCIÓN EN LA GENERACIÓN DE RIQUEZA AL AGREGAR VALOR A LOS PRODUCTOS PRIMARIOS. ESTO SE LOGRA CON LA CREACIÓN DE AGROINDUSTRIAS PROPIEDAD DE LOS PRODUCTORES.

LA INSTALACIÓN DE AGROINDUSTRIAS CON ESTAS CARACTERÍSTICAS PERMITE REVERTIR LA RELACIÓN ACTUAL DE AGRICULTURA E INDUSTRIA, QUE NO SÓLO DESCAPITALIZA AL AGRO, SINO QUE DESVÍA GRAN PARTE DE LA PRODUCCIÓN DE GRANOS PARA EL CONSUMO ANIMAL.

LA TRANSFORMACIÓN DE PRODUCTOS PRIMARIOS AL INTERIOR DE LA COMUNIDAD, EVITA LA TRIANGULACIÓN EN SUMINISTRO DE MATERIAS E INSUMOS A LA INDUSTRIA, ASÍ COMO EL INTERMEDIA-

RISMO QUE ELLO SUPONE, REDUCIENDO COSTOS; LO QUE CONLLEVA A UNA MAYOR POSIBILIDAD DE CAPITALIZACIÓN DE LAS AGROINDUSTRIAS, Y AL INCREMENTO DE LA OFERTA DE ALIMENTOS BÁSICOS A PRECIOS REDUCIDOS.

EN LOS MUNICIPIOS COSTEROS DEFINIDOS COMO CRÍTICOS, - EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO PROPONE LA INSTALACIÓN DE AGROINDUSTRIAS SIMPLES, PARA EL PROCEDIMIENTO DE LOS PRODUCTOS DEL MAR EN SU PRESENTACIÓN SECO-SALADO. SE PROPUSO QUE PRODUCTOS PESQUEROS MEXICANOS ASESORE A LAS COOPERATIVAS PESQUERAS PARA LA INSTALACIÓN DE AGROINDUSTRIAS.

EL TRATAMIENTO DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO HACIA LAS AGROINDUSTRIAS, TAMBIÉN INCLUYE UN ESFUERZO EN FAVOR DE LA DESCENTRALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE ESTAS ACTIVIDADES CUYO PROPÓSITO ES DISMINUIR COSTOS, PROPICIAR LA CREACIÓN DE OCUPACIÓN PRODUCTIVA, INTEGRÁNDOSE ADECUADAMENTE A LA RED Y EN GENERAL, APOYAR EL SURGIMIENTO DE POLOS DE DESARROLLO REGIONAL. LOS PRINCIPALES OBJETIVOS DE LA DESCENTRALIZACIÓN SERÁN: COADYUVAR A LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA DE TRANSPORTE E INSUMOS AGRÍCOLAS QUE ACTUALMENTE PADECE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA, ASÍ COMO APOYAR UN PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO REGIONAL EN FAVOR DE LOS GRUPOS MARGINADOS QUE CONSTITUYEN LA POBLACIÓN OBJETIVO PREFERENTE.

LA CELEBRACIÓN DE CONVENIOS DE ASOCIACIÓN ENTRE CONASUPO Y LAS MEDIANAS Y PEQUEÑAS INDUSTRIAS NACIONALES ASOCIADAS PERMITE AL ESTADO AUMENTAR LA OFERTA DE PRODUCTOS - MARCA "ALIANZA". EN ESTE SENTIDO EL FIDEICOMISO CONASUPO

SOMEX, -SIGNIFICA UN GRAN APOYO FINANCIERO A LAS INDUSTRIAS ASOCIADAS.

CON LA INTENCIÓN DE ESTABLECER MAYORES VÍNCULOS ENTRE EL ESTADO Y EL SECTOR PRIVADO, E INCREMENTAR LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL DE ALIMENTOS BÁSICOS, LA COORDINACIÓN GENERAL DE PRODUCTOS BÁSICOS HARÁ USO DE RECURSOS FINANCIEROS DE DIFERENTES INSTITUCIONES ASÍ COMO DE UN FONDO FINANCIERO DE 11 MIL MILLONES DE PESOS, CON EL FIN DE PROMOVER ENTRE OTROS PROYECTOS AGROINDUSTRIALES, LOS DE DIFERENTES ESTADOS DE LA REPÚBLICA QUE TENGAN LA INTENCIÓN DE CUBRIR LA DEMANDA NACIONAL DE PRODUCTOS BÁSICOS.



#### 4.7 SUBSIDIOS SELECTIVOS

EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO PREFERENCIA EL SUBSIDIO AL PRODUCTO FINAL, YA QUE ES UNA FORMA DE ESTIMULAR EL AUMENTO DE LOS NIVELES DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS. EN CASO DE QUE TAL SUBSIDIO NO RESPONDA, SE COMPLEMENTARÍA CON UN SUBSIDIO VÍA LOS SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN, DE TAL FORMA QUE LOS COSTOS DE ALMACENAMIENTO, TRANSPORTE Y GASTOS ADMINISTRATIVOS NO SEAN TRANSFERIDOS AL PRECIO DE LOS ALIMENTOS DE CONSUMO DE LA POBLACIÓN OBJETIVO.

EL SUBSIDIO AL PRODUCTO FINAL SERÍA UN GRAN ESTÍMULO PARA LA INTEGRACIÓN AGROINDUSTRIAL, AL NO DISTORCIONAR EL PRECIO DEL INSUMO AGROPECUARIO, QUE SE CONVIERTE EN UN OBSTÁCULO A ÉSTA. ADEMÁS AL OFRECERSE LOS PRODUCTOS ALIMENTARIOS A PRECIOS MÁS BAJOS SE INCREMENTA LA DEMANDA DE PRODUCTOS AGROINDUSTRIALES.

EL SUBSIDIO A LOS PRODUCTOS FINALES DE CONSUMO BÁSICO, PERMITE AL ESTADO UNA RACIONALIZACIÓN DEL MISMO; ÉSTE NO SERÁ INDISCRIMINADO, SINO EN FORMA SELECTIVA, CONTRA FACTURA DE LOS VOLUMÉNES DE PRODUCCIÓN, A LOS PRODUCTORES DE ALIMENTOS BÁSICOS IMPULSADOS POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO.

LAS IMPORTACIONES DE GRANOS EFECTUADAS POR EL SECTOR INDUSTRIAL, CUANDO SU DESTINO NO SEA PARA LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS, NO DEBERÁN SER OBJETO DE NINGÚN TIPO DE SUBSIDIO POR PARTE DEL ESTADO. POR OTRA PARTE, EL SUBSI--

DIO NO DEBERÁ DARSE AL INSUMO IMPORTADO, SINO AL PRODUCTO-FINAL.

LA APLICACIÓN DEL SUBSIDIO A LA POBLACIÓN OBJETIVO, POR PARTE DEL ESTADO, DEBE SER SELECTIVA, Y DEBE APROVECHAR AL MISMO TIEMPO LA INFRAESTRUCTURA EXISTENTE Y LOS PROGRAMAS DE AMPLIACIÓN DEL SISTEMA DISCONSA, DISCONSA-COPLAMAR, E IMPECSA, A TRAVÉS DE LOS CUALES SE PUEDE HACER LLEGAR EL SUBSIDIO A LOS PRODUCTOS DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE EN LOS MUNICIPIOS CRÍTICOS.

DE GENERALIZARSE LA CANALIZACIÓN DEL SUBSIDIO AL CONSUMO POR LOS CANALES PRIVADOS RELACIONADOS CON LA POBLACIÓN OBJETIVO, EL INCENTIVO PARA EL COMERCIO PRIVADO NO SE DARÍA A TRAVÉS DE AUMENTOS EN EL PRECIO DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE, SINO POR EL AUMENTO DE LA DEMANDA OCASIONADOS POR LA DISMINUCIÓN DEL PRECIO DE LOS PRODUCTOS DE LA CANASTA EN SU CONJUNTO. DADA LA APLICACIÓN DEL SUBSIDIO.

IMPECSA TIENE QUE PRIVILEGIAR LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS, A TRAVÉS DE LOS CANALES PRIVADOS QUE SE RELACIONAN CON LA POBLACIÓN OBJETIVO. ELIMINANDO EL ABASTO INDISCRIMINADO AL RESTO DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN ALMENDUEO, PARA CONTROLAR LOS PRECIOS Y LA CANTIDAD DE ESTOS ALIMENTOS.

LA CONCENTRACIÓN DEL SUBSIDIO EN ALGÚN O ALGUNOS ALIMENTOS DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE PUEDE PROVOCAR ESPECULACIONES; ES POR ELLO QUE EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO RECOMIENDA QUE EL SUBSIDIO AL CONSUMO, VÍA DIFERENCIA

LES DE PRECIOS SEA EN FORMA GENERALIZADA PARA TODOS LOS ALIMENTOS DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE.

ESTO COMPENSA LOS DIFERENCIALES DE PRECIOS ENTRE UNOS PRODUCTOS Y OTROS, Y PRESENTA DOS VENTAJAS FUNDAMENTALES: - POR UN LADO, SE INCENTIVA A LA POBLACIÓN OBJETIVO A ADQUIRIR UNA CANASTA DEBIDAMENTE INTEGRADA DE ALIMENTOS ESENCIALES PARA SU ALIMENTACIÓN Y, POR EL OTRO, FACILITA EL CONTROL ADMINISTRATIVO Y OPERACIONAL DE ESA POLÍTICA, REDUCIENDO EL MENCIONADO RIESGO DE ESPECULACIÓN Y ASEGURANDO SU EFECTIVIDAD.

EL MONTO DE SUBSIDIO PARA LOS ALIMENTOS E INSUMOS PRODUCTIVOS TENDRÁ QUE SER SUFICIENTE PARA PERMITIR A LA POBLACIÓN OBJETIVO CUBRIR LA BRECHA ENTRE EL CONSUMO ACTUAL Y EL CONSUMO RECOMENDABLE, PROPUESTO POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO. DICHO SUBSIDIO ESTARÁ DETERMINADO POR LA ELASTICIDAD-PRECIO DE LA DEMANDA Y, FUNDAMENTALMENTE, POR LOS INGRESOS DE LOS PRODUCTORES ORGANIZADOS.

PARA HACER EFECTIVO EL SUBSIDIO AL CONSUMO, TANTO ALIMENTARIO COMO PRODUCTIVO, RESULTA IMPRESCINDIBLE CONCEBIR A LOS BENEFICIARIOS DE DICHO SUBSIDIO -LOS PRODUCTORES DE BÁSICOS CON DEFICIENCIAS NUTRICIONALES- COMO SUJETOS CON CAPACIDAD DE CONTROL SOBRE CUALQUIER MECANISMO O FORMA QUE SE DISEÑE. ESTE CONTROL LO EJERCERÍAN SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN DE SUS PRODUCTOS Y LA DISTRIBUCIÓN TANTO DE LOS INSUMOS PRODUCTIVOS, COMO DE LOS BIENES QUE COMPONEN LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE.

SE CONSIDERA NECESARIO QUE BANRURAL, DICONSA Y COPLA-  
MAR ESTABLEZCAN A NIVEL NACIONAL UNA LÍNEA DE CREDITO AL-  
CONSUMO FAMILIAR PARA LOS AGRICULTORES QUE CULTIVEN EL ---  
MAÍZ, FRIJOL, TRIGO, ARROZ Y AJONJOLÍ DE TEMPORAL, EL --  
CUAL ADEMÁS DE QUE TENGA UNA REDUCIDA TASA DE INTERÉS, PER  
MITA SER SELECTIVA EN TÉRMINOS DE LA POBLACIÓN QUE SE ESPE  
RA BENEFICIAR. GARANTIZANDO EL CONSUMO DE LA CANASTA BÁSI  
CA RECOMENDABLE.

#### 4.8 PRESENTACION DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS ES UN FACTOR QUE INCIDE SOBRE LA DECISIÓN DE COMPRA; EN OCASIONES ES MÁS IMPORTANTE QUE EL MISMO PRECIO DEL PRODUCTO. POR ESTA RAZÓN EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO PROPONE SE OTORQUE UN TRATAMIENTO ESPECIAL A LA PRESENTACIÓN DE LOS ALIMENTOS DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE.

LA ACEPTACIÓN DE UN PRODUCTO DEPENDE EN GRAN PARTE DE SU IMAGEN. ES POR ELLO QUE SE TIENE QUE TOMAR EN CUENTA PARA SU PRESENTACIÓN, COLORES PSICOLÓGICAMENTE MÁS ATRACTIVOS. EL DISEÑO DEL ENVASE, ETIQUETA, EMPAQUE Y EMBALAJE DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS BÁSICOS SE REALIZARÁ TOMANDO EN CONSIDERACIÓN LA EXPERIENCIA DE LANFI Y DICONSA.

EN EL CASO DE LOS PRODUCTOS DEL MAR, ES NECESARIO REDUCIR EL USO DEL ENVASE DE HOJALATA, POR LOS ALTOS COSTOS QUE REPRESENTAN, E IMPULSAR LA PRESENTACIÓN DE SECO-SALADO QUE NO REQUIERE RED DE FRÍO Y PERMITE SU CONSERVACIÓN DURANTE MAYOR TIEMPO SIN DETRIMENTO DE SUS PROPIEDADES NUTRITIVAS.

LOS ESTUDIOS ACTUALES DE LANFI, INDICAN QUE ES POSIBLE SUSTITUIR EL ENVASE DE HOJALTA PARA PRODUCTOS ENLATADOS COMO EL PESCADO Y LA CARNE, POR ENVASE DE POLIETILENO DE COLOR PÚRPURA Y VIOLETA, QUE NULIFICA LOS RAYOS INFRARROJOS DEL SOL QUE DESCOMPONEN LOS ALIMENTOS. ESTE TIPO DE ENVASES, DEBE CONTENER UN MÍNIMO DE OXÍGENO Y UN MÁXIMO DE

BIÓXIDO DE CARBONO, QUE PERMITE DUPLICAR EL PERÍODO DE VIDA EN BUENAS CONDICIONES SIN NINGÚN TIPO DE COMPUESTO QUÍMICO. ESTA MEDIDA DEBE ACOMPAÑARSE CON UNA MAYOR ROTACIÓN DEL PRODUCTO, LO QUE SE CONSIGUE CON LA ELEVACIÓN DEL INGRESO Y PRECIOS ACCESIBLES PARA LA POBLACIÓN OBJETIVO.

PARA GARANTIZAR LOS NIVELES DE NUTRICIÓN RECOMENDADOS, SECOM, SSA. Y SEPAFIN VIGILARÁN ESTRICTAMENTE QUE TODOS LOS PRODUCTOS BÁSICOS ELABORADOS, SE AJUSTEN A LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ESPECIFICACIONES Y ANÁLISIS FÍSICO QUÍMICOS SEÑALADOS EN LAS ETIQUETAS.

DEBIDO A LA GRAN INFLUENCIA QUE EJERCE LA PUBLICIDAD SOBRE EL CONSUMIDOR, Y EN VIRTUD DE LAS DISTORCIONES OCASIONADAS EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO, DONDE SE SUSTITUYEN LOS ALIMENTOS NUTRITIVOS POR PRODUCTOS QUE NO SATISFACEN LOS REQUERIMIENTOS NUTRICIONALES EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO PROPONE LA CREACIÓN DE NORMAS DE CONSUMO Y PATRONES ALIMENTICIOS. ASÍMISMO, SE FOMENTARÍAN LAS CAMPAÑAS RELATIVAS A PRODUCTOS QUE IMPLIQUEN MEJORES NIVELES NUTRICIONALES, Y QUE TIENDAN A RESCATAR LOS HÁBITOS DE CONSUMO TRADICIONALES.

EL SECTOR COMERCIO JUNTO CON R.T.C. Y S.S.A., COORDINARÍAN Y VIGILARÍAN QUE LA PUBLICIDAD COMERCIAL A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN, SE AJUSTEN A LA LEGISLACIÓN VIGENTE EN MATERIA DE PUBLICIDAD COMERCIAL PARA CORREGIR LAS DISTORCIONES EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO, PRINCIPALMENTE EN-

LAS ZONAS RURALES.

LA DISTRIBUCIÓN DE PERIÓDICOS DEL CONSUMIDOR, A TRAVÉS DEL SISTEMA DICONSA, ES UN MEDIO DE DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS DE CONSUMO ADECUADOS, ASÍ COMO DEL NIVEL DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS BÁSICOS. DICONSA DEBE INCREMENTAR Y HACER EFICIENTE SU DISTRIBUCIÓN Y CANALIZARLA HACIA LAS ZONAS CRÍTICAS DEL PAÍS, YA QUE ACTUALMENTE SE DISTRIBUYE -- PREFERENTEMENTE EN LAS ZONAS URBANAS.

LOS PROMOTORES Y EXTENSIONISTAS DEL INSTITUTO NACIONAL DE CAPACITACIÓN AGRÍCOLA RURAL (INCA-RURAL , SARH Y -- LOS CENTROS CONASUPO DE CAPACITACIÓN (CECONSA), DEBERÁN -- REALIZAR, ADEMÁS DE SU TRABAJO ESPECIALIZADO, ACCIONES EN CONJUNTO CON LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES COMO ÓRGANO INTEGRADOR Y BÁSICO DE LA COMUNIDAD. ELLO LES PERMITIRÍA INDUCIR LA PROGRAMACIÓN PARTICIPATIVA, MULTIACTIVA E INTEGRADA, QUE AL NEGOCIARSE CON LAS INSTITUCIONES RESPONSABLES GENERE COMPROMISOS POR AMBAS PARTES Y EN ESE SENTIDO, SE ADECUÉN PROGRAMAS INSTITUCIONALES DESDE LA PROPIA -- COMUNIDAD Y LA REALIDAD CONCRETA.

#### 4.9 PRECIOS Y MECANISMOS DE RETENCION DEL EXCEDENTE

EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO NO PUEDE SEPARAR LAS ACCIONES DE IMPULSO A LA PRODUCCIÓN DE LAS POLÍTICAS QUE LES PERMITE A LOS PRODUCTORES PRIMARIOS RETENER Y ACUMULAR PRODUCTIVAMENTE EL EXCEDENTE QUE GENERA SU PROPIA ACTIVIDAD, A TRAVÉS DEL ACOPIO, ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS Y EL DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA SELECTIVA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA INDUCIRLOS A ENFRENTAR -- LOS PATRONES CULTURALES REALES CONSUMISTAS. EN EL NIVEL -- MÁS GENERAL IMPLICA TAMBIÉN UN ESFUERZO POR PARTE DEL ESTADO PARA CORREGIR LOS PRECIOS RELATIVOS ESTATALES INTERSECTORIALES EN FAVOR DE LA AGRICULTURA, INCIDIENDO SOBRE TODO EN LA ADECUADA REDITUABILIDAD DE LOS CULTIVOS CAMPESINOS. NO SE TRATA SÓLO DE PRODUCIR MÁS ALIMENTOS BÁSICOS, SINO -- DE QUE LOS PRODUZCAN PRIMORDIALMENTE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES PRIMARIOS, YA QUE RESULTA UNA DE LAS VÍAS MÁS ADECUADAS PARA OFRECER EMPLEO, DISTRIBUIR INGRESOS Y MEJORAR LOS NIVELES NUTRICIONALES DE MILLONES DE MEXICANOS.

