

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION



PLANEACION Y DESARROLLO DE UNA CENTRAL DE
ABASTOS DE FRUTAS, VERDURAS Y LEGUMBRES
(EN XALAPA, VER.)

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA

QUE PARA OBTENER
EL TITULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P R E S E N T A

JOSE MIGUEL VALDES BARAJAS

DIRECTOR DEL SEMINARIO:

LIC. JORGE LUNA DURAN

Lej.
187

1979



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

PLANEACION Y DESARROLLO DE UNA CENTRAL DE ABASTOS
DE FRUTAS, VERDURAS Y LEGUMBRES.- (EN XALAPA, VER.)

INDICE

Pág.

INTRODUCCION.

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL ESTADO DE VERACRUZ. 1

1.1.- Su Población.

1.2.- Su Producción Agrícola.

1.3.- Su Comercio.

1.4.- Comunicaciones y Transporte

1.5.- Sus Regiones Naturales.

CAPITULO II

PROBLEMATICA DE LA DISTRIBUCION DE LAS FRUTAS,
VERDURAS Y LEGUMBRES, EN EL ESTADO DE VERACRUZ. 27

2.1.- Factores que originan la escasez de los
diversos productos agrícolas en el Estado
de Veracruz.

2.1.1.- Mercadeo

2.1.2.- Climas .

2.1.3.- Suelos

2.2.- Organismos que intervienen en el manejo -
de la distribución de las frutas, verdu--
ras y legumbres en el Estado de Veracruz.

- 2.2.1.- Gobierno
- 2.2.2.- Particulares
- 2.2.3.- Otros

CAPITULO III

ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE
UNA CENTRAL DE ABASTOS DE FRUTAS, VERDURAS Y
LEGUMBRES, EN LA CIUDAD DE XALAPA, VER.

48

- 3.1.- Mercados.
- 3.2.- Materias Primas.
- 3.3.- Aspectos Fiscales.
- 3.4.- Condiciones Climáticas.
- 3.5.- Agua
- 3.6.- Energía Eléctrica.
- 3.7.- Medios de Transporte.
- 3.8.- Mano de Obra.
- 3.9.- Desarrollo del Lugar.
- 3.10.- Factores de la Comunidad.
- 3.11.- Comunicaciones.

CAPITULO IV

ORGANIZACION DE LA CENTRAL DE ABASTOS DE FRUTAS,
VERDURAS Y LEGUMBRES.

59

- 4.1.- Generalidades y Organización.
 - 4.1.1.- Objetivos
 - 4.1.2.- Políticas
 - 4.1.3.- Organigramas
 - 4.1.4.- Administración y Organización
- 4.2.- Mercadotecnia.
 - 4.2.1.- Objetivos
 - 4.2.2.- Políticas

- 4.2.3.- Ventas
- 4.2.4.- Publicidad

4.3.- Abastecimiento.

- 4.3.1.- Objetivos
- 4.3.2.- Políticas
- 4.3.3.- Funciones del Abastecimiento
- 4.3.4.- Compras

4.4.- Personal.

- 4.4.1.- Objetivos
- 4.4.2.- Políticas
- 4.4.3.- Administración de los recursos humanos.

4.5.- Finanzas.

- 4.5.1.- Objetivos
- 4.5.2.- Políticas
- 4.5.3.- Funciones de finanzas
- 4.5.4.- Administración financiera

RESUMEN Y CONCLUSIONES.	116
BIBLIOGRAFIA.	121

I N T R O D U C C I O N

El continuo y creciente desarrollo de la población hace difícil cada día alimentar a la población.

Se presentan varios factores en la problemática de la distribución de las frutas, verduras y legumbres; políticas de distribución mal fundamentadas, falta de capacitación de la mano de obra, la tecnología agrícola básica para la producción de alimentos es escasa.

Se ha dicho en diversas políticas que se incremente la producción, pero no se dice como se va a manejar ésta.

Los campesinos mexicanos saben producir, pero no saben vender. Es esto lo que motivó a desempeñar la presente tesis, para buscar una solución al manejo de las frutas, verduras y legumbres en Xalapa, Veracruz.

Actualmente en el Estado de Veracruz se lleva a cabo por parte del Gobierno del Estado una solución a este tipo de problemas en aquellas ciudades de la entidad que son focos de desarrollo. Para lo cual se han propuesto resolver el problema en base a Centrales de Abasto "Tipo". Este tipo de Centrales les dará la pauta a seguir, ya que en base a los resultados se harán los proyectos posteriores.

La presente tesis se podría considerar como una guía de --auxilio, para no tener que iniciar un proyecto que resulta costoso --sin un estudio previo de la localización y organización de la Central de Abastos.

A la presente tesis le estoy dando un enfoque de elemento de auxilio para este tipo de organizaciones, el cual puede ser aplicativo en cualquier situación geográfica del País, previo ajuste de sus datos.

En este trabajo se trata de que cada uno de los capítulos que lo componen se eslabonen de una manera lógica tratando en forma general los aspectos más importantes relacionados con este tipo de organización, ya que sería demasiado laborioso hablar de todos sus aspectos en forma exhaustiva.

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL ESTADO DE VERACRUZ

1.1.- SU POBLACION.

La población del Estado de Veracruz en 1900, fue de 981,030 habitantes, cuyo número se duplicó en 48 años; en 1950 fueron censadas 2'040,231 habitantes duplicándose a 1972; si persisten las actuales tasas de crecimiento de la población veracruzana, se duplicará en 20 años a partir de 1970.

El censo de 1970 reporta a 3'815,422 habitantes en el Estado de Veracruz, sitúa a Veracruz como la tercera entidad Federativa - más poblada, únicamente superada por el Distrito Federal y el Estado de México. La densidad de población es de 52.4 habitantes por Km².

Los indígenas han poblado el Estado desde hace muchos siglos y se pueden considerar formando tres grupos: en el Norte del Estado viven los Huastecos, en el Centro los Totonacos y en el Sur los Popolocas. Aparte de estos grupos indígenas existen otras como los Aztecas, Mixes, Otomíes, Náhuas, Mixtecas, Tarascos, etc.

Se considera más o menos que el 57% de la población del Estado de Veracruz es Mestiza, el 32% corresponde a Indígenas, el 10% a Blancos y el 1% a Negros y Amarillos.

La tradición censal mexicana considera como población Urbana a la que habita en localidades con más de 2,500 habitantes, y como Rural a la que vive en localidades cuyo número de pobladores es menor de 2,500.

La población total del Estado ha variado en forma como se señala en el siguiente cuadro.

POBLACION TOTAL

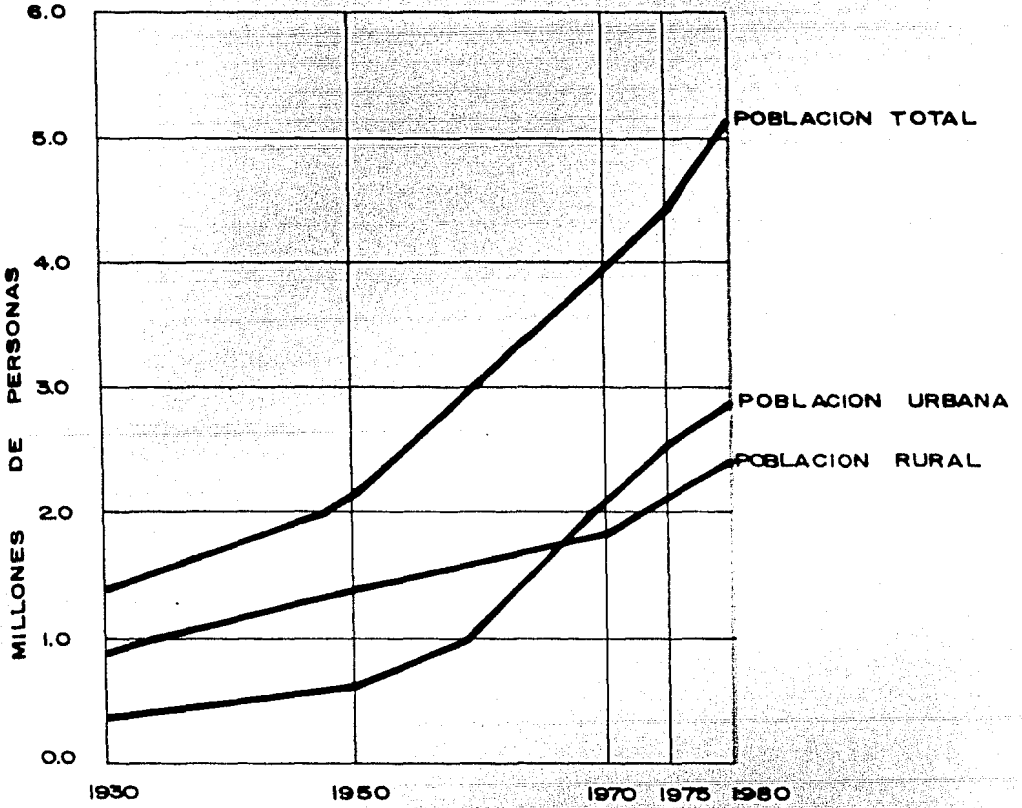
AÑO	NO. HABITANTES	TASA	DENSIDAD
1895	866,355	0	11.8
1900	981,030	2.5	13.4
1910	1'132,859	1.4	15.5
1921	1'159,935	0.2	15.9
1930	1'377,293	1.9	18.9
1940	1'619,338	1.6	22.2
1950	2'040,231	2.3	28.0
1960	2'727,899	2.9	37.4
1970	3'815,422	3.4	52.4
1971	3'945,000 +	3.4	54.1
1972	4'080,000 +	3.4	56.0
1973	4'219,000 +	3.4	57.9
1974	4'363,000 +	3.4	59.9
1975	4'512,000 +	3.4	61.9
1976	4'665,000 +	3.4	64.0
1977	4'824,000 +	3.4	66.2
1978	4'988,000 +	3.4	68.5
1979	5'158,000 +	3.4	70.8
1980	5'333,000 +	3.4	73.2

+ Estimado

El potencial humano en la Entidad es uno de los recursos - más valiosos para su desarrollo ya que en base al censo de 1970 el - 56.2 % de la población total corresponde a habitantes menores de 20- años de edad.

La población económicamente activa para 1970 registró un total de 1'000,064 habitantes que representan el 26.2 % de la población total. De ésta, el 53 % corresponde a actividades primarias o - sea, el sector más precario en lo referente a la vivienda, alimentación y vestido.

CRECIMIENTO DEMOGRAFICO



Esc. 1:50

1.2.- SU PRODUCCION AGRICOLA.

De los principales productos agrícolas, se destaca el maíz que se cultiva prácticamente de temporal en todas las regiones, siendo el que ocupa la mayor superficie, después le sigue la caña de azúcar, que ocupa el primer lugar en producción y participación a nivel nacional con el 45 %.

La agricultura en el Estado a pesar de ser la principal actividad, se caracteriza por el bajo grado de tecnificación utilizada ya que está basada sobre métodos e instrumentos de cultivo muy rudimentarios, lo que ha dado como resultado rendimientos tradicionalmente bajos que son una de las causas principales de las precarias condiciones de vida de la mayor parte de los habitantes que se dedican a esta actividad.

La gran variedad de condiciones climatológicas, topográficas y de hidrografía de la Entidad, favorecen el establecimiento de una diversidad muy grande de cultivos que van desde los de ciclo corto hasta los perennes, sin embargo, las precarias condiciones económicas, aunadas al bajo grado de escolaridad predominante, determinan la existencia de una agricultura de subsistencia fundamentalmente --maicera, en 1978, ocupó el 50% de la superficie total cultivada y --participó con el 21% del valor de la producción agrícola estatal en el mismo año, los cultivos más importantes después del maíz son la caña de azúcar y el café cereza.

COMPARACION DE VOLUMENES DE PRODUCCION DE LOS CULTIVOS MAS IMPORTANTES DEL ESTADO, CON RESPECTO A LA PRODUCCION NACIONAL.

CULTIVO	NACIONAL	VERACRUZ	% RESPECTO AL NACIONAL
Maíz	10 947 747	823 037	7.5
Frijol	998 630	47 512	4.7
Arroz	431 688	67 457	15.6
Caña	31 672 350	12 197 231	38.5
Café		283 396	
Mango	517 500	139 510	26.9
Piña	441 564	374 790	84.9
Cítricos	2 881 950	680 332	23.6

RESUMEN APROXIMADO DE PRODUCCION AGRICOLA EN EL ESTADO DURANTE EL CICLO AGRICOLA 1977-1778.

NUM. CULTIVOS	SUPERFICIE CULTIVADA HAS.	PRODUCCION TOTAL TONELADAS	VALOR TOTAL DE LA PRODUCCION EN PESOS.
1 Aguacate	4 645	26 035	91 122 500
2 Ajo	17	36	288 000
3 Ajonjolí	3 171	1 903	15 224 000
4 Alfalfa	803	36 135	15 465 780
5 Anona	292	1 761	1 496 850
6 Arroz Invierno	846	3 807	11 801 700
7 Arroz Temporal	22 384	67 152	202 171 200

NUM. CULTIVOS	SUPERFICIE CULTIVADA HAS.	PRODUCCION TOTAL TONELADAS	VALOR TOTAL DE LA PRODUCCION EN PESOS.	
8	Avena Forrajera	755	9 060	4 530 000
9	Barbasco	2 112	5 322	26 610 000
10	Calabacita	31	130	474 500
11	Calabacita pipian	1 235	1 456	6 249 152
12	Cacahuete	70	91	1 092 000
13	Cacao	142	183	1 793 400
14	Café cereza	93 530	283 396	2 522 224 400
15	Camote	115	345	1 035 000
16	Caña de Azúcar	200 269	12 216 409	2 565 445 890
17	Capulín	82	280	924 000
18	Cebada grano	7 448	8 938	12 513 200
19	Cebolla	172	860	2 580 000
20	Ciruela	2 970	17 701	46 907 650
21	Coco de agua	1 660	19 090	22 908 000
22	Coco para copra	749	1 523	9 014 637
23	Col	56	179	537 000
24	Coquito de aceite	5 070	40 067	20 033 500
25	Chayote	120	1 236	3 708 000
26	Chícharo o alverjón	810	567	1 701 000
27	Chile verde Inv.	3 844	19 220	105 710 000
28	Chile verde Temp.	150	825	4 537 500
29	Chile seco	2 710	1 762	26 430 000
30	Chirimoya	12	89	267 000

NUM. CULTIVOS	SUPERFICIE CULTIVADA HAS.	PRODUCCION TOTAL TONELADAS	VALOR TOTAL DE LA PRODUCCION EN PE-SOS.	
31	Durazno	472	1 864	6 524 000
32	Ejote	7	14	84 000
33	Fresa	23	82	451 000
34	Frijol de Inv.	46 588	27 952	195 664 000
35	Frijol de Temp.	23 800	14 280	99 960 000
36	Guanabana	152	965	2 605 500
37	Guayabo	230	966	2 898 000
38	Haba	5 527	4 422	21 341 200
39	Higo	35	161	869 400
40	Hortalizas	73	256	1 003 520
41	Hule hevea	4 120	700	49 028 000
42	Jícama	90	365	1 043 900
43	Jitomate de invierno	1 914	18 183	109 098 000
44	Jitomate de temporal	157	1 413	8 478 000
45	Lenteja	30	33	264 000
46	Lima Reyna	67	509	356 300
47	Limón agrio	1 610	9 016	19 835 200
48	Magueyerias	1 500	9 000	22 500 000
49	Maíz de Inv.	164 717	205 896	617 688 000
50	Maíz de Temp. (P.V.)	424 565	594 391	1 783 173 000
51	Mamey	629	5 472	12 038 400
52	Mandarina	2 880	21 312	19 180 000
53	Mango	13 951	139 510	446 432 000
54	Manzana	1 801	11 887	40 415 800
55	Melón	131	1 048	5 240 000

NUM. CULTIVOS	SUPERFICIE CULTIVADA HAS.	PRODUCCION TOTAL TONELADAS	VALOR TOTAL DE LA PRODUCCION EN PESOS.	
56	Membrillo	88	590	1 770 000
57	Nanche	271	1 273	3 819 000
58	Naranja	64 133	638 123	478 592 250
59	Nuez	117	410	3 485 000
60	Papa de Inv.	4 302	30 114	105 399 000
61	Papa de Temp.	10 480	72 856	254 996 000
62	Papaya	5 950	157 675	204 977 500
63	Pepino	10 480	7 000	5 049 000
64	Pera	400	2 560	7 680 000
65	Perón	115	633	1 899 000
66	Pimienta gorda	453	584	9 344 000
67	Piña	7 800	374 790	356 050 500
68	Piñón	1 300	1 300	5 200 000
69	Plátano	10 400	120 640	108 576 000
70	Pomelo	960	9 120	6 384 000
71	Sandía	3 435	55 269	176 860 800
72	Sorgo de grano	3 861	9 745	28 260 500
73	Sorgo Forra- jero de Inv.	630	12 600	8 820 000
74	Sorgo Forra- jero Temp.	80	1 600	1 120 000
75	Soya de Inv.	70	91	455 000
76	Soya de Temp.	3 130	4 069	22 379 500
77	Tabaco	6 427	7 070	155 540 000
78	Tamarindo	600	2 100	7 140 000
79	Tomate cáscara	27	135	337 500

NUM. CULTIVOS	SUPERFICIE CULTIVADA HAS.	PRODUCCION TOTAL TONELADAS	VALOR TOTAL DE LA PRODUCCION EN PESOS.
80	Toronja	2 251	1 800 800
81	Trigo	3 793	8 723 900
82	Vainilla Benef.	73	13 870 000
83	Yuca	781	1 071 532
84	Zapote chico.	6 576	19 728 000
SUMAS	<u>1 180 097</u>	<u>15 355 948</u>	<u>11 196 495 861</u>

1.3.- SU COMERCIO.

Después de la industria, el comercio y los servicios son - las actividades más dinámicas de la economía veracruzana.

El comercio tiene mercados muy atractivos en amplias zonas sin embargo presenta fluctuaciones violentas, estacionales y de otro tipo.

El puerto de Veracruz es el centro comercial de más rele-- vancia en el Estado. La plaza tiene, el control mercantil y financie ro de una vasta porción de la Entidad, desde la punta delgada al Nor te, hasta el volcán de Tuxtla, al Sur, así, como una gran parte de - la cuenca del Papaloapan. Este gran mercado, explica el grado de de-- sarrollo del comercio porteño; por sus grandes almacenes, la varie-- dad de artículos que ofrece y por efectivos procedimientos de ven -- tas.

Sin embargo, en cierto grado depende del campo; su influen cia incluye una gran zona agropecuaria que produce oscilaciones apre ciables. Por ejemplo; aumenta sus ventas en los meses de Mayo, Sep-- tiembre, Diciembre, Enero y Febrero y las contrae en los meses cen-- trales del año.

Xalapa es otro centro comercial de significación, en donde el comercio es más estable, debido en parte, por que la plaza es el asiento de los Poderes Estatales, que son una fuerte apreciable de ocupación. Sin embargo el comercio Xalapeño está menos desarrollado que el del puerto y resiente su influencia aún en plazas cercanas a Xalapa.

En Córdoba, han surgido grandes almacenes de ropa y abarro tes que han dado notoriedad a la plaza, sobre todo en la cuenca del Papaloapan; Orizaba tiene también un comercio activo y ejerce in --- fluencia hacia la Sierra de Zongolica y en los poblados cercanos de-

Maltrata y Acultzingo.

En Córdoba, Cosamaloapan, Juan Díaz Covarrubias, Lerdo de Tejada y Villa José Cardel, así como en otras zonas donde operan ingenios, la actividad comercial depende en cierta medida del volumen y duración de la zafra. Los campos petroleros de Pémex han dado --- cierta estabilidad y una gran prosperidad al comercio, en Naranjos, Cerro Azul, Agua Dulce y las Choapas.

Los polos de desarrollo económicos en el Estado han atraído poderosamente la prosperidad comercial, Poza Rica y Tuxpan en el Norte; y Minatitlán y Coatzacoalcos en el Sur.

El comercio de los centros de consumo más importantes se surten por lo general, de las grandes fábricas del Distrito Federal Guadalajara y Monterrey. En los centros secundarios, la situación - cambia; en el Norte son Tampico y Poza Rica las fuentes principales de abastecimiento; en el Centro son: Veracruz, Córdoba, Xalapa y -- Orizaba y en el Sur Minatitlán y Coatzacoalcos.

Según los propios comerciantes, las ramas más dinámicas - han sido la línea blanca y aparatos eléctricos.

Aún que el comercio ha crecido en términos generales, hay zonas donde se ha estancado o incluso a decaído.

La cuenca del Papaloapan es quizá la más notable, por el grado en que han languidecido las actividades económicas. Esto es - más notorio en Alvarado y Tlacotalpan, donde la construcción del -- puente y la disminución de la pesca han afectado en forma muy apreciable el movimiento comercial.