LA ESTRATEGIA DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO Y EL -- DESARROLLO DE LA RED DE COMERCIALIZACIÓN-DISTRIBUCIÓN IMPLICA TAMBIÉN REACTIVAR LAS BASES DE LA ORGANIZACIÓN CAMPESINA, PARA QUE REALMENTE LOS PRODUCTORES Y JORNALEROS PUE-- DAN NEGOCIAR MEJORES PRECIOS Y SALARIOS Y CAPTAR UN MAYOR- EXCEDENTE ECONÓMICO. ES POR ELLO QUE SE HACE NECESARIO RE-- NOVAR LA ALIANZA ESTADO-CÁMPESINO.



A FIN DE REVERTIR EL PROCESO DE DESCAPITALIZACIÓN DEL AGRO, EN FAVOR DE LA INDUSTRIA , LOS PRECIOS DE GARANTÍA - DE LOS PRODUCTOS BÁSICOS DEBEN INSCRIBIRSE DENTRO DE UNA - RELACIÓN FAVORABLE DE PRECIOS RELATIVOS INTERSECTORIALES.- ESTOS NO DEBEN CONTINUAR SIENDO UN SUBSIDIO AL SECTOR MANU- FACTURERO CON TÉRMINOS DE INTERCAMBIO CRECIENTEMENTE DESFA- VORABLES; POR EL CONTRARIO, LOS PRECIOS DE GARANTÍA DEBE-- RÁN INCENTIVAR LA PRODUCCIÓN DE BÁSICOS, AUMENTAR EL PRO-- DUCTO AGRÍCOLA Y EL INGRESO DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES. - PARA QUE LOS PRECIOS DE GARANTÍA, SEAN INCENTIVADORES SE - DEBERÁN CONSIDERAR LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN QUE TOMEN EN - CUENTA, ADEMÁS DE LOS COSTOS NORMALES, LA UTILIZACIÓN Y EL PAGO A LA MANO DE OBRA FAMILIAR, ASÍ COMO LA RENTA DE LA-- TIERRA.

LOS PRECIOS DE GARANTÍA DEBERÁN CONTRIBUIR A LA RES-- TITUCIÓN DEL PODER ADQUISITIVO DE LOS PRODUCTORES DE ALI-- MENTOS BÁSICOS, Y AL AUMENTO DE SU INGRESO REAL, DETERIORA- DOS POR EL CONSTANTE INCREMENTO DEL COSTO DE LA VIDA ASÍ - COMO PARA LOGRAR UNA MAYOR CAPITALIZACIÓN PARA LA PRODUC- CIÓN PRIMARIA, PRINCIPALMENTE DE GRANOS BÁSICOS QUE BENE- FICIE A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DIRECTOS Y NO ÚNICAMENTE- AL SECTOR INDUSTRIAL COMO TRADICIONALMENTE SE HA HECHO.

LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE GARANTÍA NO DEBERÁ GUIARSE POR EL PRECIO INTERNACIONAL, PUES ESTE REFLEJA UNA PRODUC- TIVIDAD Y UN SUBSIDIO TOTALMENTE DIFERENTE A LOS VIGENTES- EN NUESTRO PAÍS. TAL POLÍTICA DE PRECIOS NO SÓLO PROPICIA

LA SUSTITUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE BÁSICOS POR PRODUCTOS - DE ALTA RENTABILIDAD EN LOS PREDIOS DE AGRICULTURA COMER-- CIAL, SINO QUE TAMBIÉN IMPIDE LA PRODUCCIÓN DE EXCEDENTES- A LOS PRODUCTORES DE ALIMENTOS BÁSICOS.

ES CONVENIENTE QUE LA REVISIÓN DE LOS PRECIOS DE GA-- RANTÍA SE HAGA ANTES DEL LEVANTAMIENTO DE LA COSECHA DE CA DA CICLO. LO ANTERIOR CON EL FIN DE TOMAR EN CUENTA LOS - IMPREVISTOS QUE SE HAYAN DADO DURANTE LA SIEMBRA Y, ASÍ -- ASEGURAR AL PRODUCTOR UN MAYOR INGRESO EN CASO DE QUE LAS- COSECHAS HAYAN SIDO MALAS. LOS PRECIOS QUE ENTREN EN VI-- GOR A FINES DE ABRIL O A PRINCIPIOS DE MAYO -PARA EL CICLO PRIMAVERA/VERANO-, DEBERÁN REVISARSE EN SEPTIEMBRE, Y, LOS PRECIOS QUE ENTREN EN VIGOR A PARTIR DEL 1RO. DE OCTUBRE - -PARA EL CICLO OTOÑO-INVIerno-, DEBEN REVISARSE EN FEBRE-- RO.

SE DEBERÁN USAR LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN PA RA DIFUNDIR LOS PRECIOS DE GARANTÍA A LOS PEQUEÑOS PRODUC- TORES. LA RADIO DEBE SER UTILIZADA COMO UN EFICIENTE ME-- DIO DE DIFUSIÓN DE LOS NIVELES DE PRECIOS, ESPECIALMENTE - SI ÉSTOS SE INSERTAN EN LOS HORARIOS Y PROGRAMAS CON MAYOR NÚMERO DE RADIO ESCUCHAS.

EL FORTALECIMIENTO DE LA PRESENCIA DEL ESTADO EN LAS - ZONAS PRODUCTORAS PRIORITARIAS, A TRAVÉS DEL PROGRAMA DE- APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN EJIDAL (PACE) Y OTROS MECANIS- MOS DE APOYO PROPUESTOS POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICA- NO COMO LA BODEGA-TIENDA, SERÁN EL MEDIO POR EL CUAL SE HA

RA LLEGAR EFECTIVAMENTE EL PRECIO DE GARANTÍA A LOS PRODUCTORES DIRECTOS. POR LO QUE RESPECTA AL PACE, SE PROPONE - INCREMENTAR SUSTANCIALMENTE SU COBERTURA GEOGRÁFICA, YA -- QUE ACTUALMENTE PARTICIPA CON MENOS DEL 20% EN EL MERCADO-- NACIONAL. ES NECESARIO LIGARLO PROGRAMÁTICA Y OPERATIVA-- MENTE A LOS DISTRITOS DE TEMPORAL, AMPLIARLO PARA QUE TRA-- BAJE TAMBIÉN CON LA PEQUEÑA PROPIEDAD Y ROBUSTECERLO EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL FRIJOL.

SE HACE NECESARIO APOYAR A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES - DE BÁSICOS DESDE LA ETAPA DE PRESIEMBRA HASTA LA DE LA CO-- MERCIALIZACIÓN DE LA COSECHA SUMINISTRANDO CON OPORTUNIDAD Y SUFICIENCIA INSUMOS PRODUCTIVOS, ASISTENCIA TÉCNICA, SER-- VICIOS DE MECANIZACIÓN, CRÉDITO, ETC., FAVORECIENDO CON -- ESTO UNA RELACIÓN DE ACUMULACIÓN- CONSUMO.

## C A P I T U L O   V

### DETERMINACION DEL EXITO O FRACASO DE LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS

5.1. CAUSAS DEL FRACASO DE LOS MECANISMOS DE COMER  
CIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS.

5.2. SUGERENCIAS PARA EVITAR EL FRACASO.

5.3. EL MEJOR APROVECHAMIENTO DEL EXITO DE LOS ME-  
CANISMOS DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BA-  
SICOS.

5.4. GRAFICAS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LAS -  
ENTREVISTAS REALIZADAS A LA POBLACION OBJE TI-  
VO.

5.5. GRAFICAS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LAS -  
ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS FUNCIONARIOS DE-  
LOS ORGANISMOS INVOLUCRADOS EN EL SISTEMA ALI  
MENTARIO MEXICANO.

## 1 CAUSAS DEL FRACASO DE LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS.

SI EXISTEN FRACASOS EN LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACION, ES PORQUE TANTO EL GOBIERNO FEDERAL COMO LA POBLACION DE MEXICO, NO SE HAN PREOCUPADO O BIEN NO HAN SABIDO VALORAR LA IMPORTANCIA QUE TIENEN HOY Y EL PAPEL QUE JUGARÁN EN UN FUTURO LOS PRODUCTOS BÁSICOS. LA CUESTIÓN ES QUE EN MÉXICO NO SE HA SUFRIDO POR ALIMENTOS, ES DECIR, NO SE HA ADECIDO UNA FUERTE HAMBRE EN EL PAÍS, YA QUE AUNQUE POR LO MENOS TORTILLA Y FRIJOLES COME EL MEXICANO.

PERO VEAMOS UN POCO MAS AL FUTURO, Y AL PASO AL QUE MARCHA EL PAÍS MUY PRONTO HABRÁ ESCASEZ DE ALIMENTOS, EN CONCRETO, DE "PRODUCTOS BÁSICOS", ENTONCES TANTO EL GOBIERNO FEDERAL COMO LA POBLACION DE MÉXICO, NOS ESTAREMOS LAMENTANDO POR NO HABER PRESTADO ATENCIÓN A TAN IMPORTANTE TEMA.

ES POR ESTA RAZÓN POR LA QUE NOS HEMOS ADENTRADO A ANALIZAR ALGUNAS DE LAS MUCHAS RAZONES POR LAS QUE HAN FRACASADO LOS DISTINTOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACION Y DE ESTA MANERA HACER CONCIENCIA DE LA IMPORTANCIA DE ESTE TEMA, BUSCANDO SOLUCIONES AL RESPECTO.

EN LA INVESTIGACIÓN REALIZADA LAS PRINCIPALES CAUSAS-  
DEL FRACASO, SEGÚN LA PROPIA POBLACIÓN DE MÉXICO, SON LAS-  
SIGUIENTES:

- EL GOBIERNO FEDERAL DA PUBLICIDAD A MUCHAS COSAS, ALGUNAS DE ELLAS SIN IMPORTANCIA, Y DESPUÉS DE LA DESAPARICIÓN DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, NO HAY MÁS PUBLICIDAD SOBRE PRODUCTOS BÁSICOS.
- TAL VEZ EL GOBIERNO FEDERAL NO DA PUBLICIDAD A LOS -- PRODUCTOS BÁSICOS PORQUE SABE QUE CUANDO MENOS EL 50% DE LA POBLACIÓN EN MÉXICO NO PODRÍA ADQUIRIR MUCHOS - DE ELLOS DEBIDO A SU ALTO PRECIO.
- EL GOBIERNO FEDERAL NO SE PREOCUPA POR BAJAR EL PRE-- CIO A LOS ALIMENTOS PARA QUE LA POBLACIÓN PUEDA ESTAR BIEN ALIMENTADA. UN EJEMPLO CLARO SON LAS TIENDAS CO SUPO, EN LAS CUALES LA MAYOR PARTE DE LAS PERSONAS EN TREVISTADAS NO ADQUIEREN SUS PRODUCTOS, DEBIDO AL ALTO PRECIO.
- NO EXISTE UNA CAMPAÑA CONSTANTE DE LA IMPORTANCIA DE- CONSUMIR PRODUCTOS BASICOS, ES DECIR NO SE HA CONCIENTIZADO A LA POBLACIÓN ADECUADAMENTE.
- LA IGNORANCIA Y EL ALTO GRADO DE ANALFABETISMO EN EL PAÍS HA PROPICIADO QUE CUANDO SE PUBLICAN EN PERIÓDICOS, REVISTAS, TELEVISIÓN, RADIO, ETC., ARTÍCULOS SO BRE LA IMPORTANCIA DE CONSUMIR ESTOS PRODUCTOS, NO -- TENGA UN IMPACTO AL 100%.

ES BIEN SABIDO QUE TODOS LOS MEXICANOS EN LUGAR DE COMER ALIMENTOS NUTRITIVOS PREFERIMOS GASTAR DINERO EN COMER COSAS QUE NO ALIMENTAN Y ESTO SE DEBE PRECISAMENTE A QUE NO CONOCEMOS LO QUE ES NUTRITIVO, PORQUE NO HEMOS SIDO DEBIDAMENTE ORIENTADOS AL RESPECTO.

LA POBLACIÓN NUNCA HA PRESTADO ATENCIÓN A ESTE TIPO DE PUBLICIDAD, POR ESTA RAZÓN, TAL VEZ EL GOBIERNO -- EVITA MAYOR DIFUSIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS.

ES MENTIRA QUE EL GOBIERNO FEDERAL SE PREOCUPE POR EL BIENESTAR DE LA POBLACIÓN EN CUANTO A QUE, ESTA TENGA UNA BUENA ALIMENTACIÓN, MUESTRA DE ELLO LO VIMOS HACER MUY POCO TIEMPO, NOS REFERIMOS A LA DESAPARICIÓN DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, SEGÚN EL GOBIERNO FEDERAL, NO CUMPLIÓ CON LOS OBJETIVOS QUE SE PROPUSO. -- POR OTRA PARTE, LA POBLACIÓN NO RECUERDA ABSOLUTAMENTE NADA DE ESTE SISTEMA.

NO SE HAN SABIDO APROVECHAR CORRECTAMENTE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA QUE LA GENTE SEPA LA IMPORTANCIA DE ESTE TEMA.

## 5.2 SUGERENCIAS PARA EVITAR EL FRACASO

EN MÉXICO EXISTEN MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS, YA QUE EN LA INVESTIGACIÓN QUE REALIZAMOS EN LAS DIFERENTES ZONAS DEL DISTRITO FEDERAL (ZONA NORTE, ZONA SUR, ZONA ORIENTE, ZONA PONIENTE), NOS ENTERAMOS QUE EL 70% DE LA POBLACIÓN AFIRMA QUE LOS UNICOS QUE DAN PUBLICIDAD A LOS PRODUCTOS BÁSICOS SON LOS CENTROS COMERCIALES, YA SEA POR MEDIO DE LA TELEVISIÓN, RADIO, PERIÓDICO, REVISTAS, CARTELES, ETC. POR OTRO LADO UN 25% DE LA POBLACIÓN OPINA QUE EL GOBIERNO FEDERAL TAMBIÉN DA PUBLICIDAD A LOS PRODUCTOS BÁSICOS, UN 2.5% OPINA QUE TANTO EL GOBIERNO COMO LOS CENTROS COMERCIALES ESTAN DANDO PUBLICIDAD A LOS MISMOS, Y EL 2.5% RESTANTE AFIRMA QUE NO EXISTEN EN MÉXICO, MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN.

LOS UNICOS QUE ESTAN APROVECHANDO LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS SON LOS CENTROS COMERCIALES, AUNQUE BIEN SABEMOS QUE DAN A CONOCER A LA GENTE PRECIOS BAJOS DE DICHS PRODUCTOS, PARA QUE UNA VEZ EN EL CENTRO COMERCIAL EL USUARIO CONSUMA OTROS ARTÍCULOS.

LA GENTE SÍ SE ENTERA DE LOS PRODUCTOS BÁSICOS QUE LOS CENTROS COMERCIALES PONEN A SU DISPOSICIÓN Y MUCHAS VECES ESTAN A MAS BAJO PRECIO QUE LAS PROPIAS TIENDAS DEL GOBIERNO.

VIENDO TODAS ESTAS SITUACIONES, EL GOBIERNO FEDERAL -



DEBERÍA TOMAR MEDIDAS PREVENTIVAS, PERO NO SOLAMENTE PROCURANDO DAR PUBLICIDAD A LOS PRODUCTOS BÁSICOS, SINO DANDO UN PRECIO JUSTO PARA QUE TODA LA POBLACIÓN EN MÉXICO PUEDA ADQUIRIR ESTOS PRODUCTOS, NO SOLAMENTE LA GENTE DE CLASE ALTA. EL GOBIERNO FEDERAL TIENE LA OBLIGACIÓN DE APROVECHAR LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN (TELEVISIÓN, RADIO, PERIÓDICOS, REVISTAS, CARTELES, ETC.) PARA QUE LA GENTE SEPA QUÉ ALIMENTOS DEBE CONSUMIR Y A QUE PRECIOS.

EN MÉXICO, SI EXISTEN MECANISMOS EFICIENTES DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS, LO QUE OCURRE ES QUE NO SE HAN SABIDO APROVECHAR, EN ESPECIAL POR PARTE DEL GOBIERNO FEDERAL.

ES BIEN SABIDO QUE EL MEXICANO AUNQUE NO TENGA DINERO PARA COMER ALIMENTOS NUTRITIVOS, SI TIENE TELEVISIÓN O RADIO, CON ESTO QUEREMOS DECIR, QUE LA GENTE SI VE MENSAJES PUBLICITARIOS, POR LO CUAL EL GOBIERNO DEBERÍA APROVECHAR ESTO, PARA DIFUNDIR; LOS PRODUCTOS BÁSICOS, LA MEJOR ALIMENTACIÓN DE LA GENTE, LOS LUGARES DONDE LOS PUEDE ADQUIRIR MÁS BAJO PRECIO (ESTO YA LO BIENE HACIENDO LA PROCURADURÍA GENERAL DEL CONSUMIDOR). DE ESTA MANERA LA GENTE SI PUEDE APROVECHAR DICHS PRODUCTOS. LA MAYOR PARTE DE LA POBLACIÓN NO SABE CUALES SON LOS PRODUCTOS QUE CONTIENE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE, UNICAMENTE ADQUIEREN ALGUNOS DE ÉSTOS POR COSTUMBRE.