1.4.- COMUNICACIONES Y TRANSPORTES.

La comunicación satisface en gran parte las necesidades - que de esta naturaleza se presenten.

Telégrafos.- De los 203 Municipios que conforman el Estado, 112 cuentan con servicio telegráfico, generalmente establecido en la cabecera municipal, estas administraciones proporcionan servicios de correo postal, se cuenta también a lo largo y ancho del Estado, 207 agencias de correos inferiores, siendo sus funciones las de recibir y enviar correspondencia únicamente.

Teléfono.- Cuenta con servicio telefónico 146 municipios, de los cuales 133 tienen líneas telefónicas locales y 13 de larga - distancia exclusivamente.

El gobierno del Estado cuenta con una red particular de radiotelefonía con equipos instalados en 15 zonas.

Radiodifusoras.- La Entidad cuenta con 52 radiodifusoras de tipo comercial, cuyo alcance es regional y local.

Aeropuertos.- Se puede afirmar, en lo que respecta a la demanda de comunicación aérea en el plano nacional e internacional, que es satisfactoria.

El aeropuerto más importante es el de Veracruz y le sigue en importancia el de Minatitlán y otros de menor importancia como son los de Martínez de la Torre, Tuxpan y Xalapa.

Puertos.- Respecto al movimiento marítimo, el Estado cuenta con los puertos de Veracruz, Coatzacoalcos y Tuxpan; disponiéndose en cada uno de ellos de uno de altura y otro de cabotaje.

Ferrocarriles.- La comunicación por medio de vías férreas

satisface regularmente la comunicación, ya que cuenta con este servicio las principales ciudades, mencionándose que la vía Puebla, Xalapa y Veracruz se extiende en 335 Km.; la de Orizaba, Córdoba y Veracruz 153 Km.; la de Veracruz a Tierra Blanca 103 Km.; la de Veracruz a Alvarado 72 Km.; la de San Andrés Tuxtla a Minatitlán pasando por Juan Rodríguez Clara y Oluta 133 Km.; y de Poza Rica a Tuxpan 57 Km., omitiendo la información de otros municipios que por ser de menor importancia, carece de este servicio, no obstante, la comunicación satisface las necesidades de sus habitantes y en igual forma satisface las necesidades de carga que es muy considerable.

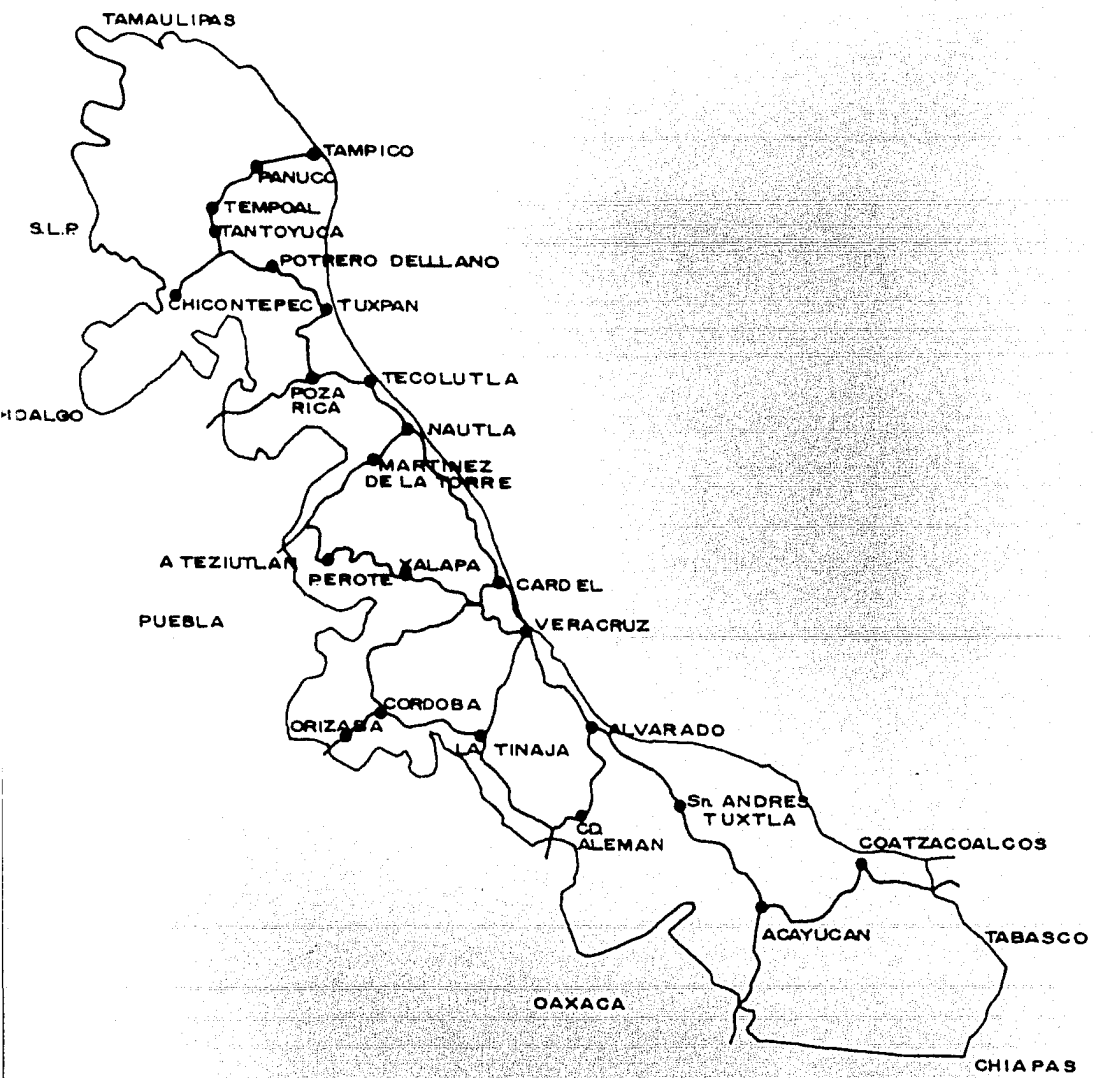
Carreteras y Caminos.- A la fecha, se cuenta con una red de carreteras federales del orden de aproximadamente de 3,000 Km., y por parte del Estado 700 Km. aproximadamente, comunicación que se tiene a lo largo y ancho del Estado.

En lo relativo al transporte terrestre, opera la línea de autobuses (A.D.O.) que cubre la ruta México, Xalapa, Veracruz, Tierra Blanca, Orizaba y Córdoba, esta línea es de primera clase.

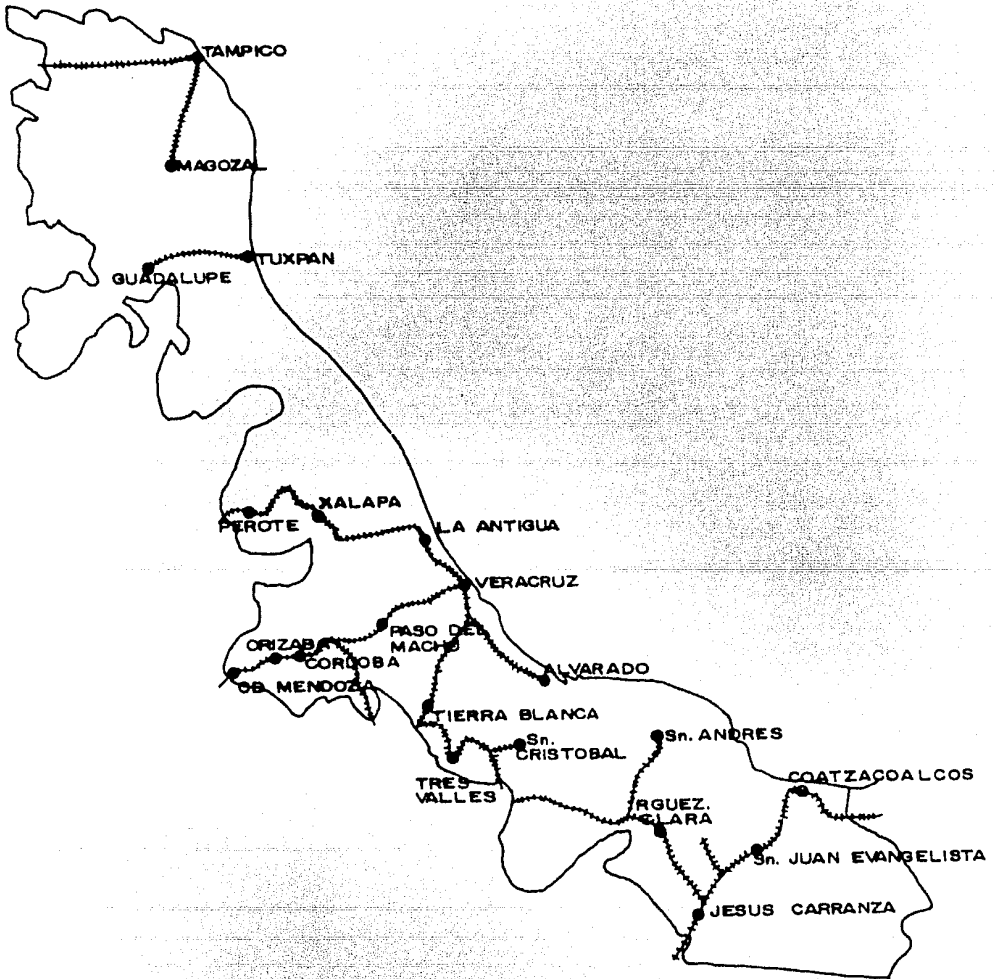
Otra línea pero de segunda clase (A.U.) que cubre además de las rutas anteriores, prácticamente todas las carreteras pavimentadas de la Entidad. Existen también, un gran número de líneas de autobuses locales que cubren tramos de las rutas antes señaladas y además todos los caminos de terracería, comunicando en esta forma, las poblaciones menos importantes con las ciudades más importantes cercanas a éstos.

También se cuenta en la ciudad de Xalapa con el servicio de varias líneas de transporte en general.

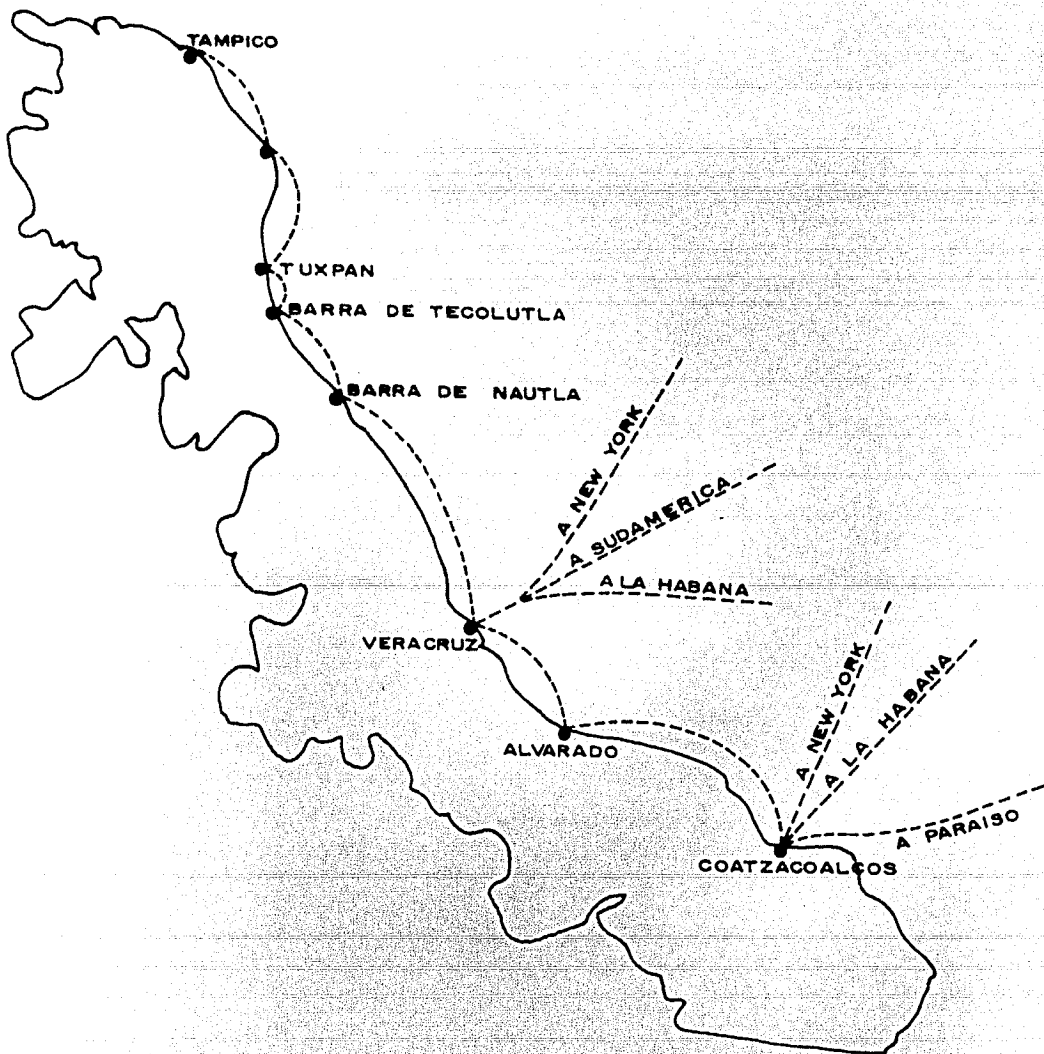
PRINCIPALES CARRETERAS PAVIMENTADAS



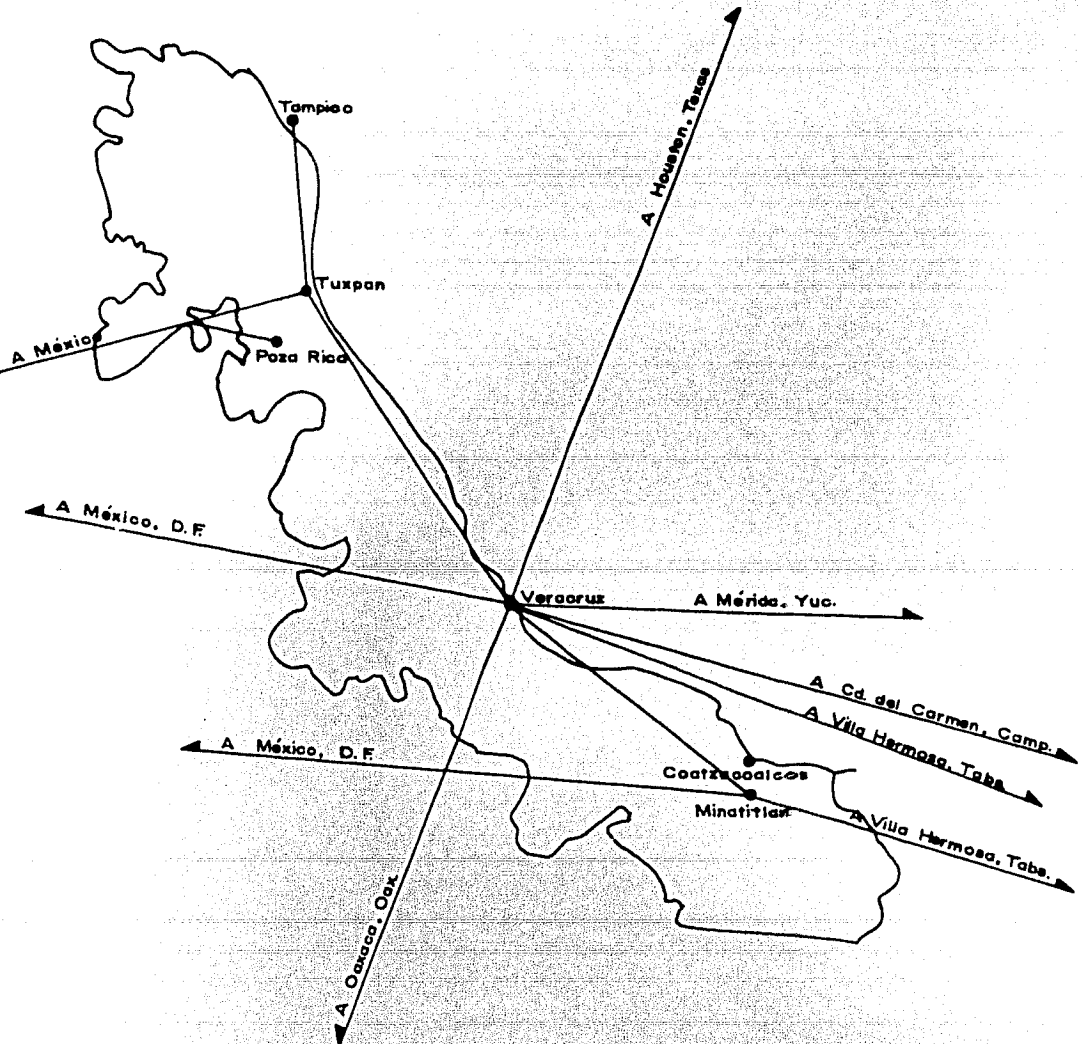
FERROCARRILES



RUTAS MARITIMAS



RUTAS AEREAS



1.5.- SUS REGIONES NATURALES.

Existen determinadas porciones de tierra que presentan las mismas características, relacionadas con el clima, los vegetales y - los animales. A estas porciones se les da el nombre de Regiones Naturales.

En el estado se pueden señalar 7 Regiones:

LA HUASTECA
 CHICONTEPEC
 PAPANTLA
 MISANTLA
 LAS GRANDES MONTAÑAS
 LAS LLANURAS DE SOTAVENTO
 LOS TUXTLAS

LA HUASTECA.

La región de la Huasteca está al Norte del Estado, teniendo por límite los Estados de Tamaulipas, San Luis Potosí, Hidalgo y Puebla.

Su suelo está formado generalmente por llanuras bajas y -- arenosas y solamente se encuentran muy pequeñas elevaciones. Su Clima es cálido-húmedo, con su temperatura media anual de 23 grados centígrados.

Su litoral presenta diferentes accidentes y así se tiene - la Barra de Tampico que se forma al desembocar el Río Pánuco en el - Golfo de México, siendo los afluentes de este Río el Tempoal, el Chiyacán, el Estero Llave y el canal artificial de Chijol.

Una de las riquezas es la cría de ganado vacuno, ya que -- cuenta esta región con grandes pastizales que la favorecen. Se culti

va en la misma el maíz, el frijol, tabaco, plátano y la caña de azúcar que se transforma en el ingenio de El Higo.

Otra ocupación de los habitantes de esta región es la pesca del ostión y el camarón en las albuferas de Tamiahua y Tampamachoco.

Las principales ciudades de esta región son: Tuxpan, el cual cuenta con un puerto de altura, en el que se exporta chicle, madera, plátano, petróleo, etc.

La ciudad de Pánuco es una ciudad importante por encontrarse en una de las zonas petroleras del Estado. Después está Tampico, Tempoal, Ozuluama, Tantoyuca, Tamiahua y Alamos.

CHICONTEPEC.

La región de Chicontepec queda al Suroeste de la Huasteca y tiene su suelo alto e irregular. Sus elevaciones más notables son la Sierra de Otontepec y la de Huayacocotla.

Tiene un clima húmedo-templado en las partes bajas y frío en las cumbres.

Posee varios ríos que son afluentes del Tempoal y del Tuxpan. Los más importantes son el Pantepec, Vinazco y Zotecomatlán

Debido a su clima se realizan diversos cultivos como son el del trigo, haba, cebada, chile, maíz, frijol, arroz, etc. En sus bosques se pueden observar árboles como el cedro rojo, oyamel, ocote, fresno, liquidámbar y encino, cuya madera se utiliza en la industria.

Las principales ciudades de esta región son Chicontepec, se encuentra situada en las faldas del cerro de San Miguel, la palabra Chicontepec significa "en siete cerros".

Otro poblado importante es Ixhuatlán de Madero, que tiene

un clima caluroso que permite los cultivos de tipo tropical. También se tiene a Huayacocotla que se encuentra situada en la mesa de Anáhuac y más al Norte Zotecomatlán.

PAPANTLA.

La región de Papantla se encuentra situada abajo de la región de Chicontepec.

Posee dos ríos importantes, al Norte el Cazones y al Sur el Tecolutla, los cuales forman al desembocar en el Golfo de México las Barras de sus mismos nombres.

Su ocupación es la agricultura y con especialidad el cultivo de la vainilla, la que es reconocida mundialmente por su calidad.

También se siembra el maíz, frijol, chile, tabaco, café y plátano. Asimismo se elabora panela y aguardiente.

Otras de sus ocupaciones son la ganadería y cría de abejas. También sus habitantes se ocupan de trabajar en la industria petrolera.

Su clima es en general cálido y templado con lluvias en verano en casi toda la región.