### 5.3 EL MEJOR APROVECHAMIENTO DEL EXITO DE LOS MECANISMOS - DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS.

REALIZANDO TRES ESFUERZOS BÁSICOS:

- ESFUERZO PRODUCTIVO QUE SE BASA EN LA PROTECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE GRANOS BÁSICOS.
- ESFUERZO INTEGRADOR, TRATANDO DE UNIR LA PRODUCCIÓN AL CONSUMO; MEJORANDO ALMACENES, TRANSPORTES, CONTROLANDO LA ESPECULACIÓN A TRAVÉS DE CONASUPO, REDUCIENDO INTERMEDIARIOS.
- ESFUERZO DISTRIBUTIVO, QUE ES FUNDAMENTAL LLEGAR A LA POBLACIÓN A TRAVÉS DE:
  - A) ALIMENTOS A BAJO COSTO
  - B) ENRIQUECIMIENTO DE BÁSICOS
  - C) AUMENTOS FORMULADOS
  - D) EDUCACIÓN NUTRICIONAL

EL IMPULSO A LA PRODUCCIÓN NO PUEDE SEPARARSE DE LAS POLÍTICAS QUE PERMITAN A LOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS PARTICULARMENTE LOS CAMPESINOS DE TIERRAS DE TEMPORAL, RETENER EL EXCEDENTE QUE GENERA SU PROPIA ACTIVIDAD. EN EFECTO, IMPULSAR COMO PRODUCTORES DE GRANOS BÁSICOS A LOS EMPOBRECIDOS CAMPESINOS, EN LAS ZONAS DE AGRICULTURA DE TEMPORAL, QUE SON LOS QUE MAYOR POTENCIAL TIENEN DE ELEVAR SU PRODUCCIÓN, VÍA PRODUCTIVIDAD Y SU PAPEL SIMULTÁNEO, COMO SUS PRINCIPALES CONSUMIDORES, PUES LA SUBALIMENTACION ES ESENCIALMENTE-

**RESULTADO DE UN ESTADO DE SUBEMPLEO Y POBREZA CUYA MEJOR - SOLUCIÓN ES LA REACTIVACIÓN DE QUIENES LA PADECEN.**

**LAS ORGANIZACIONES PARA EL CONSUMO DEBEN PARTICIPAR - ACTIVAMENTE EN LOS PROCESOS DE DIVULGACIÓN QUE TIENDA A DEFENDER SUS VALORES ENDÓGENOS ASÍ COMO ENRIQUECER LA VIDA - DE LA COMUNIDAD, DESARROLLANDO SUS CAPACIDADES DE CONSUMO. PARA ESTE EFECTO ES NECESARIO, PLANIFICAR LA UTILIZACIÓN - DE LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN, REFORMULANDO LA POLÍTICA PUBLICITARIA, COORDINAR PROGRAMAS Y CAMPAÑAS DE DIVULGACIÓN Y - EXTENSIÓN CON R.T.C., BTM., S.E.P., ETC. ESTIMULAR LA FORMACIÓN DE INSTANCIAS ORGANIZATIVAS PARA QUE LOS CAMPESINOS ASUMAN - CRÍTICA Y OBJETIVAMENTE UN NUEVO PAPEL FRENTE A LA - DIFUSIÓN DE MASAS.**

**DENTRO DE ESTE PROPÓSITO ES CONVENIENTE QUE NOS PREOCUPEMOS POR LO SIGUIENTE:**

- A) RESCATAR LOS HÁBITOS TRADICIONALES DE LA COCINA REGIONAL MEXICANA, PROMOVRIENDO EL CONSUMO DE ALIMENTOS AUTÓCTONOS NUTRICIONALES.**
- B) DESARROLLAR CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN NUTRIOLÓGICAS Y ACERCA DE PROCEDIMIENTOS PARA LA CONSERVACIÓN, EL ENRIQUECIMIENTO Y COMBINACIÓN DE SUS ALIMENTOS.**
- C) ESTIMULAR LA FORMACIÓN DE CÍRCULOS COMUNALES DE TELEVIDENTES Y RADIOESCUCHAS QUE TENGAN LA FINALIDAD DE CRITICAR, CUESTIONAR Y RETROALIMENTAR LAS PROGRAMACIONES DE LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN.**
- D) DESPERTAR INTERÉS DEL SECTOR CAMPESINO PARA QUE PARTICI**

PE, COMO UNIDAD DE APOYO EN LA EVALUACIÓN DEL ESTADO DE NUTRICIÓN DE LA COMUNIDAD.

PARA APROVECHAR MEJOR EL ÉXITO DE MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS ES NECESARIO QUE LA POBLACIÓN ALCANCE EL MÍNIMO DE BIENESTAR EN CUANTO A VIVIENDA, SALUD, EDUCACIÓN, AGUA, POTABLE, ETC.

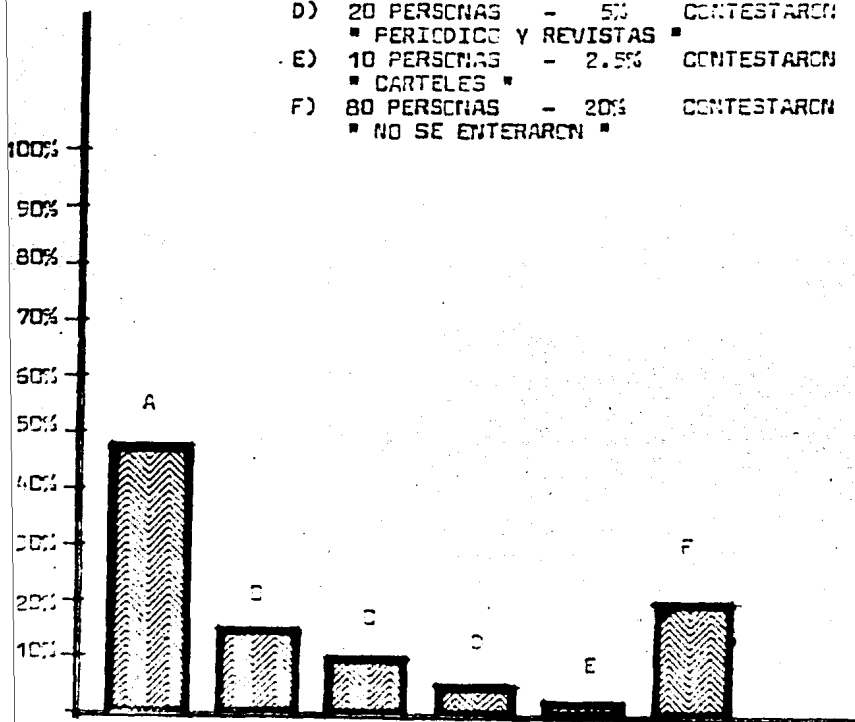
LA ATENCIÓN A ESTOS ASPECTOS NO OBEDECE ÚNICAMENTE A LA NECESIDAD DE SATISFACER DEMANDAS URGENTES Y ACTUALES QUE, POR SU CARÁCTER INMEDIATO, PODRÍAN PRESENTARSE CON UNA IMAGEN COYUNTURAL. EL PROPÓSITO ES FUNDAMENTAL, CREAR CONDICIONES PARA GARANTIZAR EL DESARROLLO DEL HOMBRE Y DE SU COLECTIVIDAD, PARA QUE, EN LA MEDIDA EN QUE SE MEJOREN LAS CONDICIONES DE VIDA DE LOS INDIVIDUOS, SE ASEGURE TAMBIÉN EL PROGRESO Y EL BIENESTAR DE LA SOCIEDAD. ASÍ PUES LOS MÍNIMOS DE EXISTENCIA SE EXPRESAN TANTO EN LA NECESIDAD DE ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD, DE REDISTRIBUIR EL INGRESO, COMO DE AMPLIAR Y REORIENTAR EL CONSUMO.

**5.4 GRAFICAS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS  
EN LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LA -  
POBLACION OBJETIVO.**

OBJETIVO : DETERMINAR POR CUAL MEDIO DE DIFUSION, EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO TUVO MAYOR IMPACTO EN LA POBLACION DEL PAIS.

PREGUNTA : ¿POR CUALES MEDIOS DE DIFUSION SE ENTERO DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO?

- A) 190 PERSONAS - 47.50% CONTESTARON  
" TELEVISION "
- B) 60 PERSONAS - 15% CONTESTARON  
" TELEVISION Y RADIO "
- C) 40 PERSONAS - 10% CONTESTARON  
" TELEVISION, PERIODICO Y REVISTAS "
- D) 20 PERSONAS - 5% CONTESTARON  
" PERIODICO Y REVISTAS "
- E) 10 PERSONAS - 2.5% CONTESTARON  
" CARTELES "
- F) 80 PERSONAS - 20% CONTESTARON  
" NO SE ENTERARON "



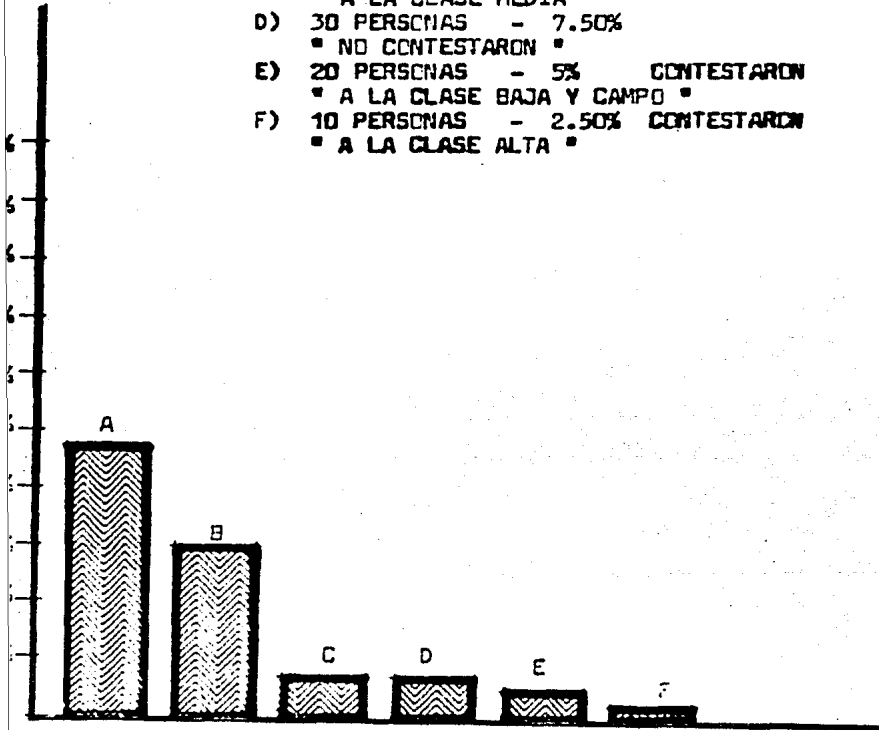
INTERPRETACION :

DE LAS 400 PERSONAS ENTREVISTADAS, 190 DE ELLAS AFIRMARON QUE LA TELEVISION FUE EL MEDIO DE DIFUSION MAS IMPORTANTE, PARA DAR A CONOCER EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO.

OBJETIVO : DETERMINAR SI EFECTIVAMENTE LA GENTE SABE QUE EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO TRATABA DE - BENEFICIAR A TODA LA POBLACION, PRINCIPALMENTE A LA CLASE MEDIA Y CLASE BAJA.

PREGUNTA : ¿A QUIENES EN SU OPINION BENEFICIABA EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO?

- A) 190 PERSONAS - 47.50% CONTESTARON  
▪ A TODA LA POBLACION ▪
- B) 120 PERSONAS - 30% CONTESTARON  
▪ A LA CLASE BAJA ▪
- C) 30 PERSONAS - 7.50% CONTESTARON  
▪ A LA CLASE MEDIA ▪
- D) 30 PERSONAS - 7.50%  
▪ NO CONTESTARON ▪
- E) 20 PERSONAS - 5% CONTESTARON  
▪ A LA CLASE BAJA Y CAMPO ▪
- F) 10 PERSONAS - 2.50% CONTESTARON  
▪ A LA CLASE ALTA ▪



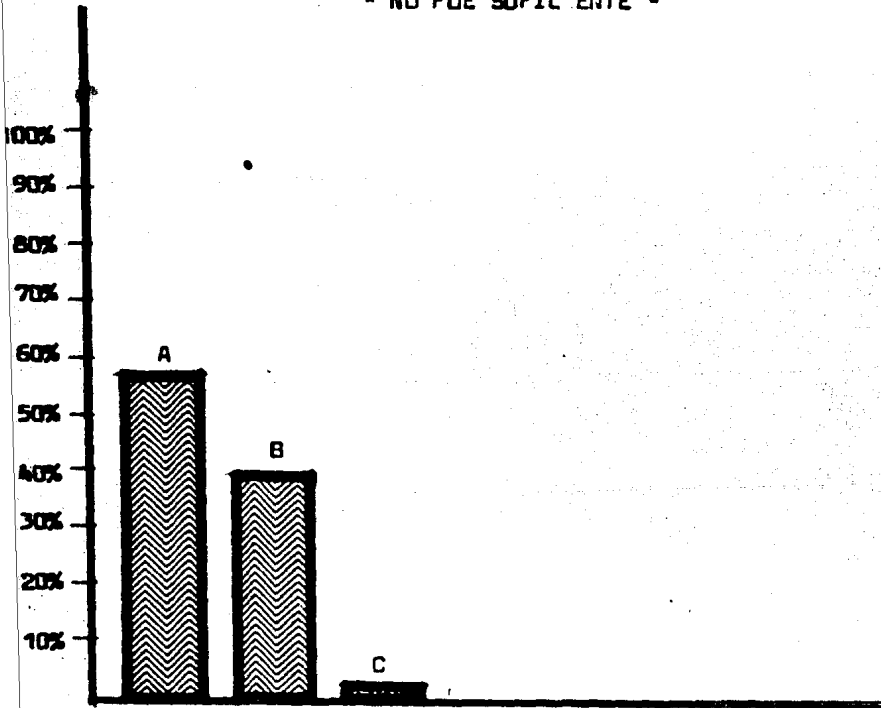
INTERPRETACION :

DE LAS 400 PERSONAS ENTREVISTADAS, 190 RESPONDIERON  
▪ QUE A TODA LA POBLACION ▪, 120 QUE LA CLASE BAJA,  
DE LO QUE SACAMOS EN CONCLUSION QUE LA MAYORIA DE -  
LA GENTE SE DIO CUENTA QUE SE TRATABA DE BENEFICIAR  
A TODA LA POBLACION MEXICANA Y EN FORMA ESPECIAL A  
LA CLASE BAJA QUE ES LA MAS NECESITADA EN EL PAIS,  
TANTO EN ASPECTOS MONETARIOS COMO DE ALIMENTACION.

OBJETIVO : DETERMINAR SI EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO UTILIZO LA PUBLICIDAD ADECUADA PARA QUE LA GENTE CONOCIERA A FONDO LA IMPORTANCIA DE ESTE EN EL PAIS.

PREGUNTA : ¿ CONSIDERA USTED QUE LA PUBLICIDAD QUE SE LE DIO AL S.A.M. FUE SUFICIENTE PARA CAUSAR IMPACTO EN LA POBLACION ?

- A) 230 PERSONAS - 57.50% NO CONTESTARON
- B) 160 PERSONAS - 40% CONTESTARON
  - SI FUE SUFICIENTE ▪
- C) 10 PERSONAS - 2.50% CONTESTARON
  - NO FUE SUFICIENTE ▪



INTERPRETACION :

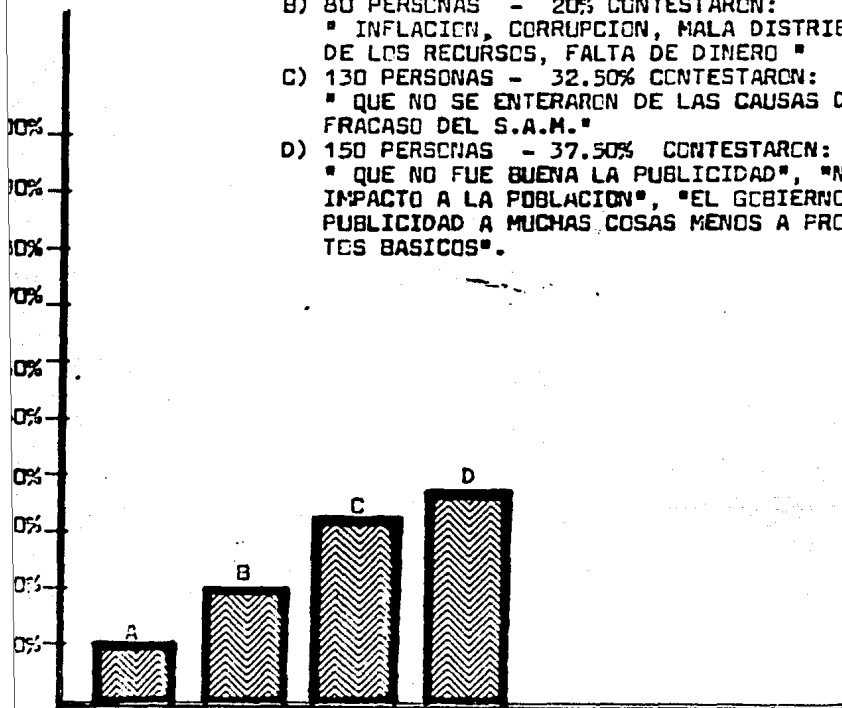
DE LAS 400 PERSONAS ENTREVISTADAS, 230 "NO CONTESTARON", TAL VEZ PORQUE AQUI SE DEMUESTRA QUE LA PUBLICIDAD QUE SE LE DIO AL S.A.M. NO FUE LO SUFICIENTEMENTE ADECUADA PARA QUE LA POBLACION EN MEXICO SE ENTERARA DE LOS PRODUCTOS BASICOS QUE DEBE CONSUMIR PARA MANTENER UNA BUENA ALIMENTACION.



**OBJETIVO :** DETERMINAR LAS CAUSAS DE FRACASO DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, SEGUN LOS PUNTOS DE VISTA DE LA POBLACION.

**PREGUNTA :** ¿CUALES CONSIDERA USTED, FUERON LOS MOTIVOS POR LOS QUE FRACASO EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO?

- A) 40 PERSONAS - 10% CONTESTARON  
" POR LA IGNORANCIA DEL PUEBLO MEXICANO NO PRESTAN ATENCION A ESTE TIPO DE PUBLICIDAD.
- B) 80 PERSONAS - 20% CONTESTARON:  
" INFLACION, CORRUPCION, MALA DISTRIBUCION DE LOS RECURSOS, FALTA DE DINERO "
- C) 130 PERSONAS - 32.50% CONTESTARON:  
" QUE NO SE ENTERARON DE LAS CAUSAS DEL FRACASO DEL S.A.M."
- D) 150 PERSONAS - 37.50% CONTESTARON:  
" QUE NO FUE BUENA LA PUBLICIDAD", "NO IMPACTO A LA POBLACION", "EL GOBIERNO DA PUBLICIDAD A MUCHAS COSAS MENOS A PRODUCTOS BASICOS".



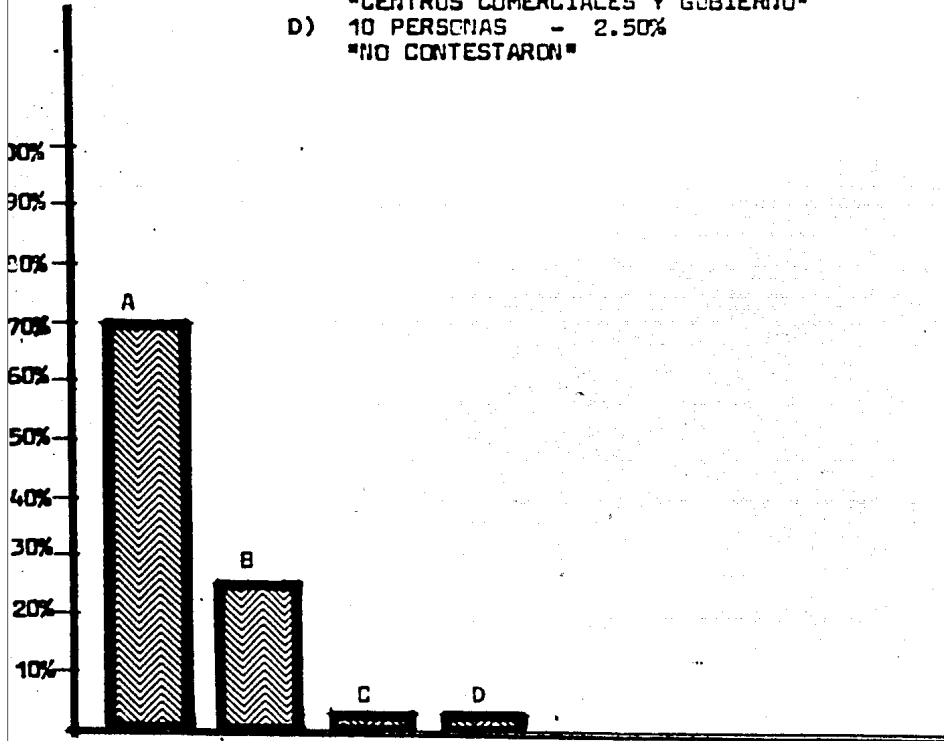
**INTERPRETACION :**

DE LAS 400 PERSONAS ENTREVISTADAS, 150 DE ELLAS DETERMINARON, QUE SI BIEN EL GOBIERNO OIO PUBLICIDAD A LOS PRODUCTOS BASICOS, ESTA NO CAUSE GRAN IMPACTO, AHORA BIEN LA MALA DISTRIBUCION DE RECURSOS POR PARTE DEL GOBIERNO EN ESE ENTONCES, PROPI CIO QUE NO SE CUMPLIERA CON EL OBJETIVO PROGRAMADO DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, AUNQUE NO TIENE TODA LA CULPA EL GOBIERNO FEDERAL, TAMBIEN LA GENTE NO PRESTA ATENCION A ESE TIPO DE PUBLICIDAD CUANDO SE DA A CONCCER.

OBJETIVO : DETERMINAR SI EFECTIVAMENTE EL GOBIERNO DE -  
MEXICO ESTA DANDO MAYOR PUBLICIDAD A LOS PRO-  
DUCTOS BASICOS ALIMENTICIOS.

PREGUNTA : ¿PARA USTED QUIENES SON LOS QUE ESTAN DANDO  
MAYOR PUBLICIDAD A LOS PRODUCTOS BASICOS?

- A) 280 PERSONAS - 70% CONTESTARON:  
"CENTROS COMERCIALES"
- B) 100 PERSONAS - 25% CONTESTARON:  
"EL GOBIERNO"
- C) 10 PERSONAS - 2.50% CONTESTARON:  
"CENTROS COMERCIALES Y GOBIERNO"
- D) 10 PERSONAS - 2.50%  
"NO CONTESTARON"



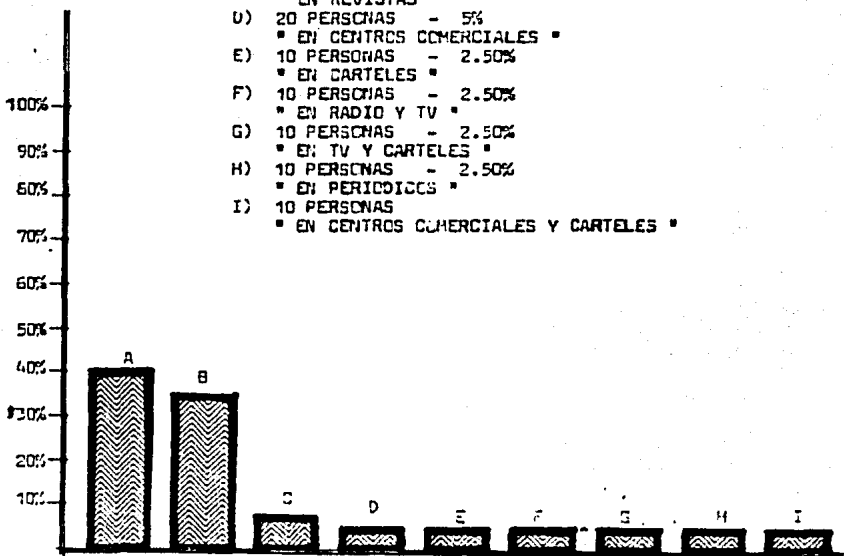
INTERPRETACION :

DE LAS 400 PERSONAS ENTREVISTADAS, 280 DE LAS -  
MISMAS DIJERON QUE LOS CENTROS COMERCIALES SI -  
DAN PUBLICIDAD A LOS PRODUCTOS BASICOS, PERO -  
BIEN SABEMOS TODOS QUE LOS DAN A CONOCER PERO -  
COMO GANCHOS PARA VENDER OTROS ARTICULOS QUE SE  
TIENEN EN PROMOCION, SIN EMBARGO ES CIERTO QUE -  
EN LA MAYORIA DE LOS CASOS LOS CENTROS COMERCIA-  
LES DAN MUCHO MAS BARATO QUE EN OTROS LUGARES, -  
AUN DEL PROPIO GOBIERNO

**OBJETIVO :** DETERMINAR QUE PORCENTAJE DE LA POBLACION -  
HA VISTO ACTUALMENTE MENSAJES SOBRE PRODUC-  
TOS BASICOS ALIMENTICIOS.

**PREGUNTA :** ¿ACTUALMENTE HA VISTO ALGUN MENSAJE PUBLICI-  
TARIO SOBRE PRODUCTOS BASICOS?

- A) 160 PERSONAS - 40%  
▪ NO HAN VISTO NINGUNO ▪
- B) 140 PERSONAS - 35%  
▪ EN TELEVISION ▪
- C) 30 PERSONAS - 7.50%  
▪ EN REVISTAS ▪
- D) 20 PERSONAS - 5%  
▪ EN CENTROS COMERCIALES ▪
- E) 10 PERSONAS - 2.50%  
▪ EN CARTELES ▪
- F) 10 PERSONAS - 2.50%  
▪ EN RADIO Y TV ▪
- G) 10 PERSONAS - 2.50%  
▪ EN TV Y CARTELES ▪
- H) 10 PERSONAS - 2.50%  
▪ EN PERIODICOS ▪
- I) 10 PERSONAS  
▪ EN CENTROS COMERCIALES Y CARTELES ▪



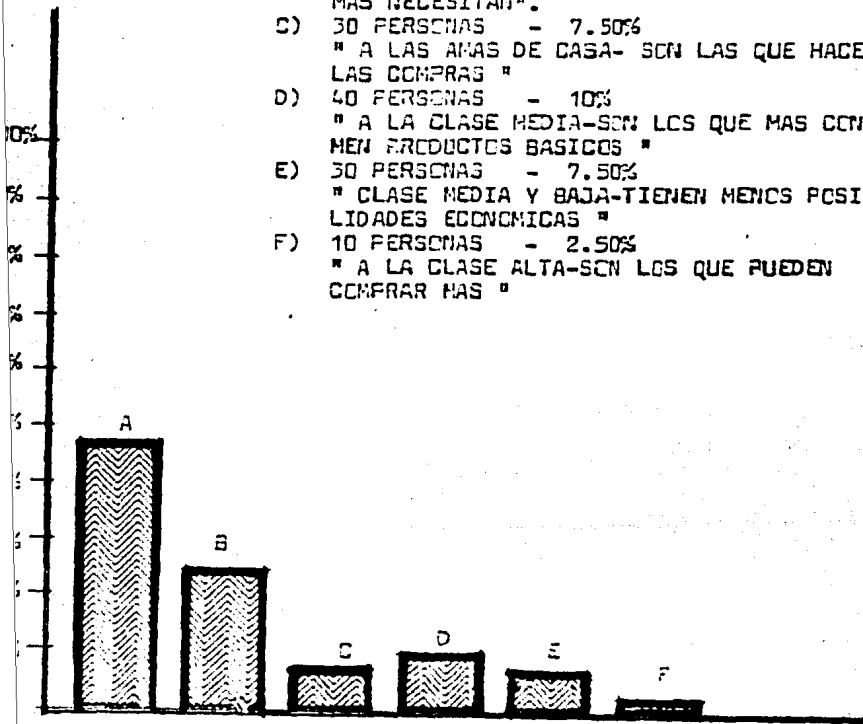
**INTERPRETACION :**

DE LAS 400 PERSONAS, 160 DE LAS ENTREVISTADAS CON-  
TESTARON "QUE NO HAN VISTO NINGUNO" Y ESTO ES  
PUESTA DE QUE REALMENTE, LA MAYORIA DE LA GENTE  
NO PRESTA ATENCION A ESTE TIPO DE PUBLICIDAD PUES  
140 PERSONAS Y LAS 100 RESTANTES AFIRMARON QUE SI  
EXISTE PUBLICIDAD EN DIFERENTES MEDIOS DE DIFUSION  
COMO SE APRECIA EN LA PARTE ESTADISTICA.

OBJETIVO : DETERMINAR SI EFECTIVAMENTE LA GENTE SABE -  
QUE LA PUBLICIDAD DE PRODUCTOS BASICOS ALI-  
MENTICIOS ESTA DIRIGIDA A TODA LA POBLACION.

PREGUNTA : ¿A QUIENES CREE USTED QUE DEBE ESTAR DIRIGI-  
DA LA PUBLICIDAD DE PRODUCTOS BASICOS?

- A) 190 PERSONAS - 47.50%  
"A TODA LA POBLACION-PORQUE TODOS CONSUMEN PRODUCTOS BASICOS"
- B) 100 PERSONAS - 25%  
"A LA CLASE BAJA - PORQUE SON LOS QUE -  
MAS NECESITAN".
- C) 30 PERSONAS - 7.50%  
" A LAS AMAS DE CASA- SON LAS QUE HACEN  
LAS COMPRAS "
- D) 40 PERSONAS - 10%  
" A LA CLASE MEDIA-SON LOS QUE MAS CONSUMEN PRODUCTOS BASICOS "
- E) 30 PERSONAS - 7.50%  
" CLASE MEDIA Y BAJA-TIENEN MENOS POSIBILIDADES ECONOMICAS "
- F) 10 PERSONAS - 2.50%  
" A LA CLASE ALTA-SON LOS QUE PUEDEN -  
COMPRAR MAS "



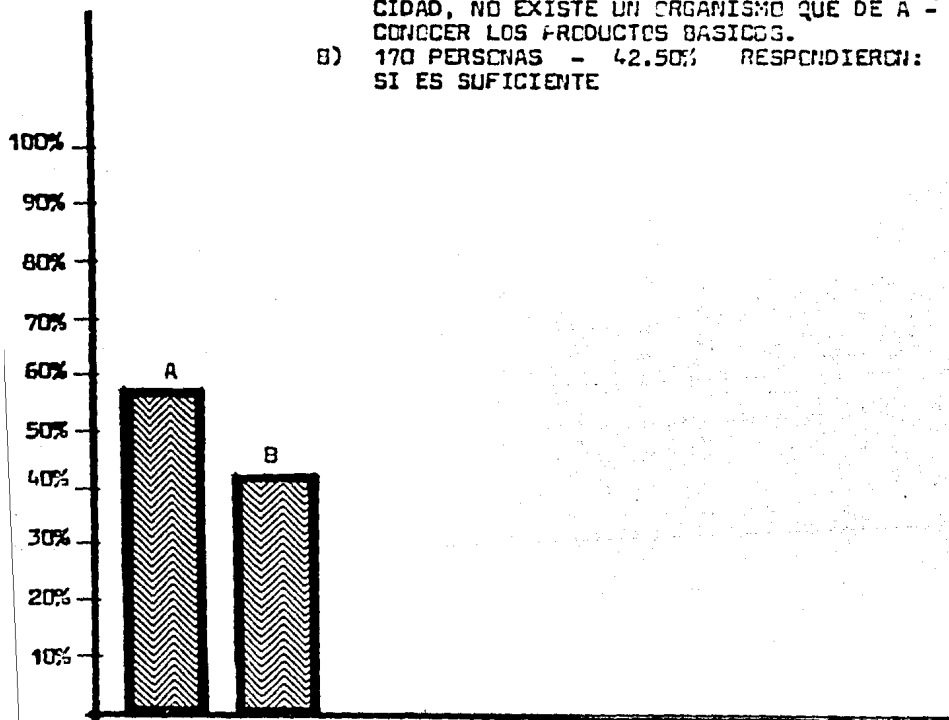
INTERPRETACION :

DE LAS 400 PERSONAS, 190 DE ELLAS CONTESTARON QUE DEBE SER DIRIGIDA A TODA LA POBLACION, PUES TODOS CONSUMEN DE UN MODO O DE OTRO LOS PRODUCTOS BASICOS DE ALIMENTACION Y EN ESPECIAL A LA CLASE BAJA, YA QUE ESTOS CARECEN DE RECURSOS ECONOMICOS, POR TAL MOTIVO TAMBIEN DEBERIAN SER MAS BAJOS LOS PRECIOS EN PRODUCTOS ALIMENTARIOS QUE CONSUME LA POBLACION.

OBJETIVO : DETERMINAR QUE PORCENTAJE DE LA POBLACION EN MEXICO CONSIDERA QUE LA PUBLICIDAD DE PRODUCTOS BASICOS ALIMENTICIOS QUE SE ESTA LLEVANDO A CABO EN LA ACTUALIDAD ES SUFICIENTE PARA QUE LA GENTE CONSUMA LOS MISMOS.

PREGUNTA : ¿CONSIDERA USTED QUE ES SUFICIENTE LA PUBLICIDAD QUE SE DA A LOS PRODUCTOS BASICOS, PARA QUE LA GENTE LOS CONSUMA.

- A) 230 PERSONAS - 57.50% RESPONDIERON: NO ES SUFICIENTE, HACE FALTA MUCHA PUBLICIDAD, NO EXISTE UN ORGANISMO QUE DE A CONOCER LOS PRODUCTOS BASICOS.
- B) 170 PERSONAS - 42.50% RESPONDIERON: SI ES SUFICIENTE



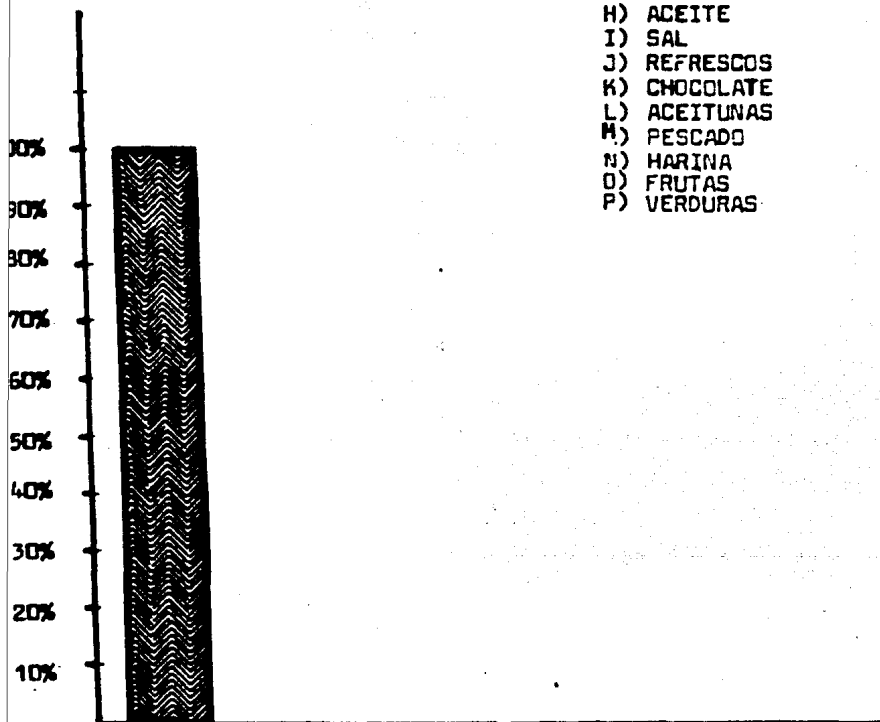
INTERPRETACION :

DE LAS 400 PERSONAS ENTREVISTADAS, 230 CONTESTARON QUE EN MEXICO FALTA PUBLICIDAD DE BUENA CALIDAD QUE IMPACTE A LA POBLACION PARA QUE SE CONSUMAN LOS PRODUCTOS BASICOS, PUES AUNQUE EXISTE PUBLICIDAD DE ESTOS, NO ES LO SUFICIENTEMENTE ADECUADA PARA CAPTAR LA ATENCION DE LA GENTE.

OBJETIVO : DETERMINAR SI EFECTIVAMENTE LA GENTE SABE DISTINGUIR, CUALES SON LOS PRODUCTOS BASICOS ALIMENTICIOS.

PREGUNTA : DE LOS SIGUIENTES ALIMENTOS, MENCIONE LOS QUE SEAN PRODUCTOS BASICOS DE LA ALIMENTACION :

- A) PASTEL
- B) MAIZ
- C) LECHE
- D) ARROZ
- E) FRIJOL
- F) AZUCAR
- G) CARNE
- H) ACEITE
- I) SAL
- J) REFRESCOS
- K) CHOCOLATE
- L) ACEITUNAS
- M) PESCADO
- N) HARINA
- O) FRUTAS
- P) VERDURAS

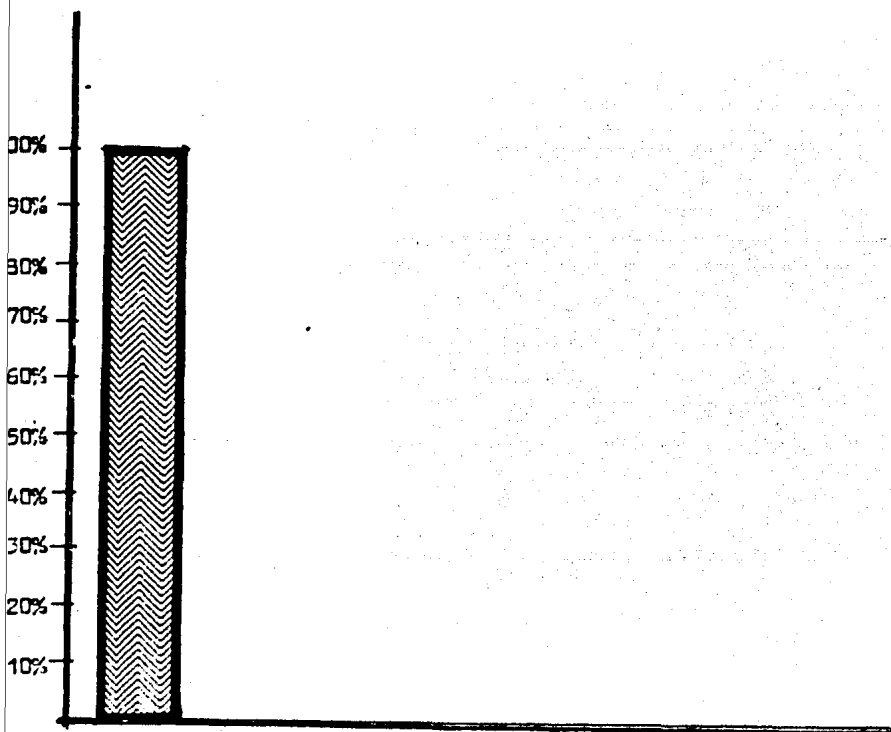


INTERPRETACION :

DE LAS 400 PERSONAS ENTREVISTADAS, TODAS ELLAS SABEN CUALES SON ALIMENTOS NUTRITIVOS, ES DECIR CONOCEN LA BUENA ALIMENTACION, SIN EMBARGO MUCHOS DE ELLOS (MAS DE LA MITAD) NO CONSUMEN ALIMENTOS BASICOS PORQUE SON MUY CAROS PARA ALGUNOS SECTORES DE LA POBLACION EN MEXICO.