Sus principales ciudades son: Papantla, la ocupación principal de sus habitantes es el beneficio de la vainilla. Poza Rica es otra importante ciudad y la principal ocupación de sus habitantes es la industria del petróleo. Gutiérrez Zamora que se encuentra al margen del río Tecolutla y en ella sus habitantes se dedican a la industrialización de la vainilla.

MISANTLA.

La región de Misantla se encuentra entre la de Papantla y la de Las Grandes Montañas, así también limita con el Estado de Pue

bla.

Su clima es cálido y sus ríos más importantes son al centro el Nautla y un poco más al Sur el Misantla que hace su suelo -- fértil.

Sus habitantes se dedican a la agricultura y ganadería o trabajan como empleados en los ingenios y pequeñas industrias.

El cultivo más importante es el de la caña de azúcar, se siembran también plátano, maíz, pudiéndose levantar de este último, hasta dos cosechas al año. Se da importancia a la naranja y el café Cuenta con árboles de caoba, cedro rojo y primavera. En esta región es importante la cría de ganado vacuno y se empieza a prestar atención a las abejas.

Las ciudades más importantes que se pueden ver son: San - Rafael que es un centro ganadero y agrícola. Martínez de la Torre, - es importante por el cultivo de su naranja. También son importantes las ciudades de Tlapacoyan, Misantla, Vega de Alatorre, Villas de - Emilio Carranza y Yecuatla.

LAS GRANDES MONTAÑAS.

Esta región tiene por límites a la de Misantla y las Llanuras de Sotavento, también a los Estados de Puebla y Oaxaca.

En esta zona se encuentran las montañas más altas del Estado, puesto que la Sierra Madre Oriental la atraviesa de Norte a - Sur.

Sus elevaciones más importantes son el Pico de Orizaba y el Cofre de Perote, así como las cumbres de Maltrata y Acultzingo.

El clima que se presenta es frío al Oeste y templado al - Este.

Debido a lo variado de su clima su producción es muy diversa y así se pueden encontrar en las partes altas sembrados de trigo, haba, alfalfa, árboles como el pino, el nogal, el manzano y el durazno.

En los lugares bajos se cultiva frijol, caña de azúcar, café, naranjos, mangos y plátanos.

En cuanto a animales, hay ganado vacuno, ovino, cabrío, -- porcino, caballar y mular. Sus principales ríos son el Sedeño, Naolinco, Actopan, Jamapa, Texolo y Blanco.

Sus principales ciudades son: Orizaba que está situada en las faldas de los cerros de El Borrego y Escamela. Su suelo está regado por las aguas del Río Blanco.

Tiene edificios muy importantes y se considera una ciudad industrial y comercial. En ellas hay fábricas de hilados y tejidos - de cervezas, de pastas alimenticias y de cemento.

Xalapa, es la capital del Estado y es en donde se encuentran concentrados los Poderes del Estado.

Los habitantes de esta ciudad ocupan su tiempo en realizar diferentes actividades, ya que en la misma existen diversas industrias que producen artículos alimenticios y materia prima para la fabricación de la ropa.

Córdoba es una ciudad agrícola, ya que en ella y gracias a su clima se cultiva café, la caña de azúcar y algunos árboles frutales, entre ellos el naranjo.

Otras ciudades importantes son: Río Blanco, Nogales, Ciudad Mendoza, Jalacingo, Altotonga, Perote, Naolinco, Las Vigas, Coatepec, Xico, Teocelo, Fortín y Zongolica.

LAS LLANURAS DE SOTAVENTO.

Esta región se encuentra entre la región de Las Grandes -- Montañas, Misantla y los Estados de Oaxaca, Chiapas y Tabasco. Sus -- costas están bañadas por el Golfo de México.

Esta región es precisamente la más extensa del Estado, su -- clima es cálido-húmedo. Las lluvias son muy abundantes.

Sus habitantes se dedican a la agricultura, cultivando pre -- ferentemente caña de azúcar, arroz, plátano, maíz, frijol y algunos -- árboles frutales.

Los centros de población más importantes son: Veracruz, es -- el puerto de altura de más importancia en el país.

Tiene gran movimiento comercial tanto con el interior del -- país, como en el exterior.

Alvarado, es un puerto de cabotaje, es importante por ser -- una rica zona pesquera.

Tlacotalpan puerto que está situado en las márgenes del -- río Papaloapan. Cosamaloapan es una rica zona ganadera y agrícola, -- Minatitlán puerto situado en el río Coatzacoalcos, importante por en -- contrarse en él una gran refinería que es fuente de trabajo para mu -- chos obreros, Coatzacoalcos, es importante por su puerto de altura y -- por su movimiento portuario.

LOS TUXTLAS.

Esta región es la más pequeña del Estado, se encuentra si -- tuada al Sureste del mismo, rodeada al Oeste, Norte y Sur por las -- Llanuras de Sotavento y sus costas bañadas por el Golfo de México.

El suelo de esta zona es quebrado, aunque sus montañas no -- tienen la altura de las que se han visitado en las otras regiones.

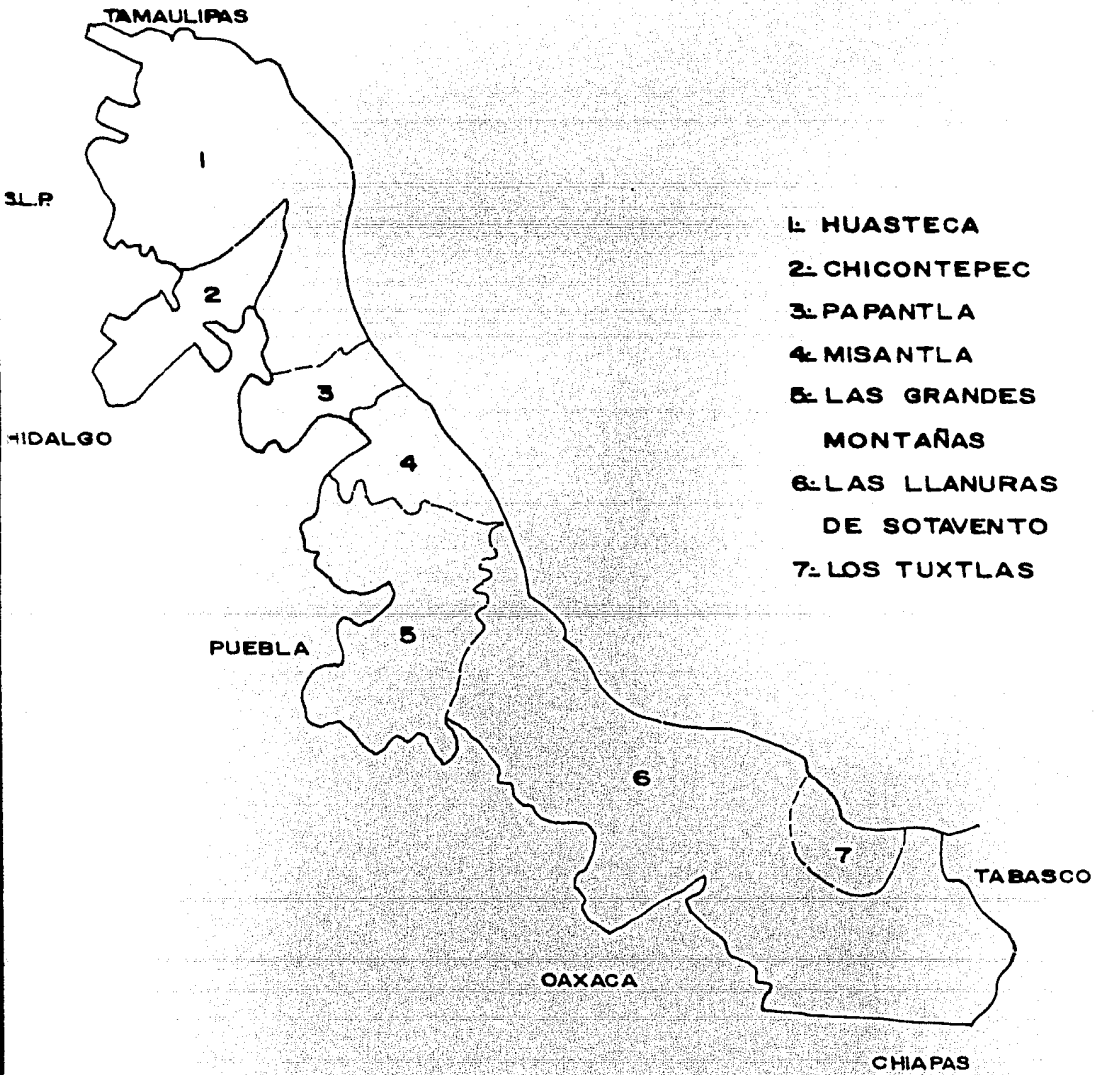
El clima que predomina en esta región es el cálido-húmedo las lluvias son abundantes en la mayoría de los meses del año.

Como esta zona es muy pequeña solamente se pueden señalar en la misma el río Tuxtla y algunos afluentes del mismo como son el San Andrés, el Comoapan y el Hueyapan. El río Comoapan origina la -- Cascada de Eyipantla.

Cuenta esta región con bosques de maderas finas. Sus habi tantes se dedican a la cría de ganado vacuno, cerdos, aves de corral etc., otra fuente de vida es la pesca que realizan en la Laguna de - Catemaco, pero su principal riqueza es la agricultura, ya que siem-- bran frijol, maíz, caña de azúcar, tabaco de muy buena calidad, ---- arroz, etc.

Sus principales centros de población son San Andrés Tux-- tla, Santiago Tuxtla y Catemaco.

REGIONES NATURALES



1. HUASTECA
2. CHICONTEPEC
3. PAPANTLA
4. MISANTLA
5. LAS GRANDES MONTAÑAS
6. LAS LLANURAS DE SOTAVENTO
7. LOS TUXTLAS

CAPITULO II

PROBLEMATICA DE LA DISTRIBUCION DE LAS FRUTAS VERDURAS Y LEGUMBRES, EN EL ESTADO DE VERACRUZ.

2.1.- FACTORES QUE ORIGINAN LA ESCASEZ DE LOS DIVERSOS PRODUCTOS AGRICOLAS EN EL ESTADO DE VERACRUZ.

2.1.1.- MERCADEO.

El mercadeo en el Estado de Veracruz con sus 203 municipios, cuenta con 270 mercados aproximadamente y como 6 ciudades que cuentan con pequeñas bodegas, casi todas mal planificadas.

El principal lugar donde se abastecen los comerciantes mayoristas, es en las bodegas de la Merced en la Ciudad de México; y los locatarios lo hacen a pequeñas bodegas en los lugares donde existen y donde no existen acuden los famosos bodegueros de la Ciudad de México a ofrecer la mercancía.

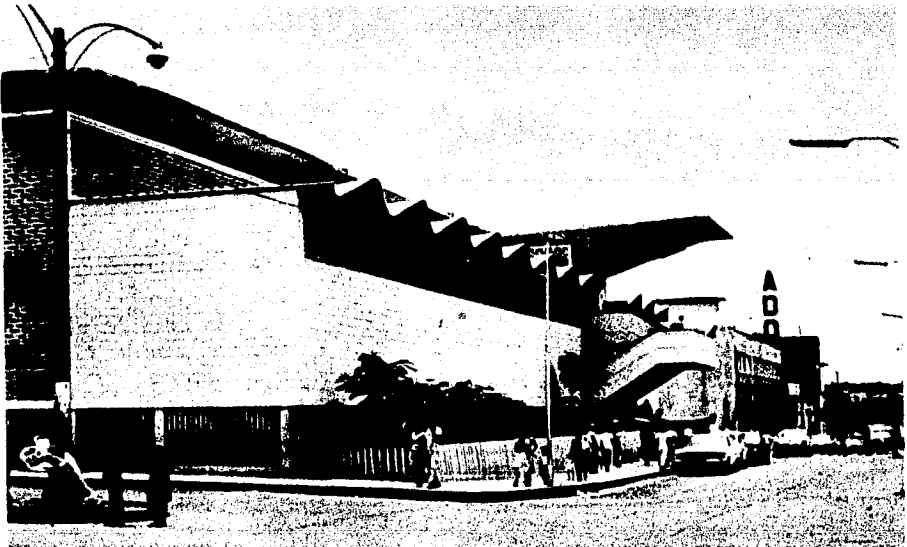
Varios comerciantes de los Estados de Puebla y Tlaxcala, venden productos agrícolas a los comerciantes del Estado de Veracruz.

El ayuntamiento es el encargado directo de la administración de los mercados y es éste el que en un momento dado designa el número de locales destinados a ciertos artículos.

Se puede decir que existe en todo el Estado de Veracruz una mala planificación de los mercados, ya que de estos es donde se surte el público para su consumo, citaré unos ejemplos:

En Coatzacoalcos una ciudad en pleno desarrollo industrial, pero carente de una buena planificación en casi todos los as-

pectos que deben ir aunados al desarrollo de un poblado; citaré el Mercado Principal en donde no está bien distribuido el comercio, --- cuenta con tres plantas; la parte baja se utiliza como estacionamiento, el primer piso es de comestibles en general y el segundo piso es de ropa en general. En el primer piso que se utiliza para comestibles en general, la sección destinada a la venta de frutas, verduras y legumbres, solamente existen 20 locales aproximadamente para la venta de este tipo de mercancía, este número de locales es insuficiente para el público, este caso ocurre en la mayoría de los mercados mal planificados.



COATZACOALCOS, VER



MERCADO ALCALDE Y GARCIA, JALAPA VER.

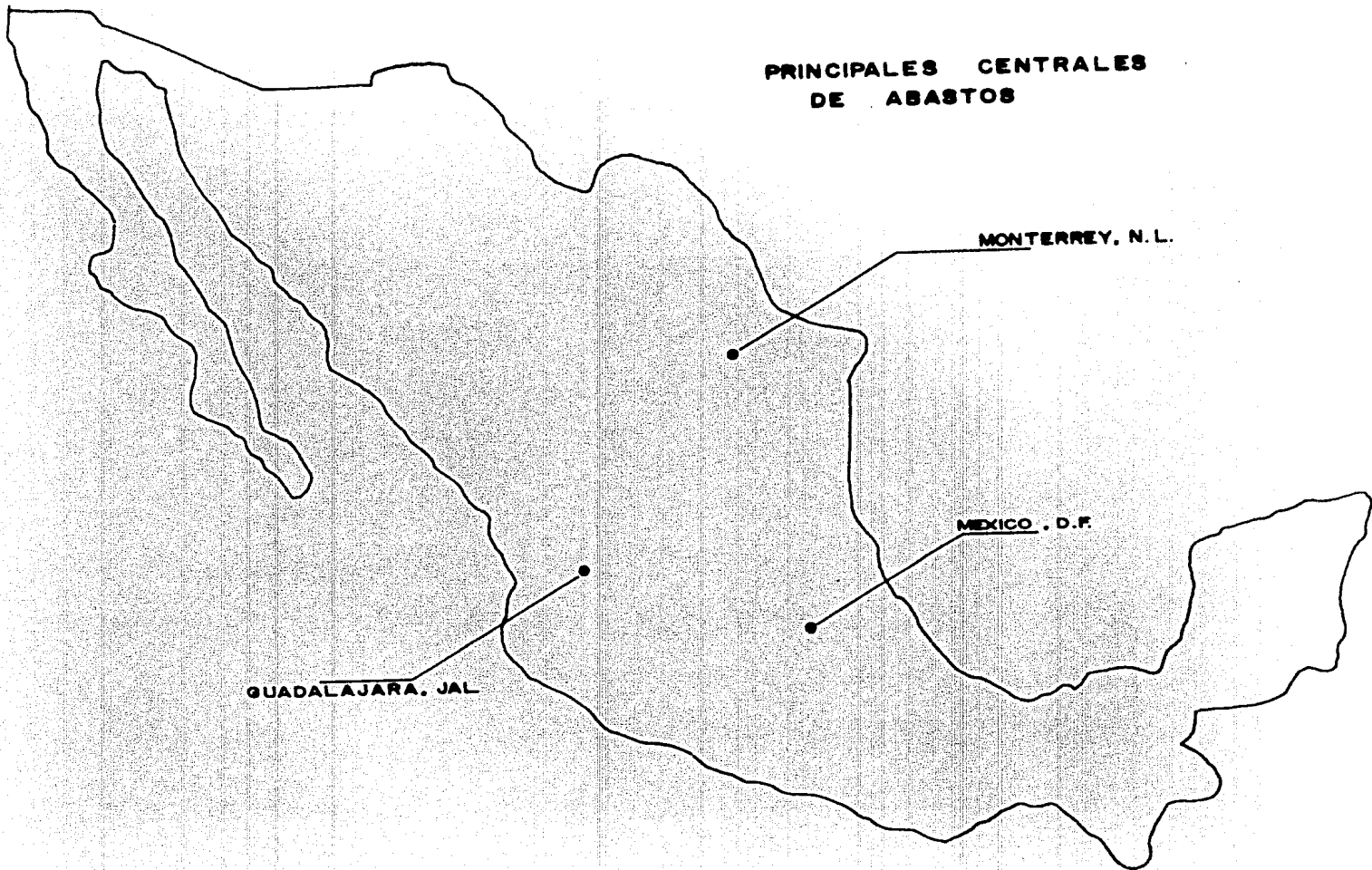
Por lo que se puede observar en la fotografía, esta es -- una de las 24 bodegas que existen con una superficie de casi $5m^2$, lo cual es muy reducido el espacio de almacenamiento, también se puede observar que hay 2 secciones de bodegas, las que se encuentran al -- frente y las cuales tienen una buena ventilación y la sección que se encuentra en la parte posterior que tiene mala ventilación y por lo cual hay demasiada humedad, lo cual impide un buen almacenamiento, - esta es la razón por lo que se utiliza el pasillo como bodega.



MERCADO ALCALDE Y GARCIA, JALAPA VER.

Este mercado es el que se utiliza para almacenar mercancía y bien se puede observar que carece de los principales servicios, se debe tomar medidas urgentes ya que es el único que se utiliza como bodega.

PRINCIPALES CENTRALES
DE ABASTOS



Se puede decir que existen 3 principales mercados de Abastos en toda la República y son:

- 1.- México, D.F.
- 2.- Monterrey, N.L.
- 3.- Guadalajara, Jal.

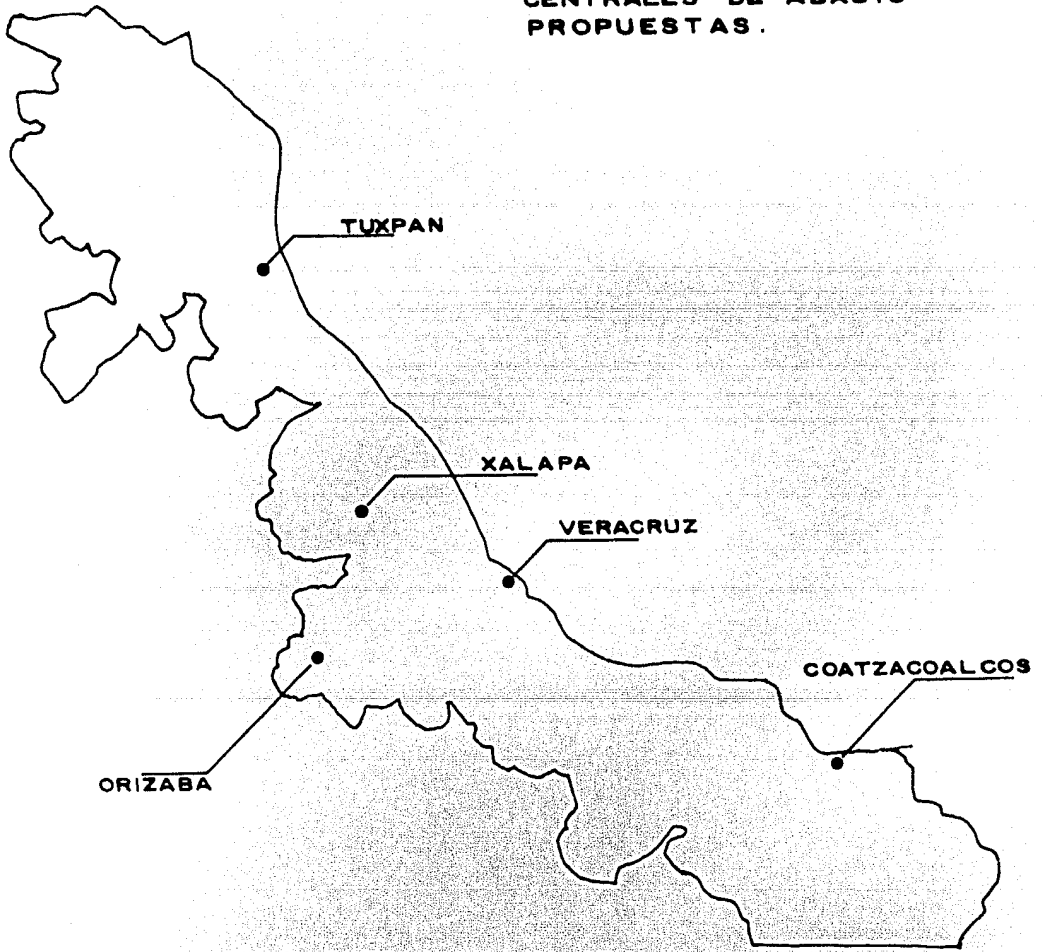
En este tipo de mercados existen bodegas en las cuales se almacenan diversos productos agrícolas que a la vez se distribuyen a diversos Estados de la República.