OBJETIVO : DETERMINAR SI LA POBLACION EN MEXICO SABE QUE EXISTE UNA CANASTA BASICA DE ALIMENTOS RECOMENDABLE EN LA DIETA FAMILIAR.

PREGUNTA : ¿RECUERDA USTED QUE EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO DIO A CONOCER UNA CANASTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS BASICOS?



INTERPRETACION :

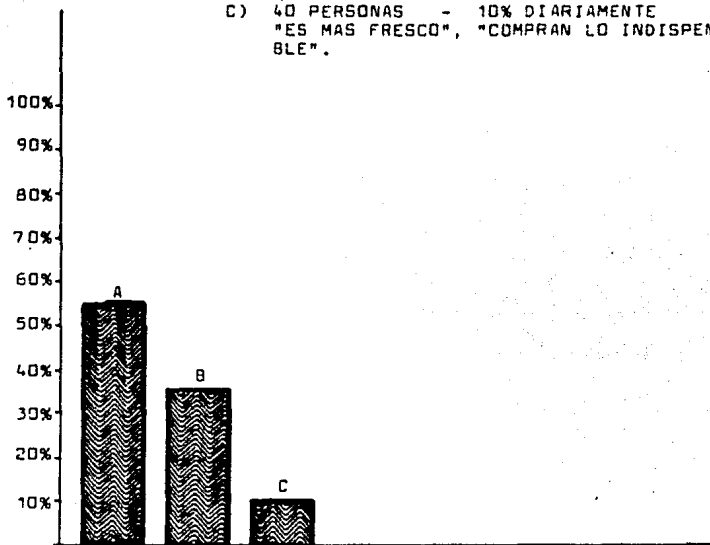
LOS 400 ENTREVISTADOS RECUERDAN HABER OIDO HABLAR DE LA CANASTA BASICA DE ALIMENTOS, PERO NO RECORDARON QUE PRODUCTOS ESPECIFICAMENTE CONTENIA, LO QUE DEMOSTRO EN CADA UNO DE ELLOS LA FALTA DE IMPACTO PUBLICITARIO DE DICHS ALIMENTOS.

OBJETIVO : DETERMINAR SI EFECTIVAMENTE LA POBLACION EN MEXICO CONSUME PRODUCTOS BASICOS Y CON QUE FRECUENCIA LOS ADQUIERE.

PREGUNTAS: ¿CADA CUANDO REALIZA LAS COMPRAS DE PRODUCTOS BASICOS?

¿PORQUE REALIZA CON ESA FRECUENCIA LAS COMPRAS?

- A) 220 PERSONAS - 55% SEMANALMENTE. "PORQUE ES CUANDO HAY DINERO", "ES MAS COMODO" y "MAS FRESCO".
- B) 140 PERSONAS - 35% QUINCENALMENTE "PORQUE ES CUANDO HAY DINERO"
- C) 40 PERSONAS - 10% DIARIAMENTE "ES MAS FRESCO", "COMPRAN LO INDISPENSABLE".



INTERPRETACION :

DE LAS 400 PERSONAS, 220 DE ELLAS REALIZAN SEMANALMENTE LAS COMPRAS PARA SU HOGAR, PORQUE NORMALMENTE ES CUANDO SUS PAGOS SE EFECTUAN DENTRO DE LOS RESPECTIVOS TRABAJOS O BIEN PORQUE SE FACILITA MAS LA COMPRA DE LOS MISMOS, YA QUE NORMALMENTE LA MAYOR PARTE DE LA GENTE DESCANSA SABADO Y DOMINGO.

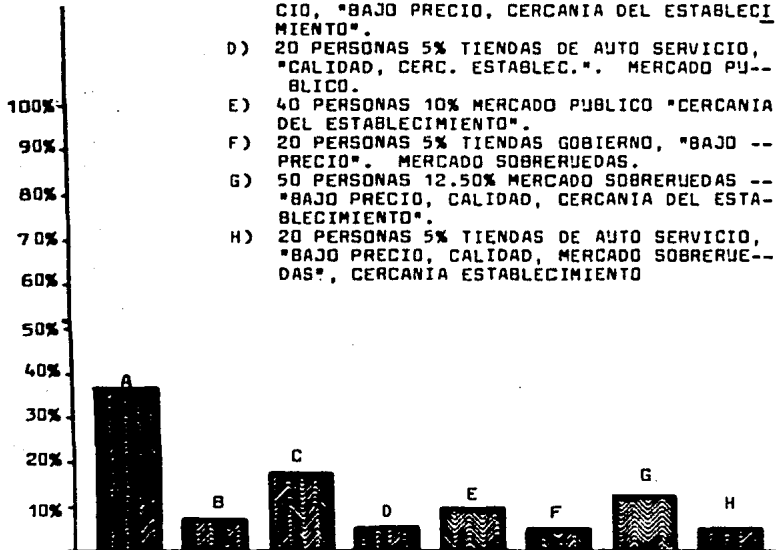


OBJETIVO : DETERMINAR DONDE ADQUIERE LA POBLACION MEXICANA LOS PRINCIPALES PRODUCTOS BASICOS ALIMENTICIOS Y PORQUE RAZON EN ESOS LUGARES.

PREGUNTAS: ¿DONDE ADQUIERE NORMALMENTE LOS PRODUCTOS BASICOS QUE CONSUME SU FAMILIA?

¿PORQUE ADQUIERE EN ESE O ESOS LUGARES LOS PRODUCTOS BASICOS?

- A) 150 PERSONAS - 37.50% TIENDAS DE GOBIERNO, "BAJO PRECIO, CALIDAD"
- B) 30 PERSONAS - 7.50% TIENDAS DE GOBIERNO, "BAJO PRECIO". MERCADO PUBLICO
- C) 70 PERSONAS 17.50% TIENDAS DE AUTO SERVICIO, "BAJO PRECIO, CERCANIA DEL ESTABLECIMIENTO".
- D) 20 PERSONAS 5% TIENDAS DE AUTO SERVICIO, "CALIDAD, CERC. ESTABLEC.". MERCADO PUBLICO.
- E) 40 PERSONAS 10% MERCADO PUBLICO "CERCANIA DEL ESTABLECIMIENTO".
- F) 20 PERSONAS 5% TIENDAS GOBIERNO, "BAJO PRECIO". MERCADO SOBRERUEADAS.
- G) 50 PERSONAS 12.50% MERCADO SOBRERUEADAS -- "BAJO PRECIO, CALIDAD, CERCANIA DEL ESTABLECIMIENTO".
- H) 20 PERSONAS 5% TIENDAS DE AUTO SERVICIO, "BAJO PRECIO, CALIDAD, MERCADO SOBRERUEADAS", CERCANIA ESTABLECIMIENTO



INTERPRETACION :

DE LAS 400 PERSONAS, 150 RESPONDIERON QUE LAS TIENDAS DE GOBIERNO, PUES ES DE LOS LUGARES DONDE LOS PRODUCTOS BASICOS TIENEN MEJOR CALIDAD Y MENOR PRECIO.

OBJETIVO : DETERMINAR SI EFECTIVAMENTE LA POBLACION MEXICANA CONSUME PRODUCTOS BASICOS ALIMENTICIOS, YA QUE SON TAN IMPORTANTES EN LA DIETA FAMILIAR POR NUTRITIVOS.

PREGUNTA : ¿PORQUE CONSUME USTED PRODUCTOS ALIMENTARIOS BASICOS?

- A) 250 PERSONAS 62.50% "PORQUE SON NUTRITIVOS"
- B) 80 PERSONAS 20% "POR COSTUMBRE"
- C) 60 PERSONAS 15% "POR EL BAJO PRECIO"
- D) 10 PERSONAS 2.50% "POR NUTRITIVOS Y BAJO PRECIO"



INTERPRETACION :

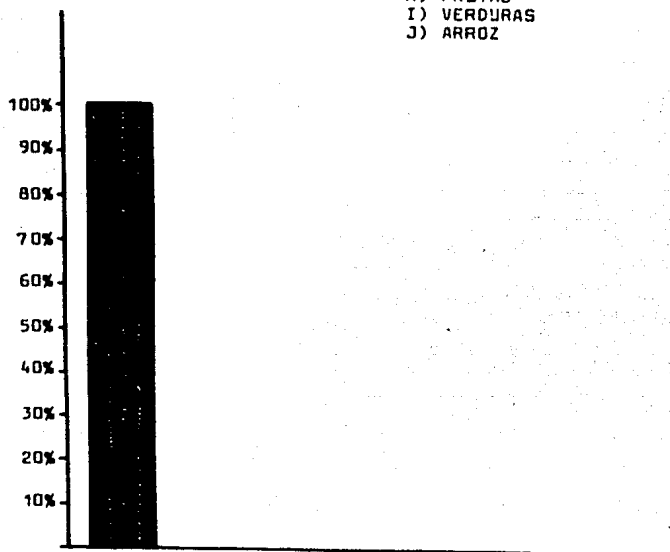
DE LAS 400 PERSONAS ENTREVISTADAS EL 62.50% . 250 DE ELLAS RESPONDIERON QUE POR NUTRITIVOS PUES SON ALIMENTOS QUE SON BASICOS EN LA ALIMENTACION DIARIA DE LA FAMILIA.

LO QUE NOS INDICA QUE AUNQUE ESTOS SE ENCUENTREN A PRECIOS ALTOS ELLOS LOS COMPRAN POR SER NUTRITIVOS Y SALUDABLES EN LA ALIMENTACION.

**OBJETIVO :** DETERMINAR DE ENTRE LOS PRODUCTOS MENCIONADOS A CONTINUACION CUALES SE CONSUMEN CON MAYOR FRECUENCIA ENTRE LA POBLACION.

**PREGUNTA :** ¿DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS, MENCIONE LOS -- QUE CONSUMA CON MAYOR FRECUENCIA?

- A) MAIZ
- B) ACEITE
- C) LECHE
- D) AZUCAR
- E) CARNE
- F) PESCADO
- G) FRIJOL
- H) FRUTAS
- I) VERDURAS
- J) ARROZ



**INTERPRETACION :**

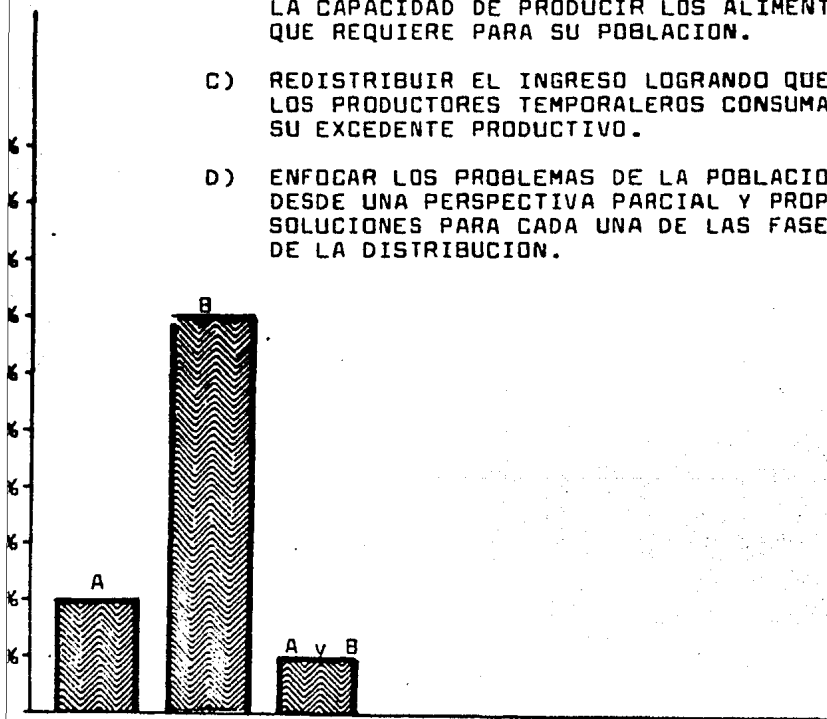
DE LAS 400 PERSONAS ENTREVISTADAS, CONTESTARON TODAS QUE LOS 10 PRODUCTOS ANTES MENCIONADOS LOS CONSUMEN CON MUCHO MAS FRECUENCIA PUES SON INDISPENSABLES EN LA ALIMENTACION FAMILIAR.

**5.5 GRAFICAS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS  
EN LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS  
FUNCIONARIOS DE LOS ORGANISMOS INVO-  
LUCRADOS EN EL SISTEMA ALIMENTARIO -  
MEXICANO.**

OBJETIVO : DETERMINAR CUALES SON LOS OBJETIVOS DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO.

PREGUNTA : DE LAS SIGUIENTES OPCIONES ¿CUAL CONSIDERA ERA EL OBJETIVO DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO?

- A) ELEVAR EL NIVEL NUTRICIONAL DE LA POBLACION, PRINCIPALMENTE DE LOS SECTORES CON MAS GRANDES DEFICIENCIAS NUTRICIONALES Y REORIENTANDO LOS HABITOS ALIMENTICIOS.
- B) LOGRAR LA AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA DE NUESTRO PAIS, DEVOLVIENDO A MEXICO LA CAPACIDAD DE PRODUCIR LOS ALIMENTOS QUE REQUIERE PARA SU POBLACION.
- C) REDISTRIBUIR EL INGRESO LOGRANDO QUE -- LOS PRODUCTORES TEMPORALERS CONSUMAN -- SU EXCEDENTE PRODUCTIVO.
- D) ENFOCAR LOS PROBLEMAS DE LA POBLACION -- DESDE UNA PERSPECTIVA PARCIAL Y PROPONE SOLUCIONES PARA CADA UNA DE LAS FASES -- DE LA DISTRIBUCION.



INTERPRETACION :

DE LOS 20 FUNCIONARIOS ENTREVISTADOS EL 20% CONTESTO:

- A) ELEVAR EL NIVEL NUTRICIONAL DE LA POBLACION, PRINCIPALMENTE DE LOS SECTORES CON MAS GRANDES DEFICIENCIAS NUTRICIONALES Y REORIENTANDO LOS HABITOS ALIMENTICIOS.

EL 70% CONTESTO:

- B) LOGRAR LA AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA DE NUESTRO PAIS, DEVOLVIENDO A MEXICO LA CAPACIDAD DE PRODUCIR LOS ALIMENTOS QUE REQUIERE PARA SU POBLACION.

EL OTRO 10% CONTESTO:

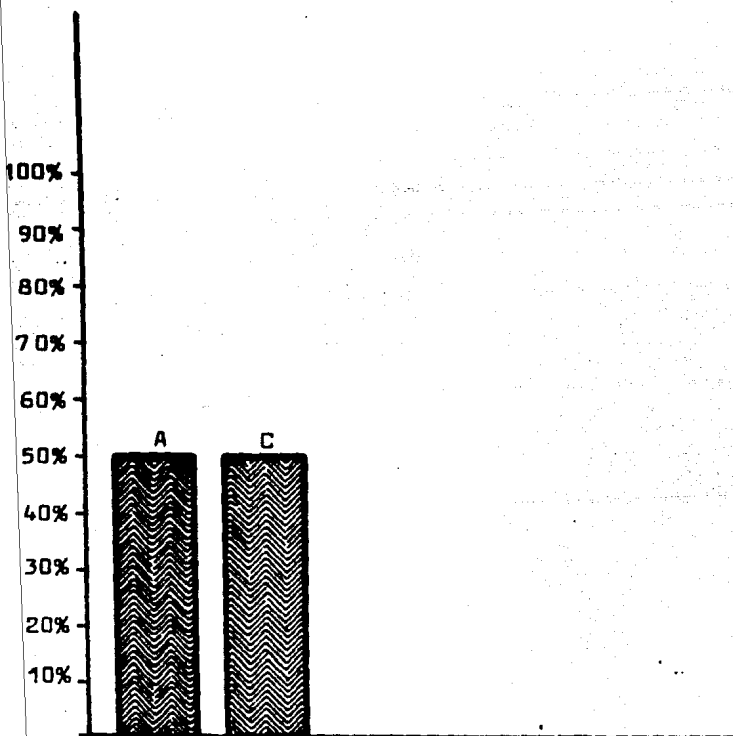
A y B) LA COMBINACION DE LOS DOS OBJETIVOS ENUNCIADOS ANTERIORMENTE.

CON ESTO, NOS PODEMOS DAR CUENTA QUE UNICAMENTE EL 10% DE LOS FUNCIONARIOS ENTREVISTADOS SABE PERFECTAMENTE - CUALES SON LOS OBJETIVOS DEL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, EL PORCENTAJE RESTANTE TAMBIEN ACERTO, PERO SOLO CON UN OBJETIVO.

OBJETIVO : DETERMINAR SI LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, TUVIERON UN IMPACTO SOCIAL MUY BUENO.

PREGUNTA : CONSIDERA USTED QUE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, TUVIERON UN IMPACTO SOCIAL :

- A) MUY BUENO
- B) BUENO
- C) REGULAR
- D) MALO



INTERPRETACION :

- A) EL 50% DE LOS FUNCIONARIOS ENTREVISTADOS CONTESTARON :  
- BUENO
- C) EL OTRO 50% DE LOS FUNCIONARIOS CONTESTARON :  
- REGULAR

POR LO CONSIGUIENTE, NINGUN FUNCIONARIO -- CONSIDERA QUE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO FUERON MUY BUENOS.

OBJETIVO : DETERMINAR SI LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO TUVIERON UN IMPACTO POLITICO MUY BUENO.

PREGUNTA : CONSIDERA UD. QUE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO TUVIERON UN IMPACTO POLITICO :

- A) MUY BUENO
- B) BUENO
- C) REGULAR
- D) MALO



INTERPRETACION :

- A) EL 10% CONTESTO: MUY BUENO
- B) EL 40% CONTESTO: BUENO
- C) EL 30% CONTESTO: REGULAR
- D) EL 20% CONTESTO: MALO

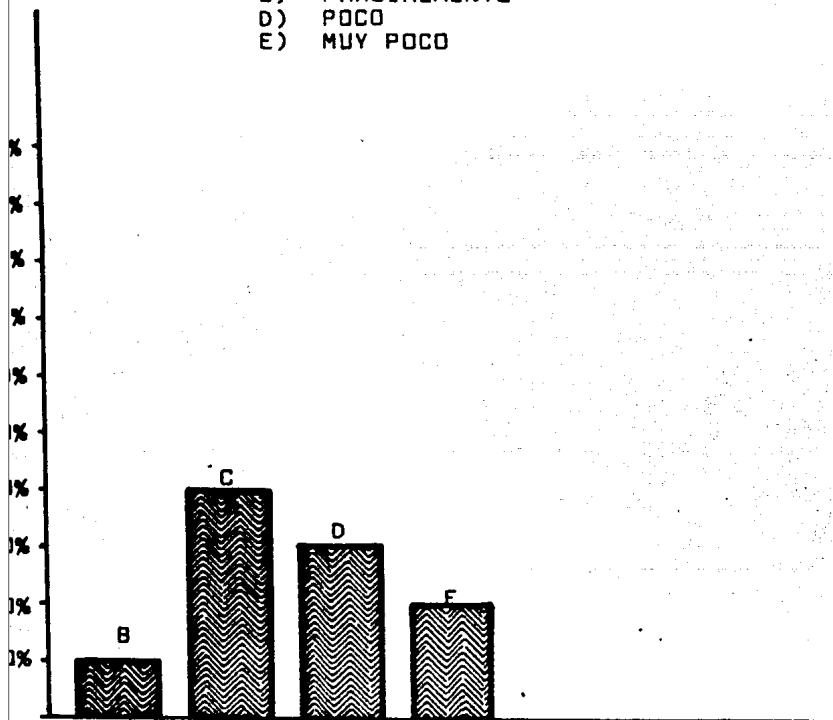
LA MAYOR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ENTREVISTADOS CONSIDERAN QUE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, TUVIERON UN IMPACTO POLITICO BUENO, LO QUE QUIERE DECIR QUE EL S.A.M. NO TUVO EXITO EN EL ASPECTO POLITICO.



OBJETIVO : DETERMINAR SI LOS ESTIMULOS A LA PRODUCCION DE PRODUCTOS BASICOS RESPONDIERON TOTALMENTE A LAS ESPECTATIVAS NUTRICIONALES DE LA POBLACION.

PREGUNTA : ¿CONSIDERA USTED QUE LOS ESTIMULOS A LA PRODUCCION DE PRODUCTOS BASICOS RESPONDIO A LAS ESPECTATIVAS NUTRICIONALES DE LA POBLACION :

- A) TOTALMENTE
- B) EN GRAN MEDIDA
- C) PARCIALMENTE
- D) POCO
- E) MUY POCO



INTERPRETACION :

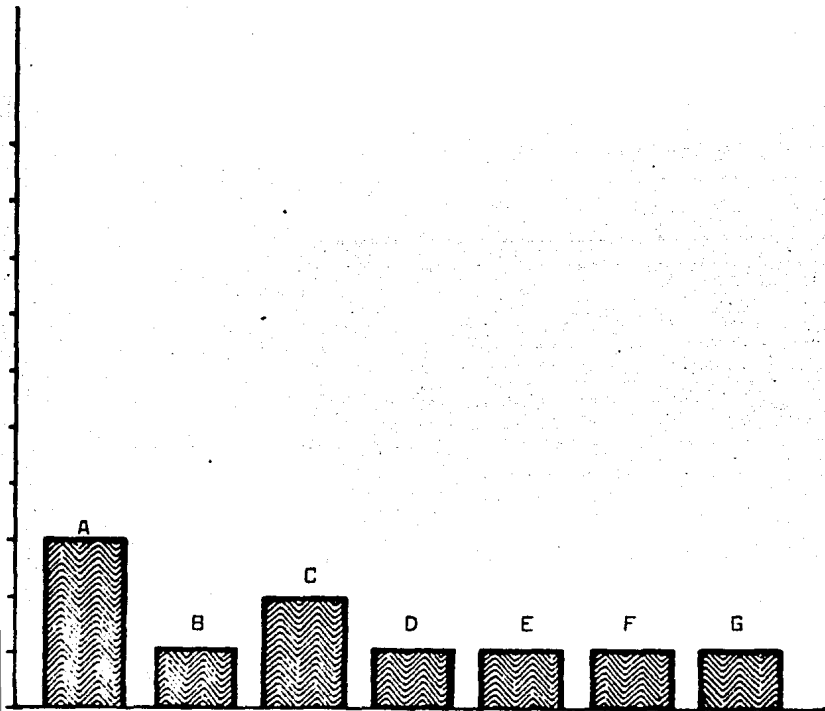
- B) EL 10% CONTESTO: EN GRAN MEDIDA
- C) EL 40% CONTESTO: PARCIALMENTE
- D) EL 30% CONTESTO: POCO
- E) EL 20% MUY POCO

LOS ESTIMULOS A LA PRODUCCION DE PRODUCTOS BASICOS RESPONDIO PARCIALMENTE A LAS ESPECTATIVAS NUTRICIONALES DE LA POBLACION Y -- ADEMAS FUE MUY DEFICIENTE, YA QUE LA POBLACION AUN NO TIENE LOS MEDIOS SUFICIENTES = PARA ALIMENTARSE MEJOR.

OBJETIVO : DETERMINAR LOS PRODUCTOS QUE INTEGRAN LA -  
CANASTA BASICA RECOMENDABLE DE ALIMENTOS.

PREGUNTA : DE LA SIGUIENTE LISTA, CUALES CONSIDERA US  
TED LOS PRODUCTOS QUE DEBEN INTEGRAR LA --  
CANASTA BASICA DE ALIMENTOS :

|               |           |                  |
|---------------|-----------|------------------|
| MAIZ EN GRAND | TORTILLAS | HARINA DE TRIGO  |
| MASA          | GALLETAS  | PAN BLANCO       |
| PAPAS         | JITOMATE  | PAN DE DULCE     |
| CHILES        | CEBOLLA   | CARNE DE CAPRINO |
| ZANAHORIA     | PLATANO   | CARNE DE RES     |
| CARNE DE AVE  | HUEVO     | CARNE DE CERDO   |
| LECHE FRESCA  | LECHUGA   |                  |



INTERPRETACION :

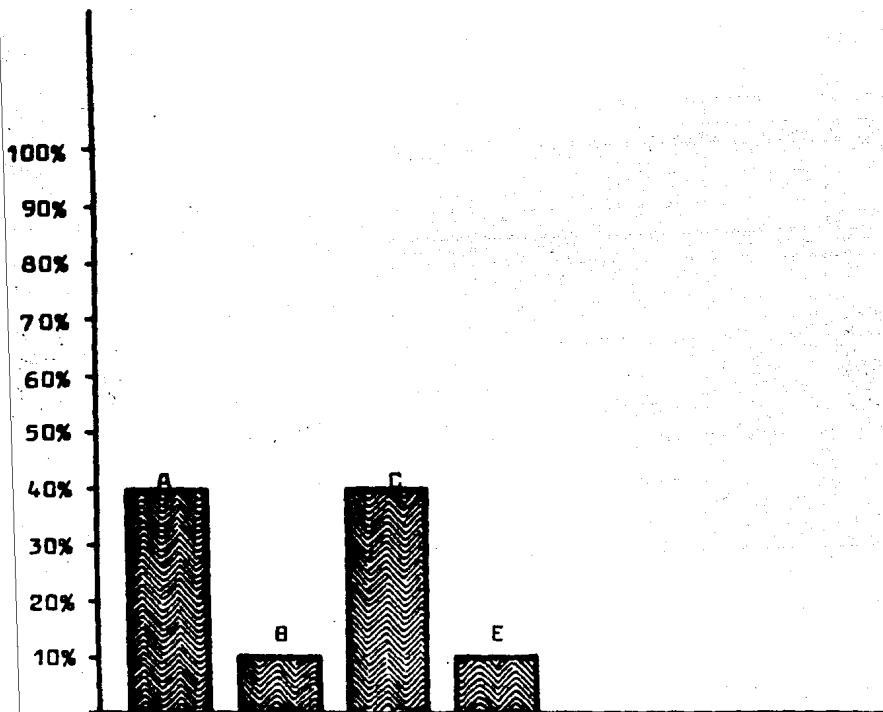
- A) EL 30% DE LOS FUNCIONARIOS ENTREVISTADOS CONSIDERAN 11 DE LOS PRODUCTOS ENUNCIADOS COMO BASICOS PARA LA CANASTA DE ALIMENTOS.
- B) EL 10% CONSIDERA 12 PRODUCTOS.
- C) EL 20% CONSIDERA 13 PRODUCTOS.  
LOS RESTANTES CONSIDERAN DE 14 A 19 PRODUCTOS COMO INTEGRANTES DE LA CANASTA BASICA DE ALIMENTOS.

CON ESTO SE LLEGA A LA CONCLUSION DE QUE -  
NADIE SABE CUALES SON LOS PRODUCTOS QUE IN-  
TEGRAN LA CANASTA BASICA, YA QUE SON TODOS  
LOS QUE SE ENUNCIAN EN LA PREGUNTA Y NINGUN  
FUNCIONARIO ACERTO A CONTESTARLOS EN -  
SU TOTALIDAD.

OBJETIVO : DETERMINAR SI LA SELECCION DE PRODUCTOS --  
PARA ALIMENTAR LA POBLACION FUE MUY ADECUA  
DA POR PARTE DEL GOBIERNO FEDERAL.

PREGUNTA : CONSIDERA USTED QUE LA SELECCION DE PRODUC  
TOS BASICOS POR PARTE DEL GOBIERNO FEDERAL  
FUE :

- A) ADECUADA
- B) MUY ADECUADA
- C) REGULAR
- D) POCO ADECUADA
- E) MUY POCO ADECUADA



INTERPRETACION :

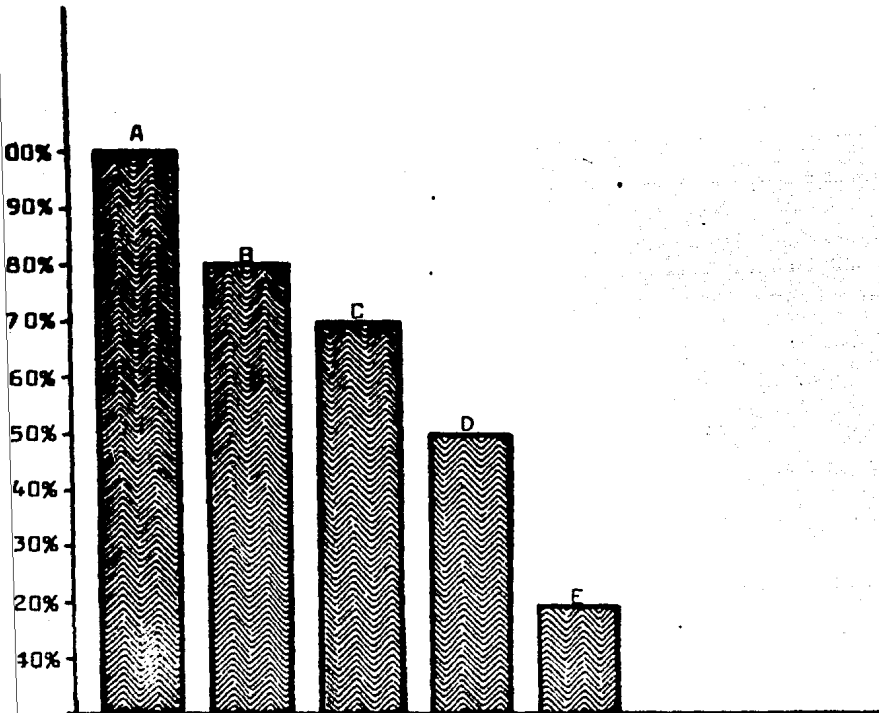
- A) UN 40% CONTESTO ADECUADA
- B) UN 10% CONTESTO MUY ADECUADA
- C) UN 40% CONTESTO REGULAR
- E) UN 10% CONTESTO MUY POCO ADECUADA

LA MAYORIA DE LOS FUNCIONARIOS ENTREVISTA-  
DOS CONSIDERA QUE FUE ADECUADA Y REGULAR -  
LA SELECCION DE PRODUCTOS PARA ALIMENTAR A  
LA POBLACION, SIN EMBARGO HAY QUIENES PIEN  
SAN QUE FUE MUY POCO ADECUADA.

OBJETIVO : DETERMINAR LOS ALIMENTOS QUE SON REPRESENTATIVOS DE LA ALIMENTACION DEL MEXICANO.

PREGUNTA : DE LA SIGUIENTE LISTA INDIQUE CUALES PRODUCTOS CONSIDERA COMO REPRESENTATIVOS DE LA ALIMENTACION DEL MEXICANO.

|         |        |              |
|---------|--------|--------------|
| MAIZ    | CEBADA | HUEVO        |
| TRIGO   | PAPAS  | LECHE        |
| ARROZ   | FRUTAS | CARNE BLANCA |
| AVENA   | AZUCAR | CARNE ROJA   |
| CENTENO | ACEITE | VEGETALES    |



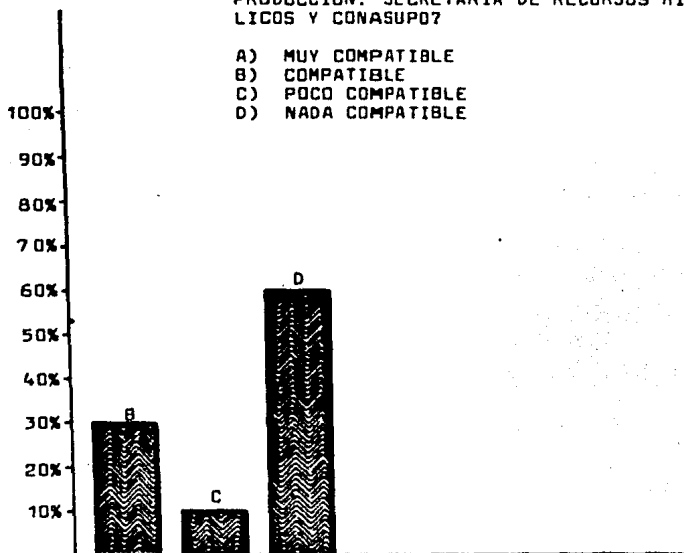
INTERPRETACION :

- A) EL 100% DE LOS FUNCIONARIOS CONSIDERAN QUE EL MAIZ ES EL REPRESENTATIVO DE LA ALIMENTACION DEL MEXICANO.
- B) EL 80% CONSIDERAN QUE EL MAIZ Y EL ARROZ SON LOS REPRESENTATIVOS.
- C) EL 70% CONSIDERAN QUE EL MAIZ, EL ARROZ, LAS PAPAS Y LOS VEGETALES SON LOS REPRESENTATIVOS.
- D) EL 50% CONSIDERA QUE EL MAIZ, EL ARROZ, EL TRIGO, EL AZUCAR Y LOS HUEVOS SON LOS REPRESENTATIVOS.
- E) EL 20% CONSIDERA QUE EL MAIZ, EL TRIGO, EL ARROZ, LA AVENA, LA FRUTA, EL ACEITE, LA LECHE Y LA CARNE ROJA SON LOS REPRESENTATIVOS.

CON ESTO, SE PUEDE APRECIAR QUE ABSOLUTAMENTE NADIE CONSIDERA TODOS LOS ALIMENTOS ENUNCIADOS COMO REPRESENTATIVOS DE LA ALIMENTACION DEL MEXICANO, SIN EMBARGO LA MAYORIA OPINA QUE EL MAIZ, EL ARROZ Y EL TRIGO SON LOS PRINCIPALES REPRESENTATIVOS.

**OBJETIVO :** DETERMINAR EL GRADO DE COMPATIBILIDAD ENTRE LAS POLITICAS DE PRODUCCION, DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION QUE ESTABLECIERON TANTO LA SRIA. DE COMERCIO: UNIONES DE PRODUCTORES, EL PROGRAMA DE ALIANZA PARA LA PRODUCCION: SRIA. DE RECURSOS HIDRAULICOS Y CONASUPO.

**PREGUNTA :** EN SU OPINION ¿EXISTIA COMPATIBILIDAD ENTRE LAS POLITICAS DE PRODUCCION, DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION QUE ESTABLECIERON TANTO LA SECRETARIA DE COMERCIO: UNIONES DE PRODUCTORES, EL PROGRAMA DE ALIANZA PARA LA PRODUCCION: SECRETARIA DE RECURSOS HIDRAULICOS Y CONASUPO?



**INTERPRETACION :**

- B) EL 30% CONTESTO: COMPATIBLE
- C) EL 10% CONTESTO: POCO COMPATIBLE
- D) EL 60% CONTESTO: NADA COMPATIBLE

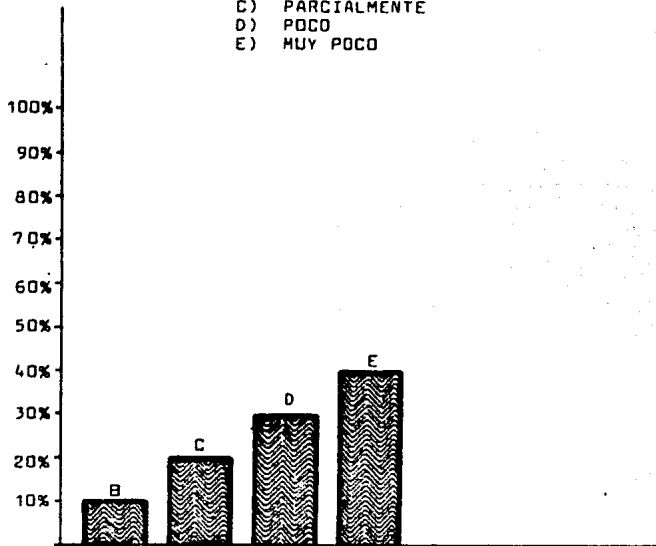
ABSOLUTAMENTE NADIE CONSIDERA QUE EXISTE COMPATIBILIDAD ENTRE LAS POLITICAS DE PRODUCCION, DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION QUE ESTABLECIERON LAS DEPENDENCIAS ENUNCIADAS ANTERIORMENTE.

LA MAYORIA RECONOCE QUE SON NADA COMPATIBLES.

OBJETIVO : DETERMINAR SI EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO CUMPLIO TOTALMENTE CON SUS OBJETIVOS PARA VINCULAR LA PRODUCCION CON LA DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS.

PREGUNTA : CONSIDERA USTED QUE EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO CUMPLIO SUS OBJETIVOS PARA VINCULAR LA PRODUCCION CON LA DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS :

- A) TOTALMENTE
- B) EN GRAN MEDIDA
- C) PARCIALMENTE
- D) POCO
- E) MUY POCO



INTERPRETACION :

- B) EL 10% CONTESTO: EN GRAN MEDIDA
- C) EL 20% CONTESTO: PARCIALMENTE
- D) EL 30% CONTESTO: POCO
- E) EL 40% CONTESTO: MUY POCO

DE LOS FUNCIONARIOS ENTREVISTADOS, NINGUNO CONSIDERA QUE EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO CUMPLIO TOTALMENTE CON SUS OBJETIVOS.

LA MAYORIA CONSIDERA QUE CUMPLIO MUY POCO CON LOS OBJETIVOS PROGRAMADOS.