Este tipo de mercado se ha formado en base a particulares que tienen el interés de ganar utilidades y servir a la comunidad, - por lo que se puede apreciar estas son ciudades industrializadas y - las cuales han sentido la necesidad de crear sus propias fuentes de almacenamiento de sus alimentos básicos, este tipo de preocupaciones que han tenido estas ciudades, deben de servir de ejemplo ha otras - Ciudades.

Para el Estado de Veracruz se recomienda como se ve en el siguiente dibujo, la creación de centrales de Abastos en: Xalapa, Veracruz, Tuxpan, Orizaba y Coatzacoalcos.

La sugerencia de estas ciudades, se basan en diversos datos, como son la concentración de núcleos de población, la falta de servicios de abastecimiento, la creación de más fuentes de trabajo, - localización estratégica de las Centrales de Abasto en el Estado para obtener una mejor distribución de la mercancía, etc.

**CENTRALES DE ABASTO
PROPUESTAS.**



2.1.2.- CLIMAS.

El Estado cuenta con clima húmedo tropical en las zonas que registran alturas menores de 1,000 m.s.n.m., y templado en las regiones montañosas. La humedad ambiental, es causa y a la vez efecto, de abundantes lluvias. En las regiones de clima tropical, desde la Huasteca hasta el Istmo de Tehuantepec, las precipitaciones son superiores a los 1,500 mm. anuales. En las zonas templadas, las lluvias son más copiosas y con frecuencia pasan de 2,000 mm. al año. - Córdoba, Xalapa y Orizaba, se cuentan entre las comarcas más lluviosas del País.

En la Entidad se consideran siete tipos de climas, clasificados de la siguiente manera:

- A = Semi - Húmedo Frío.
- B = Semi - Húmedo Cálido.
- C = Seco Cálido.
- D = Seco Templado.
- E = Semi - Húmedo Templado.
- F = Húmedo Cálido.
- G = Húmedo Templado.

A = Semi - Húmedo Frío; se localiza en los municipios de Calcahualco, La Perla, Maltrata, Aquila, Acultzingo, Perote, Ixhuacán, Ayahualulco, Rafael Ramírez, Acajete, Rafael Lucio, Tlalnahuayocan, Jalacingo, Altotonga, Las Minas, Huayacocotla y Zacualpan.

B = Semi - Húmedo Cálido; en Tempoal, Tuxpan, Nautla, Paso de Ovejas, Puente Nacional, Cotaxtla, Tesechoacán y San Juan --- Evangelista.

C = Seco Cálido; en Texcatepec, Pánuco, Puente Nacional, Cotaxtla, Tesechoacán y San Juan Evangelista.

D = Seco Templado; en Perote.

E = Semi - Húmedo Templado; en Soledad Atzompa y Alpatlahuac.

F = Húmedo - Cálido; en Chiconamel, Ozuluama, Coatzintla, Misantla, Actopan, Alvarado, Cosamaloapan, Playa Vicente y Minatitlán.

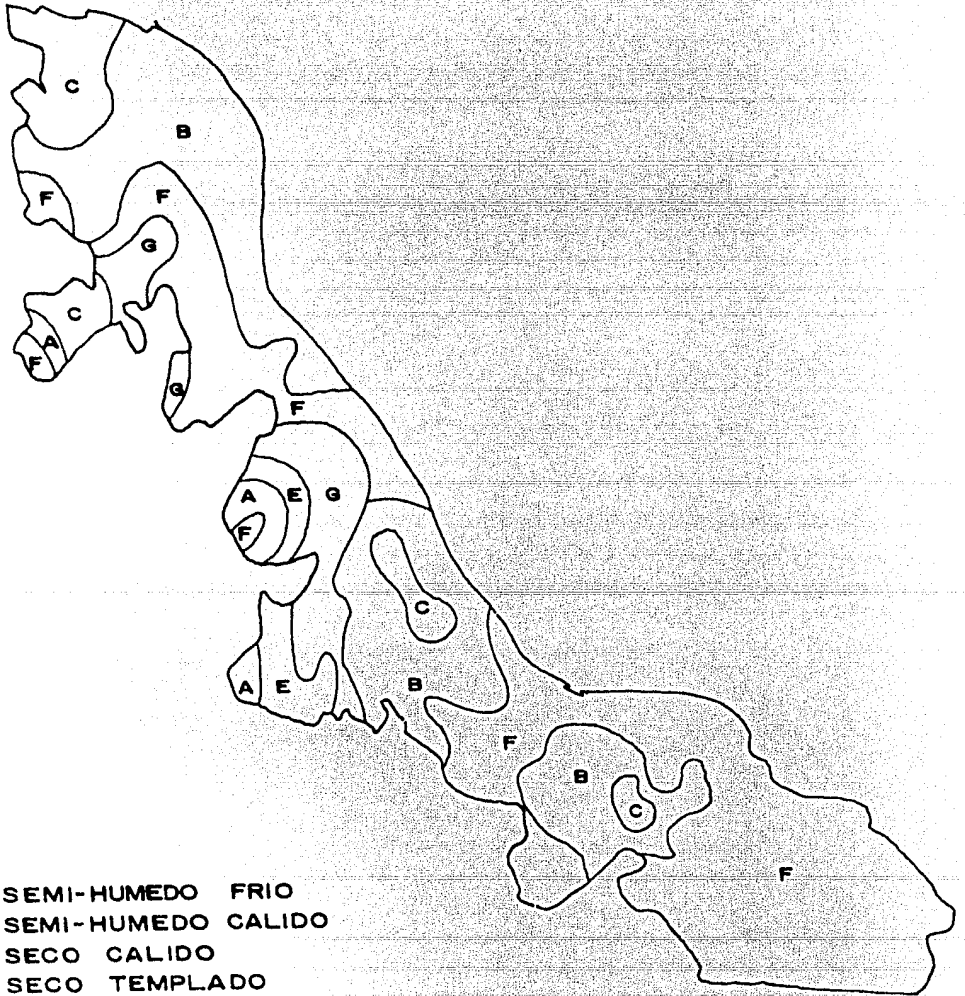
G = Húmedo - Templado; en Ilamatla, Chicontepec, Zaragoza Axocuapan Tezonapa.

En cuanto a las temperaturas se pueden enunciar como sigue: de 23 a 25 grados centígrados comprenden los municipios de Hidalgo, Jesús Carranza, Las Choapas, Minatitlán, Meloacán, Acayucan, Soconusco, Sayula, Jáltipan, Zaragoza, Chiconamel, Chalma, Tepetzintla, Castillo de Teayo, Coxquihui, Tlapacoyan, Misantla, Colima y Tantima.

De 25 a 26 grados centígrados; Alpatlahuac, Xico, Coatepec, Jamapa, Tonayan, Naolinco, Soledad Atzompa, Tequila, Xococotla, Reyes y Acultzingo.

De 25 a 28 grados centígrados; Omealca, Tezonapa, Tehuipango, Cuichapa, Fortín, Córdoba, Totutla, Cosautlán, Tepetlán, Benito Juárez y Chicontepec.

CLIMAS



- A SEMI-HUMEDO FRIO
- B SEMI-HUMEDO CALIDO
- C SECO CALIDO
- D SECO TEMPLADO
- E SEMI-HUMEDO TEMPLADO
- F HUMEDO CALIDO
- G HUMEDO TEMPLADO

2.1.3.- SUELOS.

Los suelos de la Entidad son variados, predominando en la parte septentrional los arcillosos, ricos en materia orgánica; en la Huasteca, los de estepa o pradera, en los que domina la cubierta de pastos; al centro, en las inmediaciones de Xalapa y Orizaba; los --- Chernozem, tierras negras de alto valor agrícola y los albumíferos - de bosques, y de las llanuras de Sotavento hasta el extremo sur de - la Entidad, predomina un tipo de suelos de migajones rojos, café rojisos y amarillos, también arcillosos que permite una vegetación de tipo trópico.

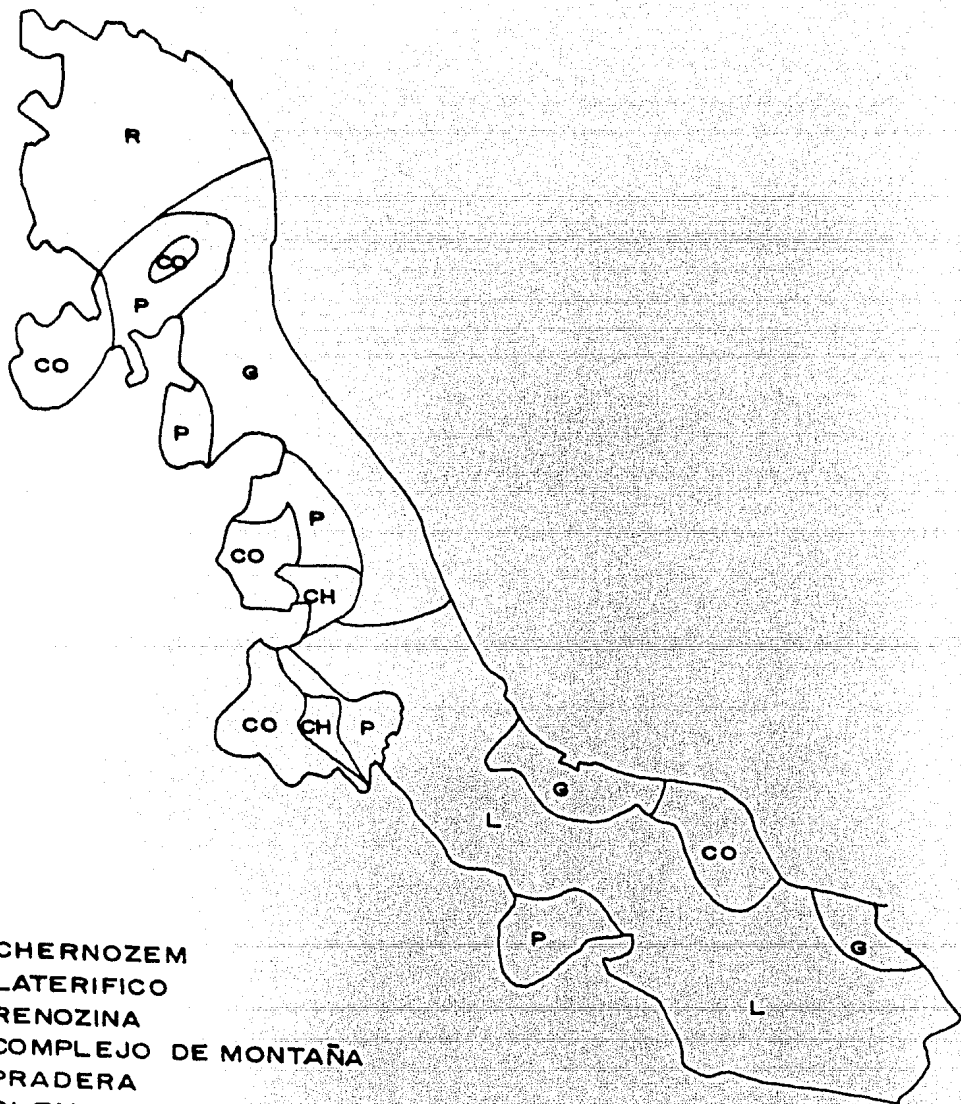
En el Sur. junto a las costas del Golfo se localizan suelos de oriente Gley, es decir, suelos pantanosos pero fértiles, si se drenan adecuadamente.

Diversos factores y fenómenos como los climatológicos, me tamórficos, erosivos, así como la vegetación imperativa, han propiciado la formación de suelos agrícolas tales como los lateríficos y amarillos en la llanura costera y en los declives de la sierras.

En áreas bien definidas de la porción central montañosa - existen suelos Chernozem de muy alta fertilidad. Los suelos aparecen en las regiones pantanosas del Sureste, en la Huasteca predominan -- los suelos rendzina y en las porciones altas de las sierras se presentan los suelos complejo de montaña. Toda esta variedad de suelos permiten la proliferación de la selva tropical en el Sureste, en los bosques tropicales en los declives de las serranías que cambian a -- bosques mixtos y de coníferas al aumentar la altura.

En las llanuras costeras la vegetación imperante es la de sabana tropical y en las áreas con suelos Chernozem se ha extendido el cultivo del café. En los suelos complejos de montaña sólo prosperan los bosques de clima frío.

SUELOS



- CH CHERNOZEM
- L LATERIFICO
- R RENOZINA
- CO COMPLEJO DE MONTAÑA
- P PRADERA
- G GLEY

2.2.- ORGANISMOS QUE INTERVIENEN EN EL MANEJO DE LA DISTRIBUCION DE LAS FRUTAS, VERDURAS Y LEGUMBRES EN EL ESTADO DE VERACRUZ.

2.2.1.- GOBIERNO.

El gobierno actualmente no interviene en la distribución de las frutas, verduras y legumbres directamente, pero si lo ha hecho con otros elementos agrícolas como son el café y las semillas - en donde intervienen los organismos; INMECAFE y CONASUPO.

La función de distribuidor el gobierno la ha dejado al libre arbitrio de los comerciantes, aunque interviene en forma indirecta dando servicios de apoyo por medio de los siguientes organismos:

BANCO DE CREDITO RURAL DEL GOLFO.

OBJETIVOS.- Apoyar económicamente a los Programas Agropecuarios en el Estado.

DEPOSITO Y AHORRO.

OBJETIVOS.- Canalizar la captación de recursos del público al Sector Agropecuario.

FIRA.

OBJETIVOS.- Apoyo con recursos económicos a los programas Agropecuarios, otorgando créditos.

ANAGSA.

OBJETIVOS.- Dar apoyo económico a los productores agrícolas y pecuario mediante el aseguramiento de cultivos básicos y ganado.

FERTIVER.

OBJETIVOS.- Proporcionar los fertilizantes necesarios para los cultivos básicos del Estado.

CONAFRUT.

OBJETIVOS. Resolver a través de la investigación los problemas que afectan el rendimiento y calidad de la producción frutícola.

CONASUPO.

OBJETIVOS.- Regular los precios en el mercado de los principales productos Básicos.

INMECAFE.

OBJETIVOS.- Defender, mejorar el cultivo, beneficio y comercio del café mexicano tanto en el País como en el Extranjero.

Bastantes veces se le ha criticado al Gobierno por no querer entender que los " Campesinos mexicanos saben producir, pero no vender ". Al ver este tipo de deficiencias, es lo que motiva en el presente trabajo para así poder colaborar a resolver este problema.

La política mexicana en cuanto a lo agropecuario es un fracaso; las transnacionales dominan el agro mexicano y no se les puede nacionalizar, por lo que no hay quien las sustituya, por falta de técnicos, investigadores y administradores.

La política actual hace hincapié en la necesidad de incrementar la producción, pero no se dice que se hará con ésta. La preocupación es como acabar con los intermediarios. Formando sociedades en las que los intermediarios sean socios y puedan garantizar precios estables; es decir, hay que convertirlos en agentes de ventas, mediante contratos con sociedades productoras, pensar en otra cosa -

es demagogia.

También se ha dicho que es un error impulsar la agricultura empresarial, ya que sólo le interesa ganar y no producir alimentos básicos que sirven para el pueblo.

Se puede decir que la autosuficiencia de alimentos, México la obtendrá cuando la agricultura campesina cuente con mayores recursos económicos y técnicos.

Desgraciadamente la agricultura campesina, la que efectivamente produce los alimentos básicos del País, está marginada, que la agricultura empresarial, que sólo cultiva granos de alto rendimiento económico para la exportación; cuenta con toda la protección económica de todos los sectores y es un error pensar que la empresa agrícola manejada de esta forma va a sacar al País de su déficit alimentario.

La estrategia está en fortalecer, ya sea con mayores fondos económicos, con mayor asistencia técnica y una política más adecuada, a la agricultura campesina. Cuando todos estos factores estén en acción podemos asegurar en un corto tiempo una autosuficiencia en alimentos.

En la siguiente hoja se muestra una serie de recortes de periódicos, en los cuales vemos que a diario se presentan demandas en contra de la intervención del Estado en los asuntos del agro mexicano.

En el presente Gobierno se ve la preocupación de este tipo de problemas y por lo cual se están empezando una serie de estudios para resolver este problema tanto alimenticio, como económico.

El Tortuguismo de BANRURAL, CONASUPO
Y SARH, Afecta a Campesinos del Sur
FINCA Y PRODUVIMEX También Causan Problemas

**Mayor esfuerzo económico para
ser autosuficientes Es un error impulsar la
agricultura empresarial**

**Menos intervención estatal en la economía
Se Ampliarán las Areas
de Cultivo**

Veracruz nacional

**Unabro millones de toneladas de maíz
tendrá que importar México en este año**

**Seremos Autosuficientes en Granos y Cereales
Aplicarán en Veracruz Medidas**

2.2.2.- PARTICULARES.

El comercio se entiende como un intercambio de bienes y servicios. Los alimentos, las ropas y casi todos los productos que el hombre consume o utiliza, recorren un ciclo que va desde el productor hasta el usuario; en este ciclo cambian de dueño varias veces dando lugar a diversas operaciones comerciales.

Para que se efectue el comercio deben verificarse tres -- condiciones básicas:

- 1.- Las dos partes deben tener la necesidad de otros bienes.
- 2.- Ambas partes deben tener exceso de bienes.
- 3.- Los productos deben ser diferentes.

EL PRIMER COMERCIO.- El primer comercio que se practicó en América, entre las tribus indígenas y los españoles recién llegados, fue el trueque de las mercancías vistosas y sin mucho valor que los españoles traían (cuentas de vidrio de color, espejos, telas coloridas, etc.) a cambio de metales finos y piedras preciosas que era casi lo único que los españoles deseaban reacudar.

Los indígenas mexicanos habían ya formado una excelente-organización mercantil, que se extendía hasta Centroamérica, pero lo practicaban llevando sus mercancías a hombros de esclavos o peones, por veredas de difícil tránsito. Por lo que, cuando los españoles dominaron al País y trataron de establecer mejores comunicaciones, buscaron también los medios de transportar mayores cantidades de mercancías y por medios más rápidos. Hemos visto como nacieron los caminos carreteros y los primeros carruajes, que resultaron ideales para el creciente tráfico mercantil.

Por lo que relato anteriormente, podemos ver que el sistema de comercio entre particulares data de siglos atrás y no es una -

cosa nueva, los problemas que tenemos ahora siempre se han tenido de acuerdo a las diversas circunstancias imperantes.

A los intermediarios será difícil sacarlos del juego del comercio ya que estos son la base de la distribución en nuestro Estado y también del País, aparte de esto no hay quien los sustituya.

Realmente por lo que se puede apreciar respecto al problema de la escasez de los diferentes tipos de productos agrícolas, se debe a la mala distribución que se tiene dentro del Estado, ya que - teniendo 84 cultivos diferentes, no tiene el Estado que estar padeciendo faltantes.

2.2.3.- OTROS.

En esta sección mencionaremos a un organismo que su preocupación primordial es el campo:

La Liga de Comunidades Agrarias y Sindicatos Campesinos - del Estado de Veracruz y es parte integrante de la Confederación Nacional Campesina; se organizará con el exclusivo objeto de salvaguardar los intereses de los trabajadores del campo.

Como programa de acción inmediata la Liga adopta en lo relativo a la cuestión agraria y obrera, los postulados de los artículos 27 y 123 Constitucionales, para garantía de los campesinos, ejidatarios y asalariados. Con tal motivo declara que la institución -- del Ejido, perfeccionada y completada por las diversas formas de acción cooperativa y demás trabajos realizados en común constituye en esta etapa de la evolución nacional una de sus bases sociales y económicas; pero a la vez declara que, como aspiración final y tendencia suprema en el futuro, adopta como programa máximo La Socialización de la tierra y demás medios de producción.

SU ESTRUCTURA.

- I.- Comités Locales Campesinos
- II.- Comités Regionales Campesinos
- III.- Por asociaciones Locales y Estatales
- IV.- Círculos
- V.- Uniones
- VI.- Sindicatos Campesinos de asalariados agrícolas.
- VII.- Por organismos de aparceros, medieros, arrendatarios, mujeres y jóvenes.

SU GOBIERNO.