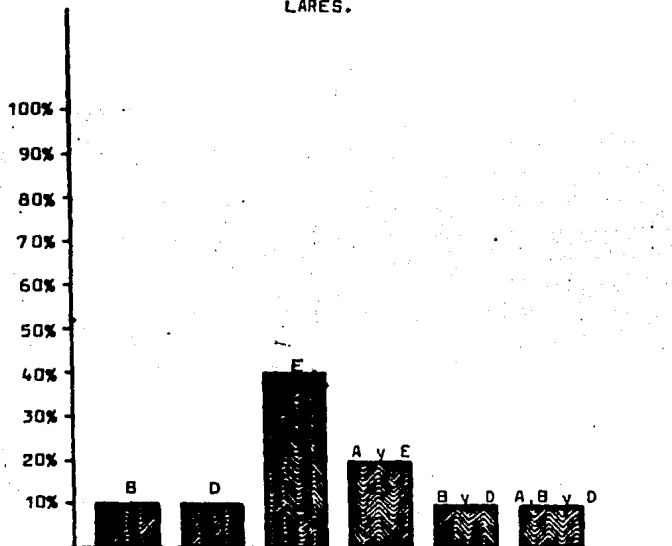
LA MAYORIA DE LOS FUNCIONARIOS ENTREVISTADOS ESTAN DE ACUERDO, QUE DONDE PUEDE HABER CUELLOS DE BOTELLA ES EN LA ESTRUCTURA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCION.



**OBJETIVO :** DETERMINAR EL MECANISMO DE COMERCIALIZACION MAS VIABLE PARA HACER LLEGAR LOS PRODUCTOS A LA POBLACION.

**PREGUNTA :** ¿CUAL CONSIDERA USTED QUE SEA EL MEJOR CANAL DE DISTRIBUCION PARA HACER LLEGAR LOS PRODUCTOS A LA POBLACION?

- A) POR EL SISTEMA DE TIENDAS CONASUPO
- B) POR LOS MERCADOS LOCALES Y MUNICIPALES
- C) POR LOS MAYORISTAS Y MEDIO MAYORISTAS
- D) POR LOS MERCADOS SOBRE RUEDAS Y TIANGUIS.
- E) POR LAS TIENDAS DE GOBIERNO Y PARTICULARES.



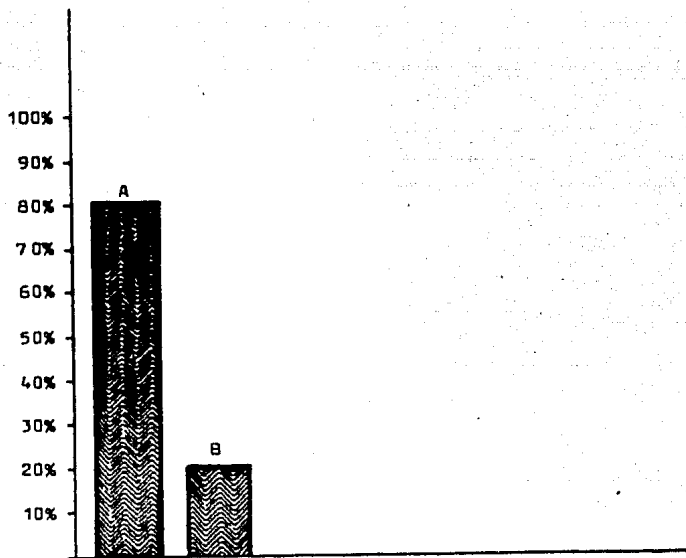
**INTERPRETACION :**

- B) UN 10% CONTESTO: POR LOS MERCADOS LOCALES Y MUNICIPALES.
- D) UN 10% CONTESTO: POR LOS MERCADOS SOBRE RUEDAS Y TIANGUIS.
- E) UN 40% CONTESTO: POR LAS TIENDAS DE GOBIERNO Y PARTICULARES.
- A y E) UN 20% CONTESTO: POR EL SISTEMA DE TIENDAS CONASUPO Y POR LAS TIENDAS DE GOBIERNO Y PARTICULARES.
- B y D) UN 10% CONTESTO: POR LOS MERCADOS LOCALES Y MUNICIPALES Y POR LOS MERCADOS SOBRE RUEDAS.
- A, B y D) OTRO 10% : POR EL SISTEMA DE TIENDAS CONASUPO, POR LOS MERCADOS LOCALES Y MUNICIPALES Y POR LOS MERCADOS SOBRE RUEDAS Y TIANGUIS.

LA MAYOR PARTE DE LOS FUNCIONARIOS ENTREVISTADOS --  
CONSIDERA QUE LAS TIENDAS DE GOBIERNO Y TIENDAS PAR  
TICULARES SON EL MEJOR CANAL DE DISTRIBUCION PARA --  
HACER LLEGAR LOS PRODUCTOS A LA POBLACION.

OBJETIVO : DETERMINAR EL CONCEPTO DE CANASTA BASICA - DE ALIMENTOS.

PREGUNTA : ¿PARA USTED CUAL ES EL CONCEPTO DE CANASTA O PAQUETE BASICO DE ALIMENTOS?



INTERPRETACION :

- A) EL 80% DE LOS FUNCIONARIOS ENTREVISTADOS CONTESTARON ACERTADAMENTE LO QUE SE EN--TIENDE POR CANASTA BASICA DE ALIENTOS: - "ES UN GRUPO DE ALIMENTOS QUE CUBREN LOS MINIMOS NUTRICIONALES NECESARIOS PARA -- UNA BUENA ALIMENTACION CONSIDERANDO LA -- CAPACIDAD DE COMPRA Y LOS HABITOS DE CON--SUMO DE LA POBLACION".
- B) EL 20% NO SUPIERON DEFINIR CLARAMENTE EL CONCEPTO.

C A P I T U L O   V I

CONCLUSIONES                    Y                    RECOMENDACIONES

EL PROBLEMA DE LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BASICOS EN MÉXICO NO ES NADA NUEVO, PERO PARECE COMO SI LO FUERA, SI PENSAMOS EN LA CRECIENTE INOPERANCIA- E INEFICIENCIA QUE EXISTE EN LA IMPLANTACIÓN DE LOS MIS- MOS. EN ESTE SENTIDO EL PROBLEMA PLANTEADO ES DE CRECIENTE INTERÉS.

NO OBSTANTE NO BASTA CON EL INTERÉS, IMPORTANCIA Y AC TUALIDAD DE UN TEMA PARA QUE ESTE SEA RESUELTO Y ESTUDIADO CORRECTAMENTE. ES NECESARIO, EN PRINCIPIO, QUE EL MISMO - SEA COMPRENDIDO EN SU REAL DIMENSIÓN, ES DECIR SE TOMEN EN CUENTA EL CONJUNTO DE FACTORES QUE SE ENCUENTRAN DETERMI-- NANDOLO Y MARCANDO SU CARACTER REAL.

LOS FENÓMENOS MAS RELEVANTES, COMO LO ES ESTE, SE EN CUENTRAN DETERMINADOS POR MULTIPLES FACTORES Y ES TRABAJO DE TODO EL PUEBLO MEXICANO, NO SOLO DE UNOS CUANTOS, PODER RESOLVER SATISFACTORIAMENTE CADA UNO DE LOS PROBLEMAS EXIS TENTES Y QUE NOS AFECTAN POR IGUAL A TODOS. UN TEMA DE -- TAL IMPORTANCIA DEBE SER TRATADO CON LA MAYOR SERIEDAD Y - HONESTIDAD QUE SEA POSIBLE, DE LO CONTRARIO SE CAERÍA EN - ACTITUDES INCORRECTAS Y ABSURDAS, COMO ES AFIRMAR QUE TODO DEPENDE DE UNA CORRECTA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA - PARA QUE ESTE PROBLEMA SEA RESUELTO.

DICHO DE OTRA MANERA , EL ASEGURAR QUE EL PROBLEMA DE LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN QUEDARÍA RESUELTO SI SE REALIZA MAS PUBLICIDAD, SERÍA ABSURDO YA QUE NOS HEMOS-

DADO CUENTA, DE QUE SI EN EL MERCADO NO EXISTEN LA MAYOR PARTE DE LOS PRODUCTOS BÁSICOS O BIEN, ESTOS TIENEN UN ALTO COSTO, DE NADA SERVIRÍA UNA BUENA INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD, ETC.

EN EL PROBLEMA ESTAN INVOLUCRADOS UNA SIERE DE FACTORES DE RELEVANCIA MAYOR COMO SON LOS DE PRODUCCIÓN, ALMACENAJE, DISTRIBUCIÓN, LA ESPECULACIÓN, ETC.

ALGUNAS RECOMENDACIONES SON:

- DESARROLLAR UNA CAMPAÑA PERMANENTE PARA DIFUNDIR Y POPULARIZAR LAS VENTAJAS QUE REPRESENTA EL CONSUMO DE PRODUCTOS BÁSICOS ALIMENTICIOS.
- RESTRINGIR LA VENTA DE PRODUCTOS "PACOTILLA O ALIMENTOS LLENADORES" EN LOS PUESTOS DE VENTA DE LOS ESTABLECIMIENTOS ESCOLARES.
- AL MISMO TIEMPO QUE EL SECTOR PRIVADO INICIA UNA ETAPA DE ESTUDIOS DE LOS EFECTOS DE LA PUBLICIDAD DE BEBIDAS-ALCOHOLICAS EN EL PÚBLICO, EL ESTADO DEBERÍA DISPONER TAMBIÉN DE INVESTIGACIONES QUE RESPALDEN Y FUNDAMENTEN SUS ACCIONES, ASÍ COMO DE UN INSTRUMENTO BÁSICO LEGAL Y JUSTIFICADO, QUE LE PERMITA REGULAR O EN SU CASO, PROHIBIR ESE TIPO DE MENSAJES.
- FOMENTAR Y APOYAR LOS HUERTOS FAMILIARES Y LA CRIA DE ESPECIES MENORES.
- REALIZAR CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN DIRECTA SOBRE NUTRICIÓN A TRAVÉS DE LA S.S.A., EL I.M.S.S., I.S.S.S.T.E., D.I.F.

LLEVAR A CABO CAMPAÑAS PUBLICITARIAS SOBRE PRODUCTOS-  
TALES COMO EL PESCADO Y OTROS QUE REQUIEREN ESPECIAL --  
PROMOCIÓN.

INDUCIR AL CONSUMO DE PRODUCTOS DE ELABORACIÓN CASERA  
PARA LOS LACTANTES (ISSSTE, IMSS, SSA, DIF)

PROSEGUIR LOS ESTUDIOS SOBRE EL REGIMEN LEGAL PARA A-  
POYAR LAS ACCIONES ORIENTADAS AL CAMBIO TANTO EN LA PUBLI-  
CIDAD COMO EN EL CONSUMO.

UTILIZACIÓN DE LA CIENCIA PARA MEJORAR, AMPLIAR Y CON-  
SERVAR LOS RECURSOS ALIMENTARIOS.

VINCULACIÓN DE LA TECNOLOGÍA CON LA ACTIVIDAD AGROPE-  
UARIA.

TRATAR DE UNIR LA PRODUCCIÓN AL CONSUMO.

CONTROLAR LA ESPECULACIÓN DE ALIMENTOS.

MEJORAR LA DISTRIBUCIÓN Y EL ALMACENAMIENTO, REDUCIENDO-  
INTERMEDIARIOS.

TANTO LA SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS, COMO LA CONASUMPO, POR CONDUCTO DE SUS TITULARES, RECONOCIERON LA EXISTENCIA DE NUMEROSOS OBSTÁCULOS PARA LA PRODUCCIÓN Y ADECUADO ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS, AUNQUE TAMBIÉN SEÑALARON QUE HAY AMPLIAS PERSPECTIVAS PARA ALCANZAR, EN LOS PRÓXIMOS AÑOS, UNA CRECIENTE COSECHA DE LOS PRODUCTOS BÁSICOS.

ALGUNOS FUNCIONARIOS, COINCIDIERON EN AFIRMAR QUE DURANTE EL PRESENTE AÑO NO PODREMOS PENSAR EN LA AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA ABSOLUTA, NO SÓLO POR LAS DEFICIENCIAS EN LA PRODUCCIÓN, SINO TAMBIÉN EN VIRTUD DE INCOGRUENCIA EN EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN, QUE DA LUGAR AL OCULTAMIENTO Y A LA ESPECULACIÓN CON LAS COSECHAS. SIN EMBARGO FUERON OPTIMISTAS AL SEÑALAR QUE MERCED A LOS PROGRAMAS OFICIALES EN EL RENGLÓN AGROPECUARIO, ASÍ COMO A LA ABUNDANCIA EN LAS LLUVIAS, EN 1974 LAS COMPRAS EXTERNAS DE ALIMENTOS SERÁN MENORES HASTA EN UN 30%, CON RESPECTO A LAS DE 1983.

EN ESTE AÑO DEBEREMOS ADQUIRIR MÁS DE 9 MILLONES DE TONELADAS DE GRANOS, ADEMÁS DE OTROS PRODUCTOS BÁSICOS COMO AZÚCAR Y LECHE, CON LA CONSECUENTE SANGRÍA DE DIVISAS. FRENTE A ELLO EL ACTUAL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA HA EMPRENDIDO DIVERSAS MEDIDAS, LO MISMO PARA INCREMENTAR Y MEJORAR EL NÚMERO Y LA CALIDAD DE LAS TIERRAS CULTIVABLES, QUE PARA APOYAR LA PRODUCCIÓN Y HACER EFICIENTE LA DISTRIBUCIÓN-



Y EL ABASTO DE ALIMENTOS. SIN EMBARGO, SERÁ NECESARIO REDOBLAR ESFUERZOS PARA LOGRAR LA ANHELADA AUTOSUFICIENCIA Y, EN PRIMER TÉRMINO, ENCONTRAR SOLUCIÓN A LOS PROBLEMAS, COMO LOS REFERIDOS POR EL TITULAR DE LA SRÍA. DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS, PUES POR NINGÚN CONCEPTO SE PUEDE PERMITIR QUE EL OCULTAMIENTO O LA ESPECULACIÓN SE SOBREPONGAN AL INTERÉS POPULAR. Y ES QUE SON DE SOBRA CONOCIDAS - LAS MANIOBRAS DE QUIENES OCULTAN Y ACAPARAN LOS ALIMENTOS, O COMO SE HA DICHO, "CON EL HAMBRE DEL PUEBLO", PORQUE, DE ACUERDO A LAS AFIRMACIONES DE LOS FUNCIONARIOS ENTREVISTADOS, ALGUNAS IMPORTACIONES DE ARTÍCULOS ALIMENTARIOS DEBEN HACERSE NO POR LA CARENCIA DE MERCANCÍAS, SINO POR LAS DEFICIENCIAS EN LA COMERCIALIZACIÓN, QUE GENERAN LAS ACTITUDES CONDEBABLES A TODAS LUCES, DE AQUELLOS QUE COMPRAN - EL PRODUCTO DE LAS COSECHAS, PARA LUEGO ESPECULAR CON LOS RECURSOS DE LA SOCIEDAD.

CIERTAMENTE QUE, DE MANERA CONJUNTA A LOS PLANES GUBERNAMENTALES EN LA MATERIA, DEBERÁN EMPRENDERSE OTROS -- DESTINADOS A ORGANIZAR MEJOR A LOS AGRICULTORES Y A BUSCAR QUE SEAN ELLOS MISMOS LOS QUE DISTRIBUYAN SUS PRODUCTOS. - SÓLO ASÍ LOS PROPÓSITOS DE ALCANZAR LA AUTOSUFICIENCIA Y - DISTRIBUCIÓN ADECUADA, E INCLUSO EQUITATIVA, SERÁN UNA REALIDAD.

DURANTE LOS ÚLTIMOS AÑOS HEMOS DEBIDO RECURRIR AL EXTERIOR PARA SATISFACER, EN PLENITUD, NUESTRAS NECESIDADES-

ALIMENTICIAS; ELLO HA SUCEDIDO DE MANERA CRECIENTE, SOBRE-  
TODO EN ALGUNOS GRANOS BÁSICOS, POR LO QUE PLANES, COMO EL  
NACIONAL DE DESARROLLO, 1983-1988, SEÑALAN, CON SOBRADA --  
CLARIDAD, LA APREMIANTE NECESIDAD REVERTIR ESA DEPENDENCIA  
EXTERNA. EN ESTO NO PUEDE HABER DISCUSIÓN ALGUNA. AHORA-  
LO MÁS IMPORTANTE ES REDOBLAR ESFUERZOS A FIN DE INCREMEN-  
TAR LA PRODUCCIÓN Y SATISFACER LOS REQUERIMIENTOS DE LOS -  
MEXICANOS, FUNDAMENTALMENTE DE PRODUCTOS BÁSICOS, ERRADI--  
CANDO ACTITUDES NADA COMPATIBLES CON LOS INTERESES MAYORI-  
TARIOS, CON LOS ESFUERZOS GUBERNAMENTALES PARA HACER FRUC-  
TIFICAR EL SECTOR AGROPECUARIO CON MÁS ENERGÍA Y, EN SÍNTE-  
SIS, CON LOS GRANDES PROPÓSITOS NACIONALES.

C A P I T U L O   V I I

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

CONASUPO - FUNCIONES - ANTECEDENTES

SÁNCHEZ CHAPARRO, ROBERTO

LA FUNCIÓN DE CONASUPO EN LA SOCIEDAD CAPITALISTA. -  
TESIS QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN DE-  
RECHO PRESENTA ROBERTO SÁNCHEZ CHAPARRO.

MÉXICO, UNAM, 1977

164 p.

CONASUPO - OBJETIVOS - COMERCIALIZACION

REPRESAS DE ALMEIDA, JOSÉ

LOS PRINCIPALES PROBLEMAS QUE ENFRENTA EL ESTADO EN -  
LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS. / JOSÉ  
REPRESAS DE ALMEIDA.-- MÉXICO, UNIVERSIDAD ANÁHUAC, -  
1977.

272 p.

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN ADMINISTRATIVA.

CONASUPO - COPLAMAR - CONVENIOS

COORDINACIÓN GENERAL DEL PLAN NACIONAL DE ZONAS DEPRE-  
MIDAS Y GRUPOS MARGINADOS

SISTEMA CONASUPO - COPLAMAR DE ABASTO A ZONAS MARGI-  
NADAS MÉXICO, S.P.I., 1975

37 p.

CONASUPO - COPLAMAR

SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS.

S.A.R.H.

SISTEMA DE SERVICIOS INTEGRADOS DE APOYO A LA ECONO--  
MÍA CAMPESINA EN ZONAS MARGINADAS.-- MÉXICO, S.A.R.H.