- I.- El Congreso Estatal
- II.- El Consejo Estatal
- III.- El comité Central Ejecutivo

El Comité Central Ejecutivo que es la autoridad permanente, estará integrado por las Secretarías que a continuación se mencionan:

Secretario General
Secretario de Acción Agraria
Secretario de Organización
Secretario Coordinador de Asociaciones y Uniones
Secretario de Contratación y Comercialización de la producción.
Secretario de Crédito, Seguro Agrícola y Ganadero
Secretario de Fomento de Industrias Rurales
Secretario de Aprovechamiento de Recursos No Renovables
Secretario de Acción Cooperativa
Secretario de Aprovechamientos hidráulicos y distritos de Riego.
Secretario de Acción Sindical, Arrendamiento y Aparcería
Secretario de Acción Forestal
Secretario de Acción Ganadera
Secretario de Acción Educativa
Secretario de Salubridad y Servicios Sociales
Secretario de Colonización y Vivienda Rural
Secretario de Desarrollo de la Comunidad
Secretario de Prensa y Propaganda
Secretario de Acción Femenil
Secretario de Acción Juvenil
Secretario de Finanzas.

De acuerdo con el artículo 38 de los Estatutos dice:

Son atribuciones y obligaciones del Secretario de la Contratación y Comercialización de la Producción, las siguientes:

- I.- Asistir y presentar en las sesiones del Comité Central Ejecutivo Estatal todos los asuntos relacionados con su Secretaría.
- II.- Acordar con el Secretario General todos los asuntos del ramo.
- III.- Asesorar a los campesinos en lo individual o colectivamente en la formulación de los contratos de compra-venta de la producción agropecuaria y propugnar por la participación directa en los mercados Nacionales y Extranjeros de los auténticos productores.
- IV.- Llevar una estadística de los precios de los distintos artículos agrícolas, ganaderos y forestales.
- V.- Informar con oportunidad a las Asociaciones Locales Uniones Regionales y Campesinos en general del mercado de sus productos.
- VI.- Vigilar la estricta aplicación de la ley de comercialización vigente en el Estado, a fin de mantener actualizados los precios de garantía que más favorezcan a los miembros de la Liga.
- VII.- Desempeñar las demás comisiones que le encomienda el Comité Central Ejecutivo.

CAPITULO III

ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA CENTRAL DE ABASTOS DE FRUTAS, VERDURAS Y LEGUMBRES, EN LA CIUDAD DE XALAPA VER.

3.1.- MERCADOS.

Características de los productos agrícolas.

Precio actual y futuro, no se tienen precios definidos - en lo referente a frutas, verduras y legumbres ya que esto lo va determinando el mercado, esta situación propicia que se alteren los -- precios en forma desmedida. Para tratar de establecer precios se tomarán en cuenta diversos factores que a manera de conciliación se de terminarán en el Consejo de Administración de la Central de Abastos, la cual estará formado por diversos organismos.

La localización y distribución geográfica actual y futura de los diversos productos agrícolas en el Estado de Veracruz. Actual mente se cuenta con 84 cultivos diferentes en el Estado y los cuales en su mayoría se tratará de comercializar por medio de esta Central de Abastos, dando preferencia a los procedentes de los diversos lugares del Estado y cuando no sea satisfecha la demanda en el Estado se comercializará producción de otros estados de la República, como actualmente se viene haciendo con producción del Estado de Puebla, --- Tlaxcala y de Tabasco.

Las empresas consumidoras en un momento dado vienen a ser los 4 mercados locales con que cuenta la Ciudad de Xalapa y secunda-

riamente serán todos aquellos mercados que se encuentran localizados, tanto a las cercanías a Xalapa, como en el resto del Estado.

La competencia presente y futura de la actividad que se -- piensa llevar a cabo, en lo presente se piensa absorber a los peque-- ños bodegueros que existen actualmente y los cuales son encargados -- del abastecimiento de la ciudad de Xalapa. Lo que respecta con la com-- petencia en lo futuro, se tratará de abarcar todos los problemas con-- cernientes al abastecimiento de las frutas, verduras y legumbres, pa-- ra dar satisfacción se deberá de satisfacer la demanda local y hacer-- estudios para la creación de Centrales de Abastos, similares a la que se está creando en la ciudad de Xalapa, se tratará de satisfacer pri-- meramente el mercado Estatal.

Los aspectos relacionados con la exportación, también se - pensó en los diferentes medios que en un momento dado se puedan utili-- zar como son el servicio de aviación y el servicio marítimo y los cua-- los se cuentan en la Ciudad de Veracruz la cual está a 119 Km. de dis-- tancia, esto representa una distancia muy corta para el servicio de - transportación.

En el Estado de Veracruz se cuenta con una Representación-- Estatal del IMCE, además se cuenta con una comisión y una subcomisión Estatal, encargada para el fomento del comercio Exterior, esta depen-- dencia es la encargada en un momento dado para la exportación o impor-- tación de algunos productos agrícolas que requiera el Estado y no se-- pueda satisfacer la demanda por medio del Estado o por el resto del - País.

Se tratará de comercializar el excedente del Estado en el - resto del País o se tratará de buscar mercado en el exterior.

3.2.- MATERIAS PRIMAS.

Las fuentes de materias primas, se considera todo el Estado de Veracruz y la disponibilidad con la que se cuenta de acuerdo con el resumen de aproximación de producción agrícola en el Estado durante el ciclo agrícola 1977-1978, corresponde a una producción total en toneladas de 15,355,948 TN. y esta cifra va en aumento anualmente ya que se está tratando de que rinda más la tierra en cuanto al volumen de producción por hectárea.

La mayoría de la producción Veracruzana se desconoce su destino ya que la mayoría de las mercancías que se comercian en la ciudad de Xalapa son de procedencia de otros Estados de la República. Se ha investigado en el medio rural que el agricultor al ver que no existen verdaderas fuentes de abastecimiento que le pueden comprar su producción, la venden a diversos intermediarios del País que en su mayoría son de la Ciudad de México.

3.3.- ASPECTOS FISCALES.

Con lo que respecta a impuesto se verá la manera que sea exenta la empresa ya que su carácter será meramente SOCIAL y la empresa estará integrada meramente por organismos que les interesa la producción agrícola en el Estado de Veracruz; entre los organismos que intervendrán en su organización, son:

CONAFRUT y su representación en el Estado es el CEEIF, -- Centro de enseñanza, experimentación e investigación frutícola, la Liga de Comunidades Agrarias y sindicatos Campesinos del Estado de Veracruz y es parte integrante de la Confederación Nacional Campesina, la Secretaría de Comercio en el Estado de Veracruz, el municipio de la ciudad de Xalapa, la Dirección de Industria, Comercio y Esta--

dística del Gobierno del Estado, la Agrupación de Bodegueros de la ciudad de Xalapa y estarán integrados otros organismos que se consideren necesarios.

3.4.- CONDICIONES CLIMATICAS.

La altura sobre el nivel del mar es de 1,399 M., la altura influye bastante para poder tomar una determinación adecuada de la implantación de bodegas en la ciudad de Xalapa, ya que la altura es determinante en los diferentes tipos de climas.

Condiciones de temperatura y humedad, la temperatura media anual es de 18.8°, la temperatura es propicia para el almacenaje de diversos productos agrícolas. La humedad en la ciudad de Xalapa es abundante en algunos meses del año, aunque la misma altitud da forma al clima de la ciudad y con esto es el clima de tipo SEMI-HUMEDO TEMPLADO, en algunas ocasiones hay frío constante, lo cual ayuda en un momento dado a la conservación de la mercancía almacenada, la misma ciudad se ve favorecida por pequeñas rachas de aire, lo cual mantiene ventilada los diversos productos agrícolas almacenados.

La ciudad de Xalapa no se encuentra expuesta a temblores, huracanes o algunas condiciones similares, ya que por su situación que se encuentra está protegida por la naturaleza por medio de pequeñas cordilleras que la rodean.

3.5. AGUA.

La población, según el Censo General de Población de 1970 ascendió a 122,377 habitantes, se estima que en 1979 200,000 habitantes y que para el año 2,000 el estado contará con 10,960,000 habitantes. Estos datos reflejan el serio problema demográfico que se presentará, si no se toman las medidas necesarias para el abastecimien-

to de agua potable y demás servicios.

La población servida con agua entubada, incluyendo tomas domiciliarias e hidrantes, fue de 1,919,476 habitantes que representan el 50% de la población total estatal; suponiendo que esta situación se mantuviera sin aumentar el porcentaje de población servida, se tendría que hacer a futuro, obras de agua potable para 3,594,000 habitantes, es decir, aproximadamente el doble de la población servida en 1970, requiriéndose erogaciones para el año 2,000 del orden de los \$ 1,800 millones.

La población urbana (Censo 1970) asciende a 1,797,875 habitantes distribuidos en 164 localidades que representan el 62.6% de la población servida en el Estado. Le corresponde a la S.A.R.H. - el 64.8 %, a la comisión Ejecutiva del río de Papaloapan el 29.9 % y el 5.3 % a la Comisión de Estudios del Río Pánuco.

En la Entidad, como en casi toda la República, los problemas de agua potable y alcantarillado son de origen económico; como resultado de la aplicación de tarifas inadecuadas y la insuficiencia de instalación de medidores de este servicio público.

El crecimiento de las áreas urbanas hace necesarias, ampliaciones de las obras de manera frecuente, ya sea de la fuente de abastecimiento o de las redes de distribución. Por lo que es indispensable, la estructuración de tarifas adecuadas que permitan autosuficiencia económica en cada sistema, ya que no es posible que el Gobierno Federal subsidie a todos y cada uno de los sistemas del País.

Tales sistemas deben estructurarse protegiendo a las clases económicamente débiles, que evidentemente son las que perciben los más bajos ingresos.

Actualmente la Ciudad de Xalapa se abastece de algunas fuentes del Cofre de Perote y de Varios nacimientos que existen en-

Los alrededores de la Ciudad. Xalapa es una ciudad que sufre escasez por los meses de Mayo y Junio, esto es mínimo en comparación de ---- otros lugares.

El uso de agua en la Central de Abasto será de vital importancia, aunque no necesaria, pero para poder contrarrestar en los momentos de escasez se requerirá de una cisterna.

3.6.- ENERGIA ELECTRICA.

Desde 1973, operan 6 plantas hidroeléctricas, dos plantas de vapor y una turbo gas, con capacidad total de 254.3 MW., que generan actualmente 1,582 MWH.

Para ese mismo año, la Entidad contaba con 1,286 poblaciones electrificadas, beneficiando a 2,393,124 habitantes.

Dentro del programa de obras e inversiones que el sector eléctrico inició en el año de 1974 destaca la planta núcleo eléctrico de Laguna Verde, cercana a la población de Cempoala y sobre la -- Costa del Golfo de México, con una capacidad de 1,200,000 KW. con -- una inversión de \$ 560 Millones en su etapa inicial, siendo el costo total aproximadamente de \$ 5,000 Millones, la cual de acuerdo con -- los programas actuales deberá estar en operación a principios de --- 1980.

Uno de los beneficios que esta planta reportará será la -- de incorporar la tecnología nuclear dentro del desarrollo científico y tecnológico del Estado y del País.

La confiabilidad de fuentes de corriente eléctrica, es -- buena ya que raramente se tienen interrupciones, pero sin embargo se toma la medida de una pequeña fuente de energía eléctrica, ya que se tiene programado tener mercancía en cámaras de refrigeración.

3.7.- MEDIOS DE TRANSPORTE.

Esta sección es importante ya que no debe de faltar como uno de los principales factores para la localización de una empresa, pero anteriormente en el inciso 1.4 ya se mencionó lo relativo a Comunicaciones y Transportes en el Estado de Veracruz. Xalapa por ser la Capital cuenta con varios, medios de transportes como son el Ferrocarril y camiones foráneos y locales los servicios de transportación marítima y aérea se localizan en la Ciudad y Puerto de Veracruz y el cual se encuentra a una distancia de 119 KM. de la Ciudad de Xalapa.

3.8.- MANO DE OBRA.

La disponibilidad de la mano de obra en la Ciudad de Xalapa se puede considerar buena. Existen centros de estudio relacionado con los problemas de producción agrícola, como son: El Centro de Enseñanza, Experimentación e investigación Frutícola de Xalapa (CEEIF) es la sede de la Delegación Regional del Golfo de la Comisión Nacional de Fruticultura.

El CEEIF está integrado por tres secciones: Administrativa, Técnica y de Laboratorios. Este tipo centro de enseñanza, nos ayudará a obtener personal capacitado para el manejo de las frutas.

La Representación en el Estado de Veracruz de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, lleva a cabo cursos de Técnico Agrícola, esta clase de personal capacitado es necesario para el desarrollo de las funciones de una Central de Abastos.

Se tratará de aprovechar la mano de obra de la Ciudad de Xalapa, ya que este tipo de empresa que se está formando es con el fin de incrementar la fuente de trabajo para varios Xalapeños, ya --

Los alrededores de la Ciudad. Xalapa es una ciudad que sufre escasez por los meses de Mayo y Junio, esto es mínimo en comparación de --- otros lugares.

El uso de agua en la Central de Abasto será de vital importancia, aunque no necesaria, pero para poder contrarestar en los momentos de escasez se requerirá de una cisterna.

3.6.- ENERGIA ELECTRICA.

Desde 1973, operan 6 plantas hidroeléctricas, dos plantas de vapor y una turbo gas, con capacidad total de 254.3 MW., que generan actualmente 1,582 MWH.

Para ese mismo año, la Entidad contaba con 1,286 poblaciones electrificadas, beneficiando a 2,393,124 habitantes.

Dentro del programa de obras e inversiones que el sector eléctrico inició en el año de 1974 destaca la planta núcleo eléctrico de Laguna Verde, cercana a la población de Cempoala y sobre la -- Costa del Golfo de México, con una capacidad de 1,200,000 KW. con -- una inversión de \$ 560 Millones en su etapa inicial, siendo el costo total aproximadamente de \$ 5,000 Millones, la cual de acuerdo con -- los programas actuales deberá estar en operación a principios de --- 1980.

Uno de los beneficios que esta planta reportará será la -- de incorporar la tecnología nuclear dentro del desarrollo científico y tecnológico del Estado y del País.

La confiabilidad de fuentes de corriente eléctrica, es -- buena ya que raramente se tienen interrupciones, pero sin embargo se toma la medida de una pequeña fuente de energía eléctrica, ya que se tiene programado tener mercancía en cámaras de refrigeración.

que en esta Capital son pocas las fuentes de trabajo en donde se requiere bastante personal.

Las relaciones sindicales en la Ciudad de Xalapa son mínima, ya que no existen sindicatos relacionados con bodegueros, aunque se tiene pensado en fomentar una agrupación de Bodegueros de frutas, verduras y legumbres.

Las relaciones con agrupaciones de Locatarios, se tratará de ser cordiales ya que ellos serán los primeros consumidores de la Central de Abastos.

A las agrupaciones de transportista se les manejará de -- tal manera que siempre las relaciones de trabajo sean cordiales para contar con sus servicios cuando estos sean requeridos.

3.9.- DESARROLLO DEL LUGAR.

Características del terreno, el terreno se encuentra ubicado en la parte norte de la ciudad en terreno plano, para que el tipo de construcción de la Central de Abastos no tenga problemas en la construcción, en la funcionalidad y para poder en un momento dado hacer una ampliación de las bodegas. El costo de los terrenos, se tratará de conseguir por medio de una donación ya que el fin de este -- tipo de organismo es de una mejor comercialización de la producción agrícola.

Se tiene acceso a los FF.CC., ya que se encuentran ubicados a unos 2 Km. de distancia, la ubicación del lugar se pensó en estos factores ya que si en un momento dado se requieren estos servicios de transportación, se localizarán lo más cerca posible para evitar más gastos de transportación.

El acceso a la carretera fue uno de los principales factores para su ubicación, ya que la mayoría de la mercancía se recibe -

por este tipo de comunicación, la Central de Abastos se encuentra localizada precisamente a unos cuantos metros de la carretera, en la Av. Circunvalación, por medio de esta carretera se tiene acceso a la carretera a la Ciudad de México con 302 Km. de distancia y también se tiene acceso a la carretera a Veracruz con 119 Km. de distancia.- Este tipo de ubicación se considera adecuada ya que se tiene una buena ubicación de carreteras para su uso constante en la transportación.

El acceso a las fuentes de agua, energía eléctrica y espacio para posible expansión existen, se cuenta con la mayoría de estos servicios y para la expansión se piensa comprometer un terreno que se ocupará por el momento en un estacionamiento.

3.10.- FACTORES DE LA COMUNIDAD.

En lo referente a lo urbano, el sistema vial de la Ciudad de Xalapa que a pesar de ser una pequeña población, ya presenta problemas en su fluidez vial en el Centro de la Ciudad.

A pesar de todos estos problemas, la Central de Abastos se localiza a las orillas de la Ciudad a una distancia de 15 minutos lo cual se considera un buen recorrido.

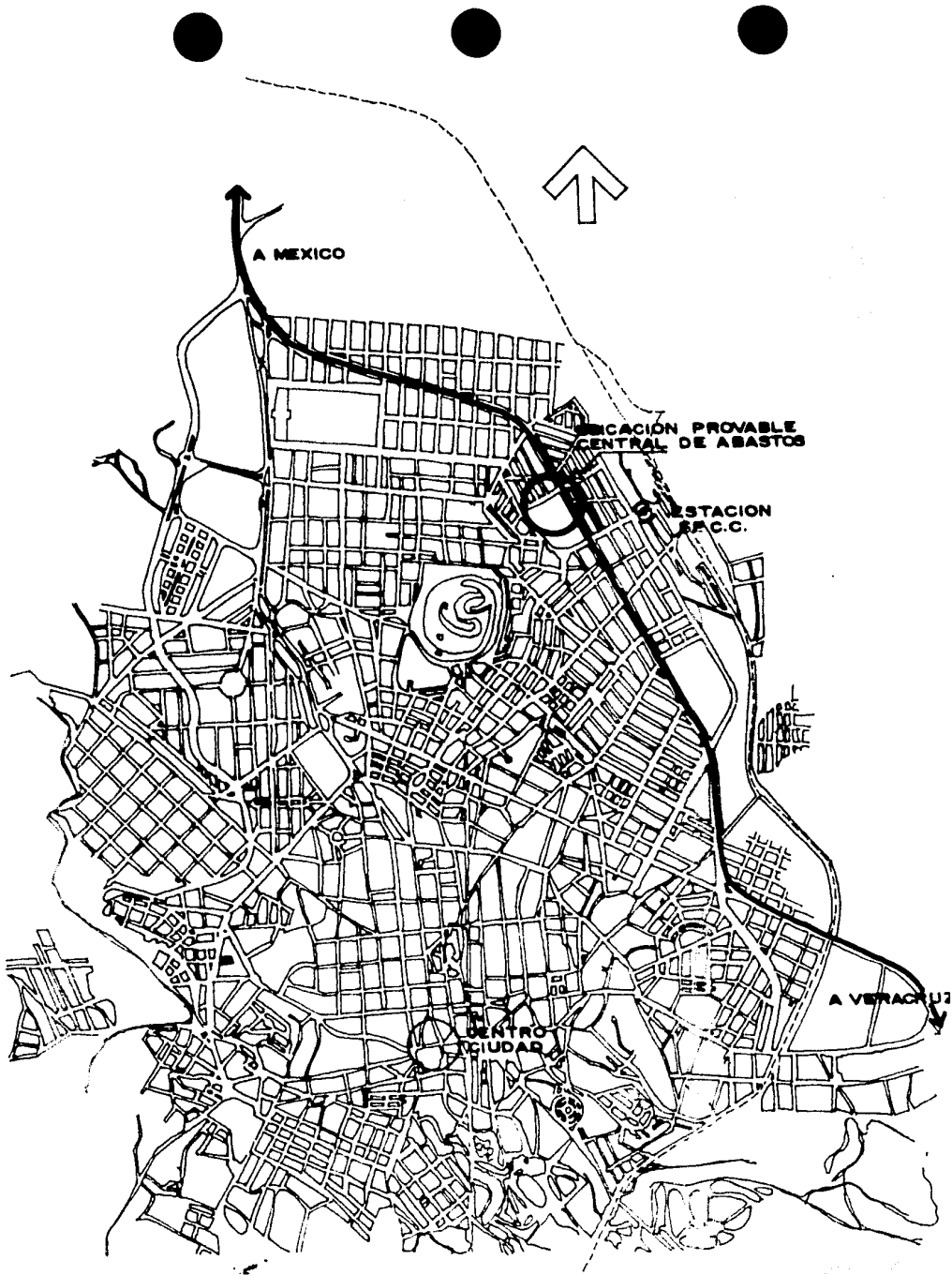
La disponibilidad y costos de las casas en la Ciudad de Xalapa, es un poco difícil conseguir casa, pero esto no representa un problema por el momento, ya que se piensa utilizar la mano de obra local, aunque se están llevando a cabo programas de viviendas en la Ciudad de Xalapa.

En cuanto a algunos aspectos culturales y religiosos, se cuenta con 50 Iglesias de diferentes tipos, se cuenta con más de 20 Bibliotecas, 1 Teatro y 5 Cines. Todos estos centros forman parte de los centros culturales en donde se entretienen los trabajadores Xalapeños en sus horas de descanso.

Con lo referente a las Escuelas, por ser la Capital del - Estado se cuentan con los mejores Centros educativos, a la Ciudad de Xalapa se le conoce como La Atenas Veracruzana, por el grado de cultura, actualmente se cuenta con centros educativos desde Primarios - hasta Universitarios, en la Ciudad de Xalapa se cuentan varias facultades en diversas ramas, lo cual hace tener una Ciudad joven y con - bastante gente capacitada, aunque no existen buenas fuentes de trabajo.

3.11.- COMUNICACIONES.

Esta sección no es que se quiera omitir, ya que es importante como un factor de la localización de una empresa, pero ya se - hizo mención en la sección 1.4. En comunicaciones y Transportes.



PLANO DE LA CIUDAD DE XALAPA

CAPITULO IV

ORGANIZACION DE LA CENTRAL DE ABASTO DE FRUTAS, FRUTAS Y LEGUMBRES.

4.1.- GENERALIDADES Y ORGANIZACION.

4.1.1.- OBJETIVOS.

- La Central de Abastos de frutas, verduras y legumbres es una institución e instrumento de Participación Estatal para servir al pueblo. Este organismo que fomenta el desarrollo del País - en el campo de las subsistencias del pueblo, mediante el Abasto, - regulación y venta de las frutas, verduras y legumbres.

- La Central de Abastos es, en esencia, un instrumento de justicia social, una institución de lucha, un mecanismo de redistribución de la riqueza, un factor de desarrollo y un elemento vigoroso de apoyo y de alianza con las clases populares; de alianza con los campesinos; de alianza con los obreros; en suma, de --- alianza indisoluble con las mayorías de nuestro pueblo.

- Concretamente, las funciones de la Central de Abastos tiene un sentido eminentemente SOCIAL y por ello, el sujeto de su acción, es el mexicano que trabaja y que contribuye con su esfuerzo, a mantener el ritmo de progreso del País.

- La Central de Abastos, es el enlace entre los productores agrícolas de Frutas, verduras y legumbres y los consumidores en general (Mayoristas o Locatarios).

4.1.2.- POLITICAS.

- La función principal de la Gerencia de la Central de Abastos de frutas, verduras y legumbres es, la de asesorar a todos aquellos comerciantes que se encuentran relacionados con el comercio de las frutas, verduras y legumbres, como son: los mismos bodegueros de la Central de Abastos, los locatarios en general, a los productores agrícolas y a Uniones, Asociaciones Locales y al campesino en general del mercado de sus productos.

- Asistir y presentar al Consejo de Administración todos los asuntos relacionados con su Gerencia.

- Orientar a los campesinos en lo individual y colectivamente en la formulación de los contratos de compra-venta de su producción agrícola a los Bodegueros de la Central de Abastos.

- Realizará la Gerencia operaciones de compra-venta cuando así lo requiera la Central de Abastos y estos productos se podrán ofrecer a los Bodegueros que lo soliciten.

- Manejar estadística de precios de las frutas, verduras y legumbres tanto del Estado, como del resto de la República.

- Otorgar crédito a los Bodegueros que lo soliciten en base a una investigación.

- Proporcionar información a todos interesados como son: las Asociaciones Locales, Uniones Regionales y campesinos en general del mercado de sus productos en cuanto a precios en el mercado.

- Los precios que se manejen en la Central de Abastos, deberán de estar autorizados por la Gerencia.

- Para la fijación de precio se deberá convocar a junta - al consejo de Administración, que estará integrado por representantes de: CONFRUT, CNC, Secretaría de Comercio como representación en el Estado, Dirección de Industria, Comercio y Estadística del Gobierno del Estado, el Municipio de Xalapa, Agrupación de Bodegueros de la Ciudad de Xalapa y estarán integrados otros organismos si se considera necesario. Se fijarán los precios en base a Conciliaciones de común acuerdo.

- Se dará preferencia en su comercialización, a todos --- aquellos productos agrícolas del Estado de Veracruz.

**GERENTE
GENERAL**

**GERENTE DE
MERCADOTECNIA**

**GERENTE DE
ABASTECIMIENTO**

**GERENTE DE
PERSONAL**

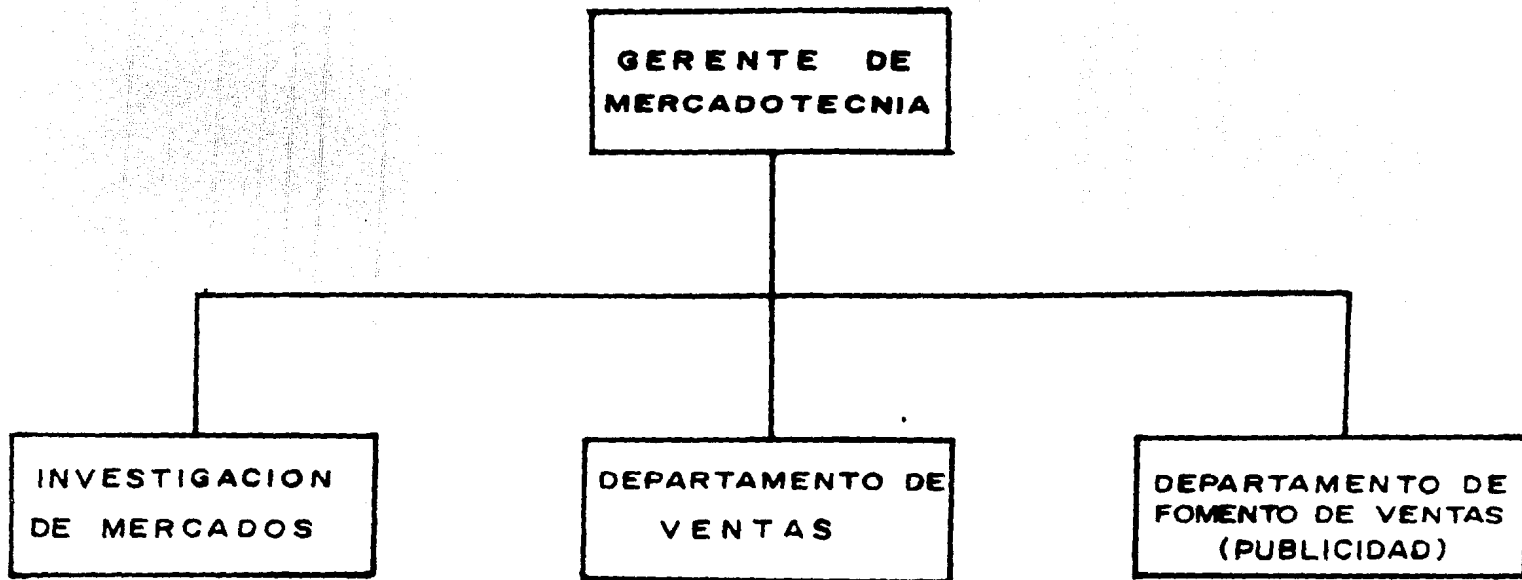
**GERENTE DE
FINANZAS**

**GERENTE DE
MERCADOTECNIA**

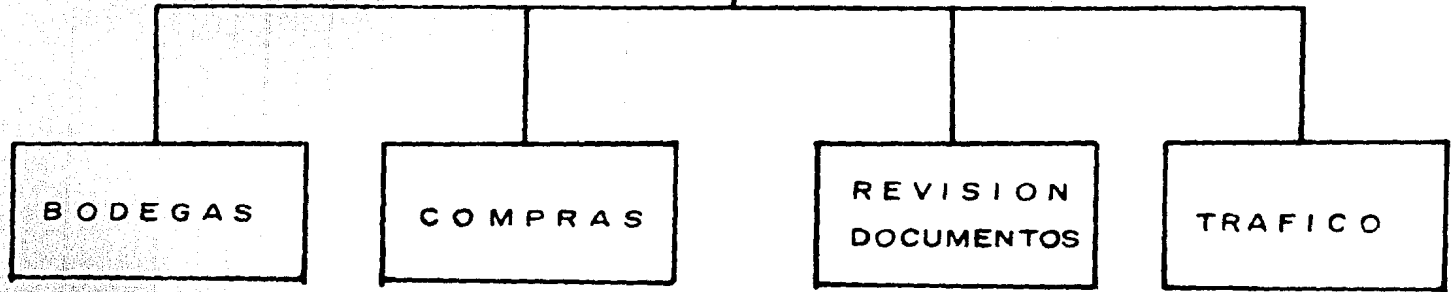
**INVESTIGACION
DE MERCADOS**

**DEPARTAMENTO DE
VENTAS**

**DEPARTAMENTO DE
FOMENTO DE VENTAS
(PUBLICIDAD)**



GERENTE DE
ABASTECIMIENTO

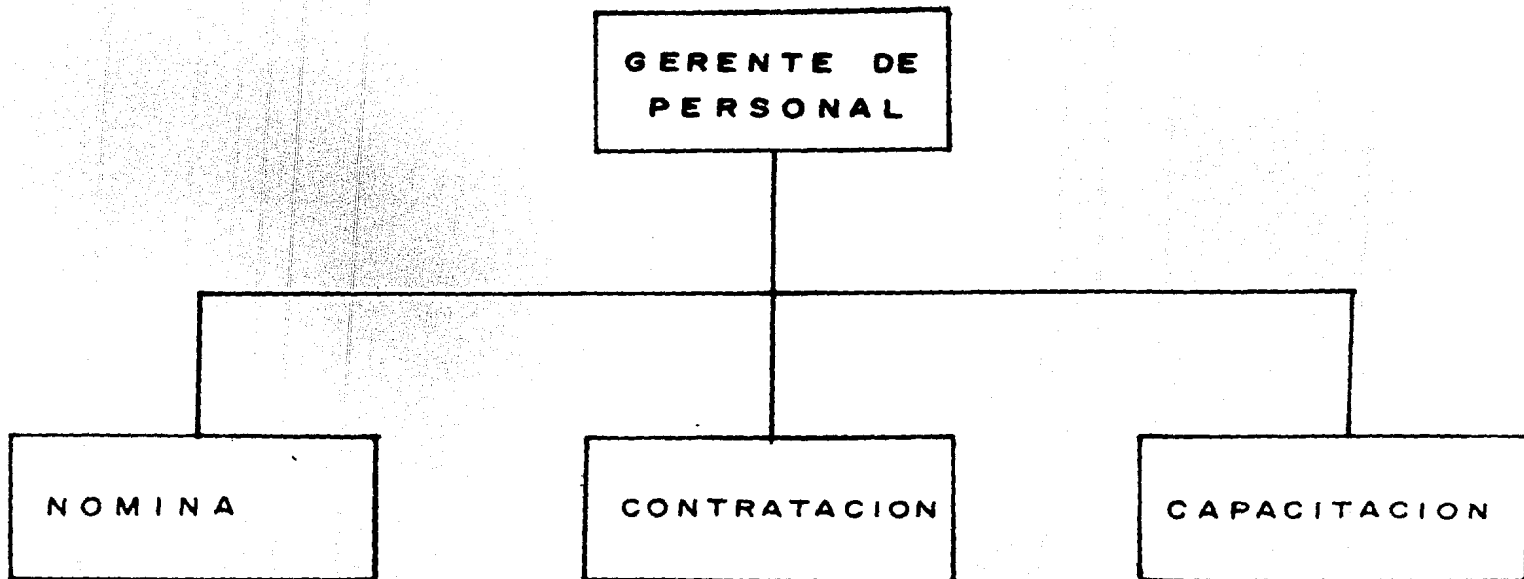


GERENTE DE
PERSONAL

NOMINA

CONTRATACION

CAPACITACION

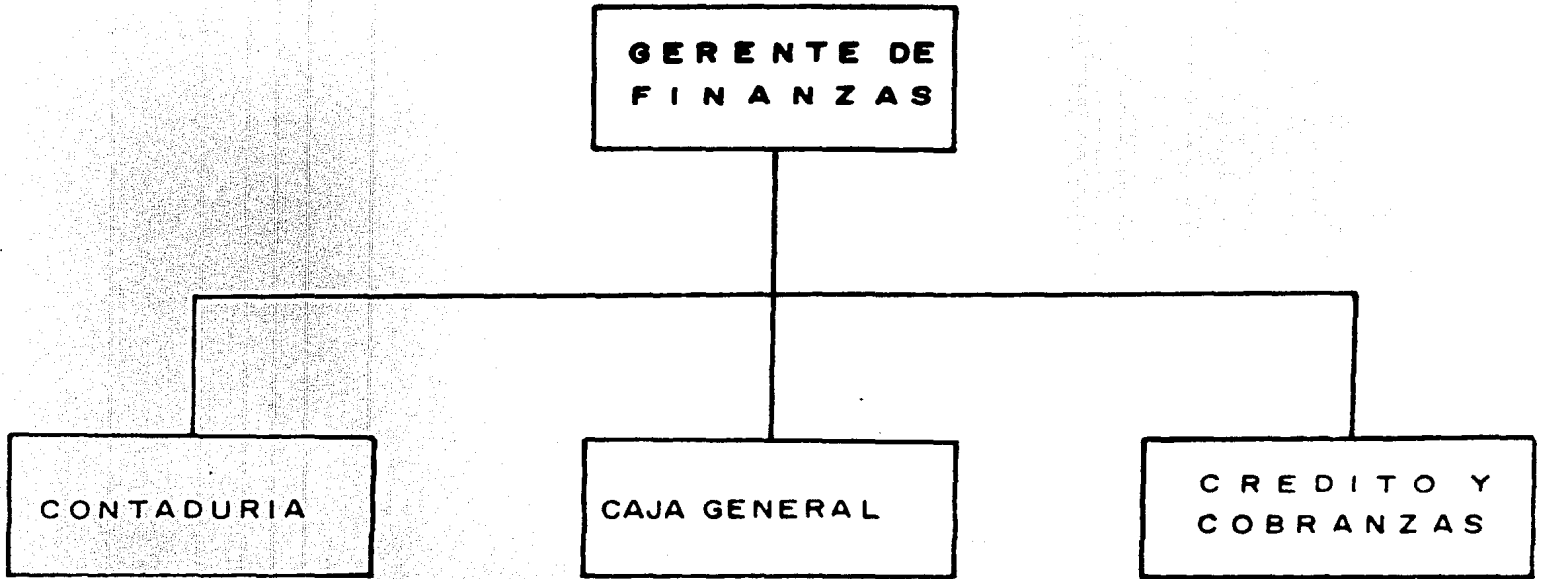


GERENTE DE
FINANZAS

CONTADURIA

CAJA GENERAL

CREDITO Y
COBRANZAS



4.1.4.- ADMINISTRACION Y ORGANIZACION.

Durante las últimas décadas el progreso de la investigación científica ha hecho una cantidad de aportaciones sin precedentes a la sociedad, aportaciones que trátense de nuevos materiales, -- substancias o productos, han contribuido en forma definitiva a la -- creación de nuevas empresas, para la explotación, transformación y - distribución de satisfactores (productos o servicios).

Lo anterior, aunado con el vertiginoso crecimiento de la población mundial ha dado como consecuencia el surgimiento, también de muy diferentes giros de actividad de las empresas y de una divi-- sión del trabajo cada vez más compleja.

En la complejidad que se presentan cada día las organiza-- ciones, se busca la manera que estas no queden fuera de control, el hombre ha desarrollado ciertas técnicas, sistemas, métodos y procedi-- mientos para administrar adecuada y ventajosamente todos los elemen-- tos que integran aquellas.

Administración, en términos generales, es el conjunto de técnicas y conocimientos que, aplicados sobre todo organismo social, sea cual fuere su objetivo, permiten el máximo aprovechamiento y ren-- dimiento de sus elementos constitutivos (humanos, materiales y econó-- micos).

Tomando en cuenta la definición antes mencionada, en nues-- tro caso de la Central de Abastos de Frutas, Verduras y Legumbres, - se vigilará que los objetivos, políticas, sistemas y procedimientos- se cumplan para así poder cumplir con el fin que fue creada la Cen-- tral de Abastos, esto no será suficiente para el manejo adecuado de- la empresa, sino que también se buscarán nuevos métodos y sistemas,- para que así se puedan aprovechar al máximo con los recursos con que se cuentan como son: humanos, materiales y económicos.

La función de la Administración, no es responsabilidad privativa del Consejo de Administración, sino que se debe dar en todos los niveles jerárquicos y áreas de especialidad, sin embargo la técnica y el criterio de aplicación de ésta, debe ser uniforme y general para todos aquéllos.

La administración en la empresa involucra una serie de actividades que deben desarrollarse adecuadamente y oportunamente, con el propósito de asegurar la consecución y logro de las finalidades de la misma.

Se debe Preveer lo que se va a hacer, los obstáculos que se pueden presentar y los diferentes cursos de acción para llegar a la meta deseada.

Se debe de Planear la forma de trabajar; el momento y la secuencia de actividades por desempeñar es de vital importancia, pues que no se pueden esperar resultados satisfactorios de algo que se ha hecho sin un modelo o plan definido para hacerlo.

Organizar el trabajo es una función de los directivos de toda negociación que puede hacerse mediante el desmenuzar o desintegrar en todas sus partes la actividad o giro de la empresa, agrupando las tareas o labores homogéneas y asignándolas para su desempeño a unidades de organización o áreas de trabajo o bien pudieran llamarse secciones, departamentos, oficinas o direcciones. Lo anterior garantiza el cumplimiento de las etapas de los planes por parte de los ejecutivos específicamente designados a cumplirlas, evitando así fugas de responsabilidades y/o duplicidad de funciones; estos son unos problemas que perjudican sensiblemente a las compañías.

Es recomendable que existan Manuales de Organización que plasmen por escrito cual es la infraestructura de la Central de Abastos. Dicho Manual podría contener en base en los Objetivos y Políticas de la empresa lo siguiente:

- Objetivos Generales, Departamentales; ya fijados.
- Políticas Generales, Departamentales; ya fijadas.
- Organigramas; ya fijados.
- Funciones de las diferentes áreas o unidades de organización.
- Sistemas y procedimientos de trabajo.
- Planes y programas de trabajo.
- Diagramas de flujo y secuencia de labores.
- Formas de papelería.

En el desarrollo del presente trabajo se va ejemplificando los diferentes componentes del Manual de Organización.

Integración es el elemento humano que requiere la Central de Abastos y ya se ha hecho mención que existen fuentes confiables para reclutar personal.

Para los efectos del presente trabajo, considero como funciones básicas:

- MERCADOTECNIA
- ABASTECIMIENTO
- PERSONAL
- FINANZAS

4.2.- MERCADOTECNIA.

4.2.1.- OBJETIVOS.

- La Gerencia de Mercadotecnia tendrá como su principal objetivo buscar campos en los cuales se puedan vender nuestras frutas, verduras y legumbres.

- Buscar constantemente el incremento de las ventas de la Central de Abastos.

- Se buscará una fijación de precios adecuada.

- Se hará planes de las nuevas mercancías que se piensan introducir en el mercado.

- Se buscarán nuevos canales de distribución.

- Se buscará penetración en nuevas zonas de ventas.

- Tener bien informada a la Central de Abastos de todos los proyectos que se lleven a cabo.

- Este Departamento es uno de los más importantes, ya que a él se le encomienda el objetivo fundamental de toda empresa que es el de mantener un mercado constante y a la vez de asesorar tanto a los Bodegueros, como a instituciones o público que en general solicite sus servicios.

4.2.2.- POLITICAS.

Puesto que las políticas afectan todo tipo de actividades realizadas por la empresa es conveniente dividir las áreas más comunes de formulación de políticas de mercadotecnia para su fácil comprensión.

Políticas en cuánto a Ventas.

Políticas en cuánto a Canales de Distribución.

Políticas en cuánto a Precios.

Políticas en cuánto a Fomento de Ventas; Publicidad.

1.- Políticas en cuánto a Ventas;

- a) Se efectuarán investigaciones tendientes a conocer cuáles son los consumidores de nuestros productos y sus condiciones de ventas.

b) Los descuentos que se otorgarán serán:

Para los clientes con un monto de ventas A, equis - porcentaje.

Para los clientes con un monto de ventas B, equis - porcentaje.

c) Las ventas de contado comercial se efectuarán realizando los cobros a 30, 60 y 90 días, sin intereses. Las ventas a crédito se efectuarán otorgando un plazo mayor de 90 días, con un límite máximo hasta de 12 meses; se cargará un interés de acuerdo al plazo otorgado y al volumen de venta.

2.- Políticas en cuanto a Canales de Distribución;

a) Los canales de distribución que se usarán serán A, B y C. Estos canales se definirán según las necesidades.

b) Para escoger un nuevo producto agrícola dentro de nuestros canales de distribución se tomará en cuenta los siguientes factores:

Experiencia en el mercado: que el producto sea bien aceptado en el Estado.

Resurtido: buscar la manera que la mercancía siempre se tenga a disposición de los clientes.

3.- Políticas en cuanto a precios. Para fijar el precio de los diferentes productos agrícolas que se tengan en existencia, se tomarán en cuenta los siguientes factores:

a) Que sea accesible a los consumidores.

b) Que sea competitivo.

c) Que proporcione al intermediario un margen razonable.

ble de utilidad.

d) Que proporcione a la empresa un margen razonable de utilidad.

4.- Políticas en cuanto a fomento de ventas:

a) En cuanto a Publicidad:

En toda campaña publicitaria en que se utilice varios medios se deberá seguir para todos ellos la misma plataforma de redacción.

El monto de gastos publicitarios nunca serán mayores de "equis" porcentaje de las utilidades.

La publicidad estará dirigida a la localidad en que se encuentra la Central de Abastos y cuando se considere necesarios se hará en el Estado, República o el Extranjero.

4.2.3.- VENTAS.

El papel de la dirección de ventas. Aplicar los principios de productividad a las ventas significa algo más que conseguir el volumen inmediato de éstas más grande posibles, gracias a los esfuerzos corrientes de ventas. Su objetivo es la continuidad de las ventas después del presente día. Al igual que el agricultor que hace sus planes de plantar y cosechar de manera que no vaya a encontrarse sin frutos años más adelante, la empresa buscará también cosechas continuas mediante el cultivo de los posibles clientes. Cada acto de ventas, y hasta cada contacto con un posible comprador que no llegan a terminar en una venta, se considera, pues, que es una oportunidad, una manera de abrir la puerta a ventas futuras. Del mismo modo que la explotación de una instalación fabril no puede dejarse al azar, igual ocurre con las ventas que son la base de toda fabricación y --

que no pueden emprenderse sin un plan.

El Arte moderno de Vender establece metas y calendarios de ventas. Estas metas de las ventas sirven de guía para toda la operación que procede a la entrega al cliente de los productos vendidos. El calendario de ventas determina el momento en que habrán de verterse dinero, materiales, personal y poner en marcha la conducción del abastecimiento de la Central de Abastos, de manera que el producto llegue al consumidor en la cantidad apetecida, en la forma deseada y en el momento adecuado.

La labor de la dirección de ventas no se debe limitar a la función responsable de hacer planes de acuerdo con las presunciones acerca de la disposición del mercado para comprar una determinada -- cantidad del producto. También exige la realización de las ventas -- por medio de la orientación del personal dedicado a ellas.

Preparación de las ventas.- Es común a todas las ventas en masa el principio de que cuanto más se ven expuestos los posibles -- compradores al esfuerzo de ventas, tanto mayores habrán de ser éstas. Toda dirección de ventas procura aplicar sus esfuerzos a alcanzar un número cada vez mayor de posibles clientes. Hay que hacer un estudio a fondo de la calidad de las listas de posibles clientes que se emplean para establecer contactos.

El número real de las ventas y su verdadero volumen, el número de ventas futuras potenciales resultante de los primeros contactos y el número de rechazos definitivos o de negativas para comprar, -- han de compararse unos con otros. Estas cifras, reunidas por la experiencia en las primeras pruebas de ventas, lo mismo que en las ventas continuas, ayudarán a evaluar la calidad del personal de ventas -- y brindarán una base para una apreciación realista de las futuras -- ventas en potencia.

En base a la preparación adecuada de las ventas está la --

buena adquisición de las frutas, verduras y legumbres y así poder -- evitar al máximo el desperdicio.

Capacitación del personal destinado a ventas.- Para ayudar al vendedor a que concentre todas sus energías en las ventas verdaderas y para evitar pérdidas y derroches de tiempo, así como gastos y - decepciones derivados de intentos pocos preparados y pocos hábiles,- la dirección debe proporcionar al vendedor la ayuda siguiente:

- 1.- La preparación en procedimientos y técnicas de ventas ya probados. Como escoger nuevos y posibles -- clientes, cómo enterarse de sus necesidades (a -- ser posible, antes de la visita de ventas, cómo -- iniciar la entrevista, como presentar la oferta de venta, cómo contestar las objeciones y preguntas - típicas del cliente y cómo renovar las visitas de- ventas, cómo cerrar éstas, etc.
- 2.- Conocimiento del producto.- La utilidad que el producto habrán de tener para el cliente, su rendi -- miento, ventaja en comparación con otros artículos precios y condiciones de pago, un relato del valor para hacer frente a la competencia en precios, ca- racterísticas de servicio, etc.
- 3.- Formas dispuestas de manera eficiente para el re-- gistro de ventas y demás papeleo, para conocer la- correspondencia con la dirección de ventas y para- respuestas a cuantas preguntas se formulen.
- 4.- Ayuda, de manera que el vendedor pueda dedicarse - exclusivamente a vender.

Supervisión de ventas. Al supervisar los adelantos logra-- dos en las ventas y la marcha de las mismas, el encargado de éstas -

deberá comprobar el servicio rendido por su personal a los clientes y establecer, asimismo, listas de comprobación adecuadas a sus tipos peculiares de servicio o de mercancía que le permita seguir el rastro del rendimiento de su personal. He aquí un ejemplo de una lista de comprobación:

- 1.- ¿Las llamadas y preguntas por parte de los clientes, actuales o posibles, se contestan pronto y en forma cortés?
- 2.- ¿Los empleados que contestan indagaciones de los clientes, proporcionan la información deseada --- acerca de precios, calidad, fechas de entrega, -- crédito, etc.?
- 3.- ¿El personal de ventas hace seguir las indagaciones del cliente con el correspondiente esfuerzo - para venderles?
- 4.- ¿En qué forma se comportan con el cliente el personal tales como conductores de camiones y mozos de reparto? ¿son corteses y se muestran dispuestos a servir?
- 5.- ¿En que forma trata el personal las quejas de los clientes?
- 6.- ¿Sacan los clientes la impresión de que la empresa está ansiosa por continuar vendiéndoles y sirviéndoles?
- 7.- ¿Qué hace el personal en cuanto a la pérdida de clientes antiguos, en cuanto a informar acerca de los motivos que el cliente haya tenido para no -- servirse de la Central de Abastos?.

Canales de distribución.- La gran mayoría de empresa actuales no venden artículos directamente a los usuarios finales, sino -- que, entre el productor y el consumidor último, existen una serie de intermediarios que son los encargados de hacer llegar los productos-- a los consumidores.

Es por esto que es de suma importancia para toda la organización desarrollar una serie de actividades que permitan determinar-- los conductos adecuados desde el productor hasta el último con el objeto de que todos los que quieran comprar el producto, lo encuentren disponible y puedan adquirirlo con facilidad, no importando donde se hallen.

Para la selección del canal adecuado de distribución de -- las frutas, verduras y legumbres de la Central de Abastos, es necesario conocer con cierta minuciosidad como son esos canales y que funciones desempeñan, especialmente en relación con los objetivos que -- persigue la Central de Abastos, que es la de evitar los intermedia-- rios que se puedan, para no encarecer la mercancía.

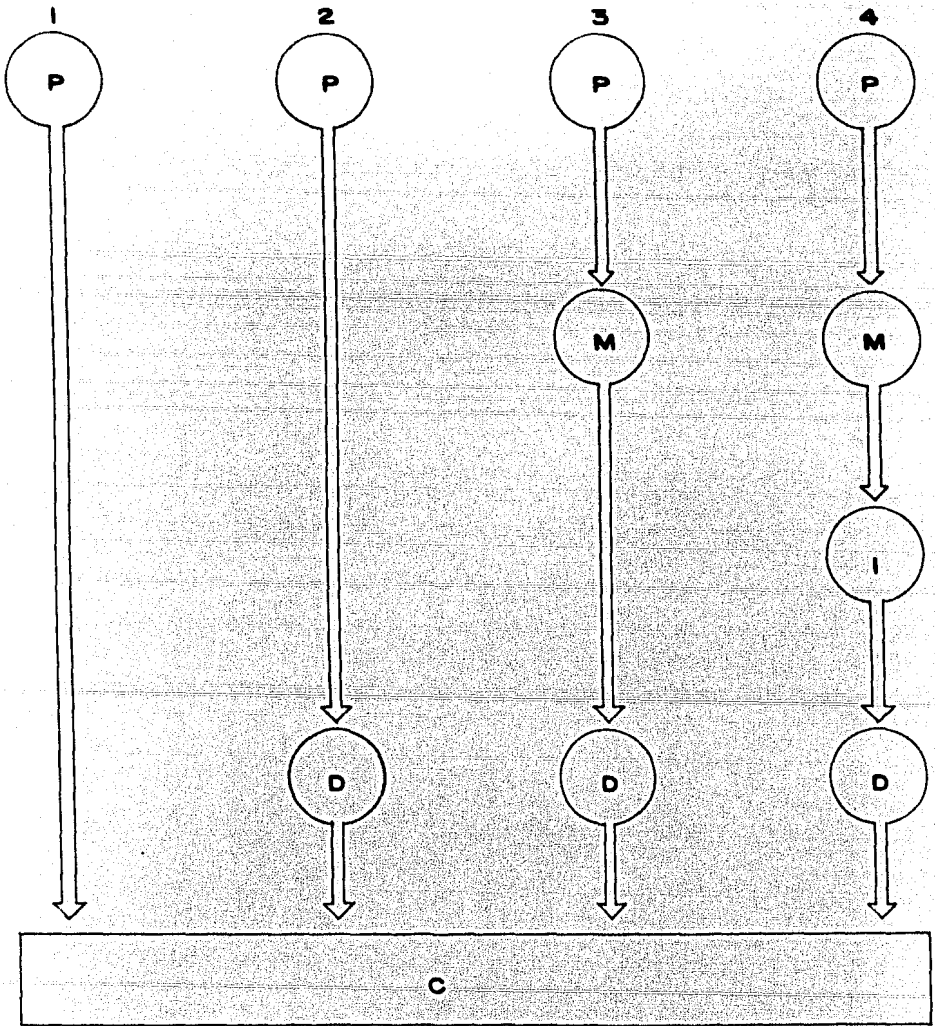
Existen varios canales que pueden seleccionarse para lo -- grar que los productos agrícolas desemboquen en el mercado correspondiente. Sin embargo si algún canal de los establecidos no resulta -- útil o presenta grandes dificultades puede estudiarse la convenien-- cia de establecer su propio canal, es decir, la propia organización-- puede desempeñar las funciones o tareas que en otra situación, se -- rían encomendadas a cualquiera de los intermediarios. Esta condición se presentaría en el canal No. 1, que muestra un esquema de algunos-- de los canales de distribución que se pueden presentar.

El canal No. 2 presenta a un solo intermediario que se en-- cuentra entre el productor y el cliente final. Su función consiste -- en encontrar posibles compradores y realizar la venta, o bien pueden dirigir los posibles clientes al productor.

Si el intermediario es representante de ventas del productor, conviene exigir de su fuerza de ventas algún servicio adicional. Por lo regular el representante tiene algunos artículos en consignación y pueden proporcionar servicios auxiliares, tales como de financiamiento o cualquier otro.

El canal No. 3 muestra dos intermediarios que generalmente los constituyen Mayoristas y comerciantes al Detalle. Se puede decir que realmente la Central de Abastos se encuentra en esta situación, ya que el productor es de quien se abastece la Central de Abastos, el Mayorista es la Central de Abastos, el Detallista es al cliente que se le va a vender la mayoría de la mercancía y el Cliente es el consumidor final.

CANALES DE DISTRIBUCION



P PRODUCTOR
I INTERMEDIARIO
C CLIENTE

M MAYORISTA
D DETALLISTA

4.2.3.- PUBLICIDAD.

La publicidad es una actividad por medio de la cual la empresa hace llegar comunicaciones persuasivas a los compradores que son su objetivo. El Gerente de Mercadotécnica debe tener en cuenta -- que la publicidad se emprende con el fin de aumentar las ventas por encima de lo que serían sin la publicidad, además de estar consciente de las necesidades financieras y de recursos humanos que implican la campaña publicitaria.

La campaña que se utilizarán en la publicidad será, mensajes visuales u orales con el propósito de despertar su interés para que compren los diversos productos que se venden en la Central de -- Abastos o se incline favorablemente hacia ciertas ideas, instituciones o personas.

Para nadie es desconocida la influencia tan grande que la publicidad ha ejercido en los hábitos de compra de las personas pero lo que sí es desconocido, es la técnica que se ha utilizado para que esa publicidad sea efectiva.

Son muchos los objetivos que persigue la publicidad, aún cuando en forma directa o indirecta lo que trata es de ayudar a la venta de un producto. Entre los objetivos directos tenemos los siguientes:

- Ayudar a la venta de un producto.
- Ayudar a un programa de relaciones públicas en la Central de Abastos.
- Hacer saber al público cualquier información relacionada con la empresa, sus productos o sus servicios.
- Combatir la competencia.
- Ayudar a una promoción de ventas.

- Asegurar el manejo adecuado de un producto.

Son muchos y muy variados los medios que utiliza la publicidad para alcanzar sus objetivos, entre los cuales tenemos los siguientes:

- Mensajes en periódicos y revistas
- Tableros y carteles a la intemperie
- Mensajes en la radio
- Letreros en las tiendas

Elección de los medios.- Al escoger entre los distintos medios publicitarios, el anunciante prefiere los que lleguen al público por él buscado. Anda en pos de medios que den el blanco constituido por su público. Si se tiene para la venta un artículo que no podrán utilizarlo más que los agricultores, sería un despilfarro anunciarlo por unos medios que llegaran a una población urbana.

Si ubiese de anunciar en un diario cuya masa de lectores - estuviese compuesta en sus nueve décimas partes por habitantes de la ciudad y solamente por una décima parte de agricultores, entonces estaría bien claro que el 90% por ciento del dinero gastado en anunciarse en dicho periódico sería dinero malgastado. El deseo de todo anunciante es servirse de medios selectivos que eviten que su mensaje se pierda por mala dirección.

Puede utilizarse varios medios que se implemente. Al comparar los métodos de los distintos medios, desde los tradicionales - hasta los más modernos, no hay más que una sola cualidad que cuente: ¿Producirán ventas a un costo razonable?

El mensaje.- La capacidad de producir ventas depende de lo que el anunciador le diga a sus clientes en potencia, por medio de -

la palabra, de la imagen o por una demostración de su producto. El mensaje buscará informar al público acerca de una mercancía o de un servicio y motivar a aquél a que compre la mercancía o el servicio anunciados. Este mensaje tiene que captar la atención del probable comprador. Tiene que ser sencillo, fácil de entender y al nivel de la inteligencia común propia del grupo al que va dirigido. Tiene que crear una imagen de las ventajas de la oferta que atraiga a las personas que tienen dinero para comprar.

El anunciante debe poner en el mensaje toda su visión de la mentalidad del cliente, de sus gustos y de lo que le desagrada y de las actividades y esperanzas que haya podido descubrir gracias a sus experiencias anteriores y gracias, también, a su estudio de mercado. Tiene que hablarle persuasivamente al cliente a base de lo que pueda ser el interés del comprador. Por encima de todo, tiene que estar repitiendo su mensaje una y otra vez, de manera que deje huella en la mente del cliente.

Sincronización.- Sea cual fuere el sistema o el mensaje -- que se escojan para la publicidad, se necesita un presupuesto y un calendario adecuados. Para las temporadas o estaciones en que los -- clientes suelen comprar determinados productos, hay que establecer -- planes de un esfuerzo más intenso. La publicidad dirigida a los -- comerciantes al por mayor y al detalle tiene que coincidir con los períodos del año en que suelen reponer sus abastecimientos, anticipándose a la demanda del consumidor. La magnitud del presupuesto viene determinada por el volumen esperado de ventas, así como por el porcentaje que ha de añadirse al costo de los productos anunciados al -- fijar el precio de venta (con su utilidad). Los productos con una -- utilidad elevada exigen más dinero en publicidad en relación con el volumen de ventas.

PASOS CRONOLÓGICOS PARA LLEVAR A CABO UN PROGRAMA PUBLICITARIO.

- 1.- El primer paso es fijar el objetivo.- Con ello se quiere decir cuáles son las metas que se quieren alcanzar.
- 2.- Determinar si la publicidad la llevará a cabo una agencia o al propio departamento de publicidad.
- 3.- Realizar una investigación motivacional para conocer - la extensión y características de la publicidad.
- 4.- Establecer un presupuesto de acuerdo con la investigación motivacional y escoger el medio más adecuado para anunciar el producto.
- 5.- Formular contratos.
- 6.- Establecer el tiempo y lugar del anuncio.
- 7.- Controlar que los anuncios se inserten en el lugar, -- tiempo y con las características convenidas.

CUALIDADES QUE DEBE POSEER LA CENTRAL DE ABASTOS PARA QUE LA PUBLICIDAD SURTA LOS EFECTOS DESEADOS.

- Calidad del producto.
- Precios adecuados y justos.
- Entrega oportuna del producto.
- Crédito suficiente.
- Vendedores aptos, diligentes y atentos.

4.3.- ABASTECIMIENTO.

4.3.1.- OBJETIVOS.

- 1.- Abastecer a la Central de Abastos de los diferentes productos agrícolas, como son las frutas, verduras y legumbres, para el desarrollo de sus operaciones, en forma continua y oportuna.
- 2.- Abastecer a la Central al costo más bajo posible.
- 3.- Mantener debidamente ubicada la función de abastecimientos dentro de la empresa, para dar y recibir in formación adecuada y oportuna para su buen desarrollo.
- 4.- Mantener actualizada la función abastecimientos de la Central, con el mercado general de compras.

4.3.2.- POLITICAS.

- 1.- Políticas de precios.- Es necesario llegar a un compromiso de compra estableciendo un convenio definido sobre el precio específico o una base con la que el precio pueda ser calculado. El más frecuentemente utilizado es el precio de lista, el cual opera en el mercado y sirve de base para concertar el precio de venta. Este incluye descuentos por volumen, por concesión o plazo de pago, el cual será siendo el mismo, hasta que efectúe la entrega y la operación concluya.

La compra puede cubrir una cantidad o volumen específico para entrega inmediata y para entregar en un

amplio lapso (pedido abierto).

Puede aplicarse también a una cantidad no específica dentro de un lapso no determinado (pedido cie--go).

- 2.- No debe establecerse ningún contacto para las compras de productos sin consentimiento de este departamento.
- 3.- Mantener los registros adecuados para cumplir bien la función de abastecimientos, todas las órdenes de compras deberán ser autorizadas por el jefe del Departamento de compras o en su ausencia deberán ser autorizadas por el encargado en el caso.
- 4.- El departamento de Abastecimientos se encargará de elaborar el programa de compras de acuerdo con los pronósticos de ventas y programas de abastecimientos anteriores.
- 5.- Conocer los factores que influyen sobre el costo de manejo de los productos.
- 6.- Procurar tener para cada producto diferente (a criterio de la Central de Abastos) un mínimo y un máximo de proveedores.
- 7.- Anteponer en todas las transacciones los intereses de la Central y cumplir con las políticas establecidas por la misma.

4.3.3.- FUNCIONES DEL ABASTECIMIENTO.

A la función de adquirir los servicios y bienes materiales que son indispensables para el desarrollo de toda organización, se le denomina como Abastecimientos (Compras).

La Gerencia Gral. tiene el derecho de esperar de la Gerencia de Abastecimientos las siguientes contribuciones al éxito general de la empresa:

a) Que por ocupar una posición estratégica a causa de sus estrechas relaciones con el Departamento de Ventas y a sus constantes y continuos contactos con un gran número de fuentes de suministro externas, proponga sugerencias positivas a otros Departamentos de su propia empresa con respecto a productos agrícolas nuevos que se pueden comerciar por la Central. Tales proposiciones permitirán una continua certidumbre a los propios vendedores respecto a las condiciones bajo las cuales se ponderan los satisfactores en cuanto a su calidad, tiempo, costo y entregas posteriores. A menudo no sólo tendrá que asumir la responsabilidad de elegir proveedores y asegurar un precio equitativo, sino que también tendrá que elegir los nuevos productos agrícolas que se quieran comerciar en la Central de Abastos.

b) En virtud de su acceso a la información acerca de las tendencias del mercado y las perspectivas comerciales, la Gerencia de Abastecimientos debe ofrecer apreciables contribuciones a la eficacia de todos los Departamentos de la empresa de manera permanente, constante y actualizada.

c) Que abastezca los productos y/o servicios a los mejores precios, calidad, entrega y condiciones de pago posible.

d) Que el encargado de la Gerencia de Abastecimientos actúe de manera directa como representante legal de la Central no comprometiendo innecesaria o injustificadamente en desembolso o distintas obligaciones.

e) Que proyecte y conserve la buena imagen y voluntad de la empresa con las firmas comerciales, muchas de las cuales además de ser actualmente proveedores, pueden ser clientes potenciales.

Actividades que caen dentro del campo de Abastecimientos de la Central de Abastos. Considerando que la función de la empresa es revender los productos de una manera equitativa, la importancia que la Gerencia de Abastecimientos tiene es conocer la rotación de dichos productos a fin de no comprar los que resulten malos o de incrementar, en combinación con el Departamento de Mercadotecnia o Ventas, los productos de mayor rotación o aumentar con nuevos productos a su venta en la Central.

LOS CINCO PRINCIPIOS DEL BUEN ABASTECIMIENTO.

- 1.- Las prácticas seguidas en las compras deberán ajustarse a las necesidades particulares de la Central de Abastos.
- 2.- Las compras deben de hacerse basándose en un examen minucioso de la bondad de los productos y servicios ofrecidos por los abastecedores con quien se compra.
- 3.- El acuerdo de lo que se haya de comprar y cuál sea el momento de hacerlo lo toma el comprador con pleno conocimiento de los precios y tendencias del mercado, así como el estado de la oferta y la demanda.
- 4.- El aprovisionamiento debe concertarse con el proveedor que ofrezca las condiciones más ventajosas para una --

misma calidad, cantidad y fecha de entrega, y la compra ha de hacerse en el momento en que los precios están más bajos.

- 5.- El comprador ha de ser capaz de vaticinar la evolución futura del mercado.

PRACTICA DEL ABASTECIMIENTO.

El momento oportuno para comprar.- Tres son los factores que influyen en cuál sea el momento oportuno para comprar:

Las necesidades de la Central de Abastos.

La disponibilidad de fondos para comprar.

El estado actual del mercado.

Compras en cantidades económicas.- La compra en cantidades económicas plantea otro problema igualmente difícil. Muchos proveedores conceden descuentos a las compras en gran cantidad. Esto puede - hacerlo debido a que, al aumentar su volumen de ventas, aumentan también sus ganancias. Las ventas en cantidades protegen al vendedor -- contra el riesgo de que los precios caigan. Sin embargo, es muy importante que se tenga siempre presente que el comprador no se beneficia de los descuentos por adquisiciones en cantidad más que en el caso de que compre dentro de los límites de su presupuesto sin poner - en peligro su equilibrio financiero.

Elección de proveedores.- Otros problemas de las compras - es conseguir fuentes dignas de confianza para los suministros. Un -- proveedor digno de confianza entregará la cantidad prometida en el - tiempo señalado y al precio convenido. Los productos serán de cali-- dad satisfactoria. Se procurará evitar toda dependencia de una sola- fuente de abastecimiento, especialmente si se surten de materias vi- tales en cantidad.

Papel de intermediario.- Aunque la Central de Abastos prefiera tratar directamente con los productores, los negocios más pequeños no pueden evitar las compras por conducto de un intermedio -- rio. Por regla general, el intermediario no puede vender a precios -- que compitan con los del productor, sin embargo puede ofrecer servicios personales y una mayor atención a las necesidades del comprador. También en un momento dado pueden conceder crédito a pequeños clientes.

SECUENCIA DEL ABASTECIMIENTO.

- 1.- Se recibe del Jefe de Bodegas las requisiciones de compras, con sus respectivos anticipos de la mercancía -- que se pueda conseguir.
- 2.- Se procede a valorar las requisiciones de compras y a -- ajustarlas a una tabulación.
- 3.- Se da aviso al Gerente de Abastecimiento de la mercancía solicitada por los bodegueros.
- 4.- Se da aviso al Gerente de Finanzas de las compras que -- se tienen pensado realizar, para que así se obtengan -- fondos para la compra.
- 5.- Se seleccionan los lugares más adecuados a los cuales -- se efectuarán las compras.
- 6.- El encargado de tráfico verá la manera más factible pa -- ra que los productos sean llevados a la Central de --- Abastos.
- 7.- En la sección de revisión de documentos.- Se verán to -- dos los asuntos relacionados con las compras en las -- cuales los proveedores nos concedieron créditos.

COMPRAS.

La compra-venta es un acto mercantil por el cual una persona u organización adquiere bienes y/o servicios a cambio de una suma de dinero. En este caso se compran Frutas, Verduras y Legumbres. Las compras las clasificaremos de la siguiente manera:

Locales.

Serán aquellas compras que se realicen en la localidad tanto en la ciudad, como en el Estado en donde se encuentra establecida la Central de Abastos.

Nacionales.

Serán aquellas compras que se realizan en cualquier lugar de la república, exceptuando la localidad en que se encuentra ubicada la Central de Abastos.

Extranjeras.

Son las que se efectúan con proveedores extranjeros y para cuya realización contamos con organismos e instituciones que nos facilitan los trámites y pagos, como son: Las agencias aduanales, Instituto Mexicano de Comercio Exterior, Bancos corresponsales, etc.

REQUISICION DE COMPRA.

Es un documento de control mediante el cual un Departamento o persona de la misma Central, solicita al Departamento de Abastecimientos le provea un producto.

Es aceptable el hecho de que al momento de requerir cierto material, la persona responsable que firma la requisición tiene pleno conocimiento de la necesidad que se ha presentado. Partiendo pues de ésta suposición se hace indispensable comunicar a través de una -

forma impresa al Departamento de Abastecimiento la citada necesidad.

La requisición de compras debe de estar diseñada de acuerdo a las necesidades de la Central de Abastos, debiendo contener entre otros los siguientes datos:

- 1.- La razón social o denominación de la organización.
- 2.- Mención de ser requisición de compra.
- 3.- Folio.
- 4.- Fecha.
- 5.- Bodega que lo solicita.
- 6.- Cantidad de unidades solicitadas.
- 7.- Descripción detallada del producto.
- 8.- Proveedor que se recomienda.
- 9.- Fecha en que se requiere el producto.
- 10.- Observaciones.
- 11.- Nombres y firmas de las personas solicitantes y la que autoriza.

CENTRAL DE ABASTO DE FRUTAS VERDURAS Y LEGUMBRES.

REQUISICION DE ABASTECIMIENTO DE BODEGAS

BODEGA SOLICITANTE _____ FECHA _____ No. _____

CANTIDAD	UNIDAD	CLAVE	PESO	DESCRIPCION
OBSERVACIONES:				

HECHO POR _____

Vo.Bo. JEFE DEPTO. _____

RECIBO COMPRAS _____

ORDEN DE COMPRA

Es el documento en el cual se registra el artículo a pedir con las condiciones convenida con los proveedores. Este tipo de orden de compra, más que nada se llevará como un control interno de la Central, ya que la mayoría de las compras se hacen en situaciones informales, sin embargo se vigilará el llenado de las formas, las cuales deberá contener los siguientes datos.

- a) Nombre y Dirección del Comprador.
- b) Mención de ser Orden de Compra.
- c) Fecha de expedición.
- d) Nombre y dirección del proveedor.
- e) Número de la Orden de Compra.
- f) Número de requisición.
- g) Cantidad.
- h) Descripción del producto.
- i) Precio.
- j) Fecha de entrega.
- k) Instrucciones de embarque.
- l) Condiciones de pago.
- m) Condiciones según las cuales se realizan la compra.
- n) Recibido por.
- ñ) Fecha de recibido.
- o) Aprobado por.

CENTRAL DE ABASTOS DE FRUTAS, VERDURAS Y LEGUMBRES. XALAPA, VER.				ORDEN DE COMPRA FOLIO No. _____		
A:				SU COTIZACION No. FECHA VIA DE EMBARQUE CONDICIONES DE PAGO		
CANT.	UNID.	CLAVE	PESO	DESCRIPCION	PRECIO	IMPORTE
					TOTAL \$	
OBSERVACIONES:						

ACEPTO

ATENTAMENTE

PROVEEDOR

GERENTE DE ABASTECIMIENTOS.

4.4.- PERSONAL.

4.4.1.- OBJETIVOS.

- 1.- Lograr la máxima eficiencia del personal mediante la aplicación de políticas adecuadas.
- 2.- Lograr la máxima eficiencia del Departamento.
- 3.- Para el Departamento y para c/u de los empleados lograr el máximo desarrollo dentro de la empresa.
- 4.- Que el Gerente de Personal tenga una imagen adecuada al puesto que desarrolla.
- 5.- Tener personal altamente capacitado desarrollado - dentro de la empresa.

4.4.2.- POLITICAS.

1.- Políticas de reclutamiento.

Dependiendo de los intereses de la empresa se puede determinar una zona, un medio y una forma específica de reclutamiento.

En este caso se requiere gente joven, pero con estudios a nivel técnico.

ZONA - El Estado de Veracruz.

MEDIO - Escuelas de capacitación Agropecuarias.

FORMA - Por medio de anuncios escritos pegados en los tableros.

2.- Políticas de Selección.

También de acuerdo a los objetivos e intereses de la empresa, las políticas de selección:

- a) Seleccionar personal con estudios mínimos secundarios.
- b) Seleccionar personas con el 70% de coeficiente-intelectual mínimo.
- c) Seleccionar personas que vivan a 20 minutos en camión máximo de la Central de Abastos.
- d) Con 18 años edad mínima y máxima de 35 años.
- e) Las políticas se irán creando según las necesidades de la Central de Abastos.

3.- Políticas de Ascensos.

Una vez escogido y nombrado al empleado no permanece inamovible en un mismo puesto durante todo el tiempo que trabaja en una empresa determinada. Es de esperar que se le ascienda; los traslados son siempre probables y, si las circunstancias son desfavorables puede descender de categoría e incluso ser cesado.

- a) En estos períodos se utilizarán empleados temporales para evitar ceses posteriores.
- b) Se subcontratarán aquellos trabajos que requieran el empleo de personal nuevo que pudiera no ser necesario una vez terminada la labor.

4.- Políticas de Despido.

- a) Despedir o cesar al empleado siempre con una razón lógica.
- b) Tratar de convencer al empleado (hacerlo ver) - que es justo su despido. (esto evita problemas).

c) Evitar malos entendidos con los demás empleados (ya que nos acarrearía problemas).

5.- Políticas de Contratación en general.

Evitarse contratar trabajadores permanentes cuando se tenga que hacer frente a las necesidades de volumen de productos propios de la temporada.

4.4.3.- ADMINISTRACION DE LOS RECURSOS HUMANOS.

La organización para lograr los objetivos, requiere de -- una serie de recursos; estos son elementos que, administrados co -- rrectamente, le permitirán o le facilitarán alcanzar sus objetivos. Son de tres tipos a saber:

Recursos Materiales.

Aquí quedan comprendidos el dinero, las instalaciones físicas, la maquinaria, los muebles, las materias primas, etc.

Recursos Técnicos.

Bajo este rubro se listan los sistemas, procedimientos, organigramas, instructivos, etc.

Recursos Humanos.

No sólo el esfuerzo o la actividad humana quedan comprendidos en este grupo, sino también otros factores que dan diversas modalidades a esa actividad: conocimientos, experiencias, motivación, intereses vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud, etc. Los recursos Humanos son tan importantes como los otros dos: Pueden mejorar y perfeccionar el empleo y el diseño de los recursos materiales y técnicos, lo cual no sucede a la inversa.

Características de los recursos Humanos.

a) No pueden ser propiedad de la organización, a diferen-

cia de los otros recursos. Los conocimientos, la experiencia, las habilidades, etc., son del patrimonio personal. Los recursos Humanos implican una disposición voluntaria de la persona. No existe la esclavitud, nadie podrá ser obligado a prestar trabajos personales sin la justa retribución y sin su pleno consentimiento (salvo la pena impuesta por autoridad judicial, las funciones censales y electorales, el servicio de las armas y el jurado y los puestos de elección popular de acuerdo a las leyes respectivas) y a nadie podrá impedírsele que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos (artículos 2, 5, y 4- Constitucionales).

- b) Las actividades de las personas en las organizaciones son, como se apuntó, voluntarias; pero no por el hecho de existir un contrato de trabajo la organización va a contar con el mejor esfuerzo de sus miembros; por lo contrario, solamente contará con él si perciben que esa actitud va a ser provechosa en alguna forma, y si los objetivos de la organización son valiosos y concuerdan con los objetivos personales, los individuos pondrán a disposición de la organización los recursos humanos que poseen y su máximo esfuerzo. Entonces aparte de un contrato legal de trabajo, existe también un contrato psicológico cuya existencia está condicionada a lo que ano tó en el párrafo anterior.
- c) Las experiencias, los conocimientos, las habilidades, etc., son intangibles; se manifiestan solamente a través del comportamiento de las personas en las organizaciones. Los miembros de ellas prestan un servicio a cambio de una remuneración económica y afectiva. La inten-

sidad de tal servicio depende generalmente de lo apuntado en el inciso anterior. Esta intangibilidad ha causado serios transtornos. Generalmente se ha pensado que los recursos humanos no cuestan nada y que no tienen connotación económica alguna; por tanto, han sido los que menos atención y dedicación han recibido en comparación a los otros dos tipos de recursos; sin embargo la situación empieza a cambiar. Así los economistas hablan de Capital Humano y algunos contadores empiezan a realizar esfuerzos a fin de que sus estados financieros, que tradicionalmente se ocupan de los recursos materiales, reflejen también las inversiones y los costos en los Recursos Humanos.

- d) El total de recursos humanos de un país o de una organización en un momento dado puede ser incrementado. Básicamente existen dos formas para tal fin: descubrimiento y mejoramiento. En el primer caso se trata de poner de manifiesto aquellas habilidades e intereses desconocidos o poco conocidos por las personas; para ello, un auxiliar valioso son los tests psicológicos y la orientación profesional. En la segunda situación se trata de proporcionar mayores conocimientos, experiencias y nuevas ideas, etc., a través de la educación, la capacitación y el desarrollo. Infortunadamente, los Recursos Humanos también pueden ser disminuídos por las enfermedades, los accidentes y la mala alimentación.
- e) Los Recursos Humanos son escasos; no todo el mundo posee todas las habilidades, conocimientos, etc. El conjunto de características que hacen destacar a la persona en estas actividades sólo es poseída por el número inferior de total. En este sentido se dice que los Recursos Humanos son escasos, entonces hay personas u organizaciones-

dispuestas a cambiar dinero u otros bienes por el servicio de otros, surgiendo así los mercados de trabajo. En términos generales, entre más escasos resulte un recurso, más solicitado será, estableciéndose así una competencia entre los que conforman la demanda, que se traduce en mayores ofertas de bienes o de dinero de cambio de servicio.

Objetivo de la función de administración de Recursos Humanos.

Desarrollar y administrar políticas, programas y procedimientos para proveer una estructura administrativa eficiente, empleados capaces, trato equitativo, oportunidades de progreso, satisfacción el trabajo y una adecuada seguridad en el mismo, asesorando sobre todo lo anterior a la línea y a la dirección, son el objetivo -- que redundará en beneficio de la organización, los trabajadores y la colectividad. Se mencionan las siguientes funciones:

- Empleo
- Administración de salarios
- Relaciones Internas
- Servicios al personal
- Planeación de Recursos Humanos

FUNCION: EMPLEO

Objetivo:

Lograr que todos los puestos sean cubiertos por personal idóneo, de acuerdo a una adecuada planeación de recursos humanos.

SUBFUNCIONES: RECLUTAMIENTO

Objetivo:

Buscar y atraer solicitantes capaces para cubrir las vacantes que se presente.

SELECCION.

Objetivo:

Analizar las habilidades y capacidades de los solicitantes a fin de decidir, sobre bases objetivas, cuáles tienen mayor potencial para el desempeño de un puesto y posibilidad de un desarrollo - futuro, tanto personal como de la organización.

INDUCCION.

Objetivo:

Dar toda la información necesaria al nuevo trabajador y -- realizar todas las actividades pertinentes para lograr su rápida incorporación a los grupos sociales que existan en su medio de trabajo a fin de lograr una identificación entre el nuevo miembro y la organización y viceversa.

INTEGRACION, PROMOCION Y TRANSFERENCIA.

Objetivo:

Asignar a los trabajadores a los puestos que mejor utilicen sus capacidades. Buscar su desarrollo integral y estar pendiente de aquellos movimientos que le permitan una mejor posición para - su desarrollo, el de la organización y el de la colectividad.

VENCIMIENTO DE CONTRATOS DE TRABAJO.

Objetivo:

Llegado el caso de término de contratos de trabajo, esto - deberá hacerse en la forma más conveniente tanto para la organiza -- ción como para el trabajador, de acuerdo a la ley.

FUNCION: ADMINISTRACION DE SALARIOS.

Objetivo:

Lograr que todos los trabajadores sean justa y equitativamente compensados mediante sistemas de remuneración racional del trabajo y de acuerdo al esfuerzo, eficiencia, responsabilidad y condiciones de trabajo de cada puesto.

La administración de salarios deberá basarse en los tabuladores estructurados sobre valuaciones de puestos y los datos resultantes de encuestas de salarios de los mercados de trabajo que afectan a la organización, teniendo en cuenta los salarios mínimos legales vigentes en la región.

SUBFUNCIONES: ASIGNACION DE FUNCIONES.

Objetivo.

Asignar oficialmente a cada trabajador un puesto claro y precisamente definido en cuanto a sus responsabilidades, obligaciones, operaciones y condiciones de trabajo.

DETERMINACION DE SALARIOS.

Objetivo:

Asignar valores monetarios a los puestos, en tal forma que sean justos y equitativos en relación a otras posiciones de la organización y a puestos similares en el mercado de trabajo.

CALIFICACION DE MERITOS.

Objetivo:

Evaluar, mediante los medios más objetivos, la actuación de cada trabajador ante las obligaciones y responsabilidades de su puesto.

COMPENSACION SUPLEMENTARIA.**Objetivo:**

Proveer incentivos monetarios adicionales a los sueldos bá-
sicos para motivar la iniciativa y el mejor logro de los objetivos.

CONTROL DE ASISTENCIA.**Objetivo:**

Establecer horarios de trabajo y periodos de ausencia con-
o sin percepción de sueldo, que sean justos tanto para los empleados
como para la organización, así como sistemas eficientes que permitan
su control.

FUNCION: RELACIONES INTERNAS.**Objetivo:**

Lograr que tanto las relaciones establecidas entre la di-
rección y el personal, como la satisfacción en el trabajo y las oportu-
nidades de progreso del trabajador, sean desarrolladas y manteni-
das, conciliando los intereses de ambas partes.

SUBFUNCIONES: COMUNICACION.**Objetivo:**

Promover los sistemas, medios y climas apropiados para de-
sarrollar ideas e intercambiar información a través de toda la orga-
nización.

CONTRATACION COLECTIVA.**Objetivo:**

Llegar a acuerdos con organizaciones reconocidas oficial-
mente establecidas, que satisfagan en la mejor forma posible los in-
tereses de los trabajadores y de la organización.

DISCIPLINA.

Objetivo:

Desarrollar y mantener reglamentos de trabajo efectivos y crear y promover relaciones de trabajo armónico con el personal.

MOTIVACION DEL PERSONAL.

Objetivo:

Desarrollar formas de mejorar las actitudes del personal - las condiciones de trabajo, las relaciones obreropatronales y la calidad del personal.

DESARROLLO DEL PERSONAL.

Objetivo:

Brindar oportunidades para el desarrollo integral de los - trabajadores, a fin de que logren satisfacer sus diferentes tipos de necesidades, y para que en lo referente al trabajo puedan ocupar --- puestos superiores.

ENTRENAMIENTO.

Objetivo:

Dar al trabajador las oportunidades para desarrollar su ca pacidad, a fin de que alcance las normas de rendimiento que se establezcan, así como para lograr que desarrolle todas sus potencialidades, en bien de él mismo y de la organización.

FUNCION: SERVICIOS AL PERSONAL.

Objetivo:

Satisfacer las necesidades de los trabajadores que laboran en la organización y tratar de ayudarles en problemas relacionados a su seguridad y bienestar personal.

SUBFUNCIONES: ACTIVIDADES RECREATIVAS.

Objetivo:

Estudiar y resolver las peticiones que hagan los trabajadores sobre programas e instalaciones para su esparcimiento.

SEGURIDAD.

Objetivo:

Desarrollar y mantener instalaciones y procedimientos para prevenir accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.

PROTECCION Y VIGILANCIA.

Objetivo:

Tener adecuados métodos precautorios para salvaguardar a la organización, a su personal y sus pertenencias, de robo, fuego y riesgos similares.

FUNCION: PLANEACION DE RECURSOS HUMANOS.

Objetivo:

Realizar estudios tendientes a la proyección de la estructura de la organización en el futuro, incluyendo análisis de puestos proyectados y estudio de las posibilidades de desarrollo de los trabajadores para ocupar éstas, a fin de determinar programas de capacitación y desarrollo, llegando el caso de reclutamiento y selección.

4.5.- FINANZAS.

4.5.1.- OBJETIVOS.

A continuación se enumeran unos cuantos objetivos y se irán creando según las necesidades.

- 1.- Satisfacer oportunamente las necesidades financieras - de la organización.
- 2.- Conseguir créditos y financiamiento en las mejores con diciones posibles para la organización.
- 3.- No tener