1980

86 P. ILUS.

**CONASUPO - HISTORIA**

BARKIN, DAVID

EL FIN DE LA AUTOSUFICIENCIA ALIMENTARIA. / DAVID BARKIN, BLANCA SUÁREZ.-- MÉXICO, NUEVA IMAGEN, 1982

205 P.

**CONASUPO - ACTIVIDADES**

COMPañIA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES

CONASUPO ANTE EL PUEBLO.-- MÉXICO, CONASUPO, 1972

28 P.

**CONASUPO - COPLAMAR**

COMPañIA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES

SISTEMA CONASUPO - COPLAMAR DE ABAST A GRUPOS MARGINA  
DOS

18 P. ILUS

**CONASUPO - OBJETIVOS**

COMPañIA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES

¿QUÉ ES CONASUPO?-- MÉXICO, CONASUPO, S. A.

8 P. (FOLLETO DE DIVULGACION)

**CONASUPO - ACTIVIDADES**

COMPañIA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES

MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL.-- MÉXICO, CONASUPO 1980

43 P. ILUS.

**CONASUPO**

COMPañIA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES

PRODUCTOS BÁSICOS, ABASTO Y CONSUMO POPULAR.-- MÉXICO  
CONASUPO, 1982.

68 p.

CONASUPO

COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES  
PÉRDIDAS Y MERMAS EN ALIMENTOS: SUS CAUSAS Y FORMAS -  
DE REDUCIRLAS (RESUMEN). / HÉCTOR CALLES LÓPEZ NEGRE-  
TE.-- MÉXICO, CONASUPO, 1978

30 p.

CONASUPO

COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES  
¿ QUÉ HACE CONASUPO ?.-- MÉXICO, CONASUPO, 1973

37 p. ILUS

CONASUPO

COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES  
SUBPROGRAMA DE NUTRICIÓN APLICADA CON INTRODUCCIÓN A-  
LA COMUNIDAD DE ALIMENTOS BÁSICOS ENRIQUECIDOS.-- MÉ-  
XICO, CONASUPO, S. A.

1 v. (PAG. VARÍA)

CONASUPO

COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES  
PROYECTOS RESERVAS.-- MÉXICO, CONASUPO, 1973

22 p.

SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR

EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, PRINCIPIO DE UNA ES-

TRATEGIA.

SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO

GARCÍA, ROLANDO.

SISTEMA ALIMENTARIO Y SOCIAL: UN DESAFÍO CONCEPTUAL Y  
METODOLÓGICO.-- MÉXICO, 1980

SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO

INSTITUTO DE SEGURIDAD Y SERVICIOS SOCIALES DE LOS --  
TRABAJADORES DEL ESTADO. I.S.S.S.T.E.

SÍNTESIS DE LA ESTRATEGIA DEL SISTEMA ALIMENTARIO ME-  
XICANO.-- MÉXICO, I.S.S.S.T.E. S. A.

40 P. ILUS. COLECCIÓN TÉCNICA: CNCA, DIVULGACIÓN, 2.

SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO

MÚJICA VELEZ, RUBÉN.

EL SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO: LOS PROBLEMAS ESTRUC-  
TURALES.-- MÉXICO, 1980.

SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO

NACIONAL FINANCIERA, S. A.

ESTÍMULOS A LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS (EN: EL MERCADO  
DE VALORES, AÑO XLII, NÚM. 5, MÉXICO, FEBRERO DE -  
1982)

SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO

SECRETARÍA DE LA PRESIDENCIA

SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO: ESTRATEGIA DE COMERCIA-  
LIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS E INSU-  
MOS PRODUCTIVOS (23 DIC. 1980).-- MÉXICO, SRÍA. DE --  
PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO, 1980

ESTE DOCUMENTO ES CONTINUACIÓN DE LOS TITULADOS: "PRIMER PLANTEAMIENTO DE METAS, DE CONSUMO Y ESTRATEGIA - DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS PARA 1980-1982 -- (MARZO 5, 1980)

## SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO

SECRETARÍA DE LA PRESIDENCIA

SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO: MEDIDAS OPERATIVAS AGROPECUARIAS Y PESQUERAS, ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN TRANSFORMACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE LOS PRODUCTOS DE LA CANASTA BÁSICA RECOMENDABLE (7 DE MAYO DE - 1980).-- MÉXICO, SRÍA. DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO. 1980.

ESTE DOCUMENTO ES CONTINUACIÓN DEL PRESENTADO EL 5 DE MARZO- 1980 DENOMINADO: "PRIMER PLANTEAMIENTO DE METAS DE CONSUMO Y ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS PARA 1980 - 1982.

## SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO

SECRETARÍA DE LA PRESIDENCIA.

SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO: NOTAS ANALÍTICAS Y LINEAMIENTOS METODOLÓGICOS PARA EL PROYECTO SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO, (AGOSTO DE 1979).- MÉXICO, SRÍA. - DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO, 1979.

218 p.

## PRODUCTOS BASICOS. ABASTECIMIENTO

COMPañÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES



AVANCES DE RESULTADOS EN EL ABASTO Y EL COMERCIO DE -  
PRODUCTOS BÁSICOS ALIMENTICIOS EN EL QUINQUENIO 1977-  
1981./ LIC. ENRIQUE DÍAZ BALLESTEROS.-- MÉXICO, CONA-  
SUPO, 1981.

18 P. ILUS.

PRODUCTOS BASICOS. ABASTECIMIENTO

COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES  
PRODUCTOS BÁSICOS - ABASTECIMIENTO. 2. PRODUCTOS BÁSI-  
COS CONSUMO.-- MÉXICO, CONASUPO, 1981.

PRODUCTOS BASICOS. ABASTECIMIENTO

COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES  
PRODUCTOS BÁSICOS - ABASTO Y CONSUMO POPULAR.-- MÉXI-  
CO, CONASUPO, 1982.

68 P.

PRODUCTOS BASICOS. ABASTECIMIENTO. MEXICO

SECRETARÍA DE COMERCIO  
PROGRAMA NACIONAL DE ABASTO DE PRODUCTOS BÁSICOS, ---  
1981-1982.-- MÉXICO, SRÍA DE COMERCIO, 1981.

V. IV (PÁG. VARÍA)

ANÁLISIS POR PRODUCTO: AZÚCAR, CAFÉ SOLUBLE, SAL MOLI-  
DA Y REFINADA, CHILES ENLATADOS, DETERGENTES, PESCA--  
DOS ENLATADOS, ATÚN SARDINA Y MACARELA.

PRODUCTOS BASICOS. COMERCIALIZACION. MEXICO

SECRETARÍA DE LA PRESIDENCIA  
SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO: ESTRATEGIA DE COMERCIA-

LIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS E INSU--  
MOS PRODUCTIVOS (23 DE DICIEMBRE DE 1980).-- MÉXICO,--  
SRÍA. DE PROGRAMACIÓN Y I V (PÁG. VARÍA).

**PRODUCTOS BASICOS. COMERCIALIZACION. MEXICO**

SECRETARÍA DE COMERCIO

COMERCIO INTERIOR: APUNTES PARA UN DIAGNOSTICO, PRO--  
GRAMAS 1978.-- MÉXICO, SRÍA DE COMERCIO, 1977.

**PRODUCTOS BASICOS. COMERCIALIZACION.**

COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES.

AVANCES DE RESULTADOS EN EL ABASTO Y EL COMERCIO DE --  
PRODUCTOS BÁSICOS ALIMENTICIOS EN EL QUINQUENIO 1977-  
1981./ Lic. ENRIQUE DÍAZ BALLESTEROS.-- MÉXICO, CONA-  
SUPO, 1981

18 P. ILUS.

**PRODUCTOS BASICOS. COMERCIALIZACION**

INDUSTRIAS CONASUPO S.A. DE C.V.

INFORME DE AUTOEVALUACIÓN.-- MÉXICO, ICONSA, S. A.

**PRODUCTOS AGRICOLAS - CONASUPO - MEXICO**

SRÍA. DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO

EL SISTEMA ALIMENTARIO EN MÉXICO,-- MÉXICO, SRÍA. DE-  
PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO, 1981.

698 P.

**PRODUCTOS AGRICOLAS - CONASUPO - MEXICO 70-79**

SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS. DI-  
RECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA AGRICOLA.

LA PRODUCCIÓN AGRICULTURA EN MÉXICO EN LOS ÚLTIMOS -  
10 AÑOS. MÉXICO, DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA AGRÍ-  
COLA., 1980.

42 P. ECONOMÍA AGRÍCOLA. V 4, N. 8, 1980

RODUCTOS BASICOS - CONSUMO - MEXICO 1971-1978

SECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO

INFORMACIÓN BÁSICA PARA LA TOMA DE DECISIONES EN EL -  
SECTOR AGRÍCOLA.-- SRÍA TÉCNICA DEL GABINETE AGROPE--  
CUARIO.-- MÉXICO, SRÍA. DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUES-  
TO, 1978.

46 P.

RODUCTOS BASICOS - CONSUMO - MEXICO

SECRETARÍA DE RECURSOS HIDRÁULICOS, DIRECCIÓN GENERAL  
DE ECONOMÍA AGRÍCOLA.

MÉTODOS ALTERNATIVOS PARA LA RACIONALIZACIÓN DEL CON-  
SUMO DE GRANOS Y OLEAGINOSAS.-- MÉXICO, DIRECCIÓN GE-  
NERAL DE ECONOMÍA AGRÍCOLA, 1980.

21 P. ECONOTECNIA AGRÍCOLA, V. 4, N. 9, 1980.

RODUCTOS AGRICOLAS - ALMACENAMIENTO - ESTADISTICAS - MEXICO

SECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO

MÉXICO, : INFORMACIÓN Y SOBRE ASPECTOS GEOGRÁFICOS SO-  
CIALES Y ECONÓMICOS.-- MÉXICO, SRÍA. DE PROGRAMACIÓN-  
Y PRESUPUESTO 1982.

321 P.

RODUCTOS AGRICOLAS - ALMACENAMIENTO - MEXICO

CALVARIO DELGADO, GRACIANO

EL ALMACENAMIENTO PRIORIDAD ALIMENTARIA DE POLÍTICA -  
ECONÓMICA. (EN: GACETA INFORMATIVA DEL COLEGIO NACIO-  
NAL DE ECONOMISTAS, A.C., AÑO 2, NÚM. 12, MÉXICO, FE-  
BRERO DE 1982.

**PRODUCTOS - ALMACENAMIENTO - MEXICO**

SRÍA. DE INDUSTRIA Y COMERCIO. SECOM.

PLAN NACIONAL DE ALMACENAMIENTO, 1982-1988.-- MÉXICO,  
SRÍA DE INDUSTRIA Y COMERCIO (1982).

8 v.

**PRODUCTOS AGRICOLAS - ALMACENAMIENTO Y CONSERVACION**

ESCUELA NACIONAL DE AGRICULTURA, CHAPINGO

ASPECTOS PRÁCTIVOS DE LA TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS EN-  
LA CONSERVACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS. CHAPINGO, ---  
1973.

1 v.

**ALIMENTOS - ALMACENAMIENTO**

CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

NOTICIAS TÉCNICAS. SUGERENCIAS PARA SOLUCIONAR PROBLE-  
MAS DE ALMACENAMIENTO DE ALIMENTOS, MÉXICO, 1975.

**ALMACENAMIENTO**

JAMIESON, MICHAEL

MANEJO DE LOS ALIMENTOS, V.3 PREVENCIÓN DE PÉRDIDAS.-  
CONSTRUCCIONES, ADMINISTRACIÓN, MUESTREO E INSPECCIÓN  
DE PRODUCTOS, CLIMIFICACION, FUMIGACIÓN. COMPILADO-  
POR MICHAEL JAMIESON Y PETER JOBBER. MÉXICO, PAX-MÉXI-  
CO, 1974.

PRODUCTOS BASICOS - DISTRIBUCION - MEXICO

CAMPUZANO RIVERA, ADALBERTO

FORMULACIÓN DE UN PLAN NACIONAL DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS Y ESTRATEGIAS PARA IMPLEMENTACIÓN.

PRODUCTOS AGRICOLAS - DISTRIBUCION - AMERICA LATINA

RILEY, HAROLD M.

MEJORA DE LOS SISTEMAS INTERNOS DE MERCADEO COMO PARTE DE LOS PROGRAMAS NACIONALES DE DESARROLLO. MICHIGAN STATE UNIVERSITY 1972.

26 p. REPORTE 3.

PRODUCTOS BASICOS - DISTRIBUCION

COMPAÑIA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES

SISTEMA CONASUPO - MÉXICO, CONASUPO 1980

1 v (PÁG. VARÍA)

PRODUCTOS BASICOS - EXPORTACION - MEXICO

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. COORDINACIÓN GENERAL DE PROGRAMAS PARA PRODUCTOS BÁSICOS.

SERIE PRODUCTOS BÁSICOS. ALIMENTOS, ANÁLISIS Y EXPECTATIVAS.-- MÉXICO, TALLS. GRAFS. DE LA NACIÓN, 1981.

223 p.

PRODUCTOS BASICOS - EXPORTACION - MEXICO

SECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO

INFORME DE GOBIERNO QUE RINDE EL H. CONGRESO DE LA UNIÓN: JOSÉ LÓPEZ PORTILLO, PRESIDENTE CONSTITUCIONAL 1979.

**PRODUCTOS AGRICOLAS - EXPORTACION - MEXICO**

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

ENCUESTA RELATIVA A LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS DE EXPORTACION (EN: ECONOTECNIA AGRÍCOLA. VOL. V, NÚM. 8, MÉXICO, AGOSTO DE 1981\_

7 A 31 P.

**PRODUCTOS AGRICOLAS - EXPORTACION - MEXICO 70-79**

SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRAULICOS. DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA AGRÍCOLA.

LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA EN MÉXICO, EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS, MÉXICO, DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA AGRICOLA, 1980

42 P. ECONOMÍA AGRÍCOLA; V. 4, N. 3, 1980

**EXPORTACION - ESTADISTICA - MEXICO**

SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRAÚLICOS

EL DESARROLLO AGROPECUARIO DE MÉXICO, PASADO Y PERSPECTIVAS.-- MÉXICO, SRÍA. DE AGRICULTURA Y RECURSOS - HIDRAÚLICOS, 1982

**EXPORTACION - ESTADISTICA - MEXICO**

SECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO

MANUAL DE ESTADÍSTICAS BÁSICAS DEL SECTOR COMERCIO,-- MÉXICO, SRÍA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO, 1982

208 P.

**EXPORTACION - MEXICO**

GRUPO EDITORIAL EXPANSIÓN

NUEVAS OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN MÉXICO.-- MÉXICO  
GRUPO EDITORIAL EXPANSIÓN.  
127 P.

PRODUCTOS AGROPECUARIOS - IMPORTACION - MEXICO

SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS  
EL DESARROLLO AGROPECUARIO DE MÉXICO, PASADO Y PERS--  
PECTIVAS.-- MÉXICO, SRÍA. DE AGRICULTURA Y RECURSOS -  
HIDRÁULICOS, 1982

T IV

PRODUCTOS BASICOS - IMPORTACION 1981

COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES  
CONASUPO EN CIFRAS 1981.-- MÉXICO, CONASUPO 1981  
I V. (PÁG. VARÍA)

PRODUCTOS BASICOS - IMPORTACION - MEXICO

EXPANSIÓN. EL CÓMO Y EL QUÉ DE LAS COMPRAS ESTATA--  
LES. (EN EXPANSION: N. 316, 1981, P. 77

PRODUCTOS BASICOS - IMPORTACION - MEXICO

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. COORDINACIÓN GENERAL DE  
PROGRAMAS PARA PRODUCTOS BÁSICOS.  
SERIE PRODUCTOS BÁSICOS. ALIMENTOS, ANÁLISIS Y EXPEC--  
TATIVAS.-- MÉXICO, TALLS. GRAFS, DE LA NACIÓN, 1981  
223 P.

PRODUCTOS BASICOS - PRODUCCION - MEXICO

GRUPO EDITORIAL EXPANSIÓN  
ANÁLISIS 1979, LA ECONOMÍA MEXICANA. MÉXICO, GRUPO EDI--  
TORIAL EXPANSIÓN 1979.

PRODUCTOS BASICOS - PRODUCCION - MEXICO

PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL

ALIMENTOS PARA EL PUEBLO.-- MÉXICO, PRI, 1981

145 P.

PRODUCTOS BASICOS - PRODUCCION - MEXICO

SECRETARÍA DE LA PRESIDENCIA

SISTEMA ALIMENTARIO MEXICANO: PRIMER PLANTEAMIENTO DE METAS DE CONSUMO Y ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS PARA 1980-1982 (5 DE MARZO 1981).-- MÉXICO, SRÍA. DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO 1981.

I V. (PÁG. VARÍA).

PRODUCTOS BASICOS - PRODUCCION - MEXICO

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN DE LOS 10 PRINCIPALES PRODUCTOS AGRÍCOLAS DURANTE 1981 Y ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE EL MERCADO INTERNACIONAL. (EN: ECONOTECNIA AGRÍCOLA, VOL. VI, NÚM. 1, ENERO DE 1982).

7 A 69 P.

PRODUCTOS BASICOS - PRODUCCION

COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES

CONASUPO, 1976, MÉXICO, CONASUPO, 1976.

I V. (PÁG. VARÍA)

PRODUCTOS BASICOS - RESERVAS

SECRETARÍA DE COMERCIO.

PROGRAMA NACIONAL DE ABASTO DE PRODUCTOS BÁSICOS, -- 1981, 1982.-- MÉXICO, SRÍA DE COMERCIO, 1983.



V. VI. (PÁG. VARÍA)

**PRODUCTOS BASICOS - RESERVAS**

COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES  
BASE TÉCNICA PARA ESTABLECER EL VOLÚMEN Y UBICACIÓN  
ÓPTIMOS DE LAS RESERVAS REGULADORAS, TOMANDO COMO BA-  
SE EL CASO DEL MAÍZ. MÉXICO. CONASUPO. 1980

I V. (SIN PÁG.)

**PRODUCTOS BASICOS - RESERVAS**

COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES  
COMENTARIOS A LA PROPOSICIÓN DE ALMACENES NACIONALES  
DE DEPÓSITO, S.A., PARA LA CREACIÓN DE EXISTENCIAS RE-  
GULADORAS DEL CONSUMO NACIONAL Y DE LA EXPORTACIÓN, -  
MÉXICO, CONASUPO, S. A.

I V. (SIN PÁG.)

**PRODUCTOS BASICOS - RESERVAS**

COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES  
GACETAS CONASUPO, DEL N. 1 AL 49, 1978-1982, MÉXICO,-  
CONASUPO

I V.

**MANUAL DE PRODUCTOS BASICOS**

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. COORDINACIÓN GENERAL DE  
PROGRAMAS PARA PRODUCTOS BÁSICOS

MANUAL DE PRODUCTOS BÁSICOS, MÉXICO-TALLS. GRAFS. DE-  
LA NACIÓN, 1981

156 P.

ANUARIO ESTADISTICO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS 1977-  
1978

SECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO  
MÉXICO, 1980 (JUNIO)

ANUARIO ESTADISTICO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS 1980  
SECRETARÍA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO  
MÉXICO, 1982 (ENERO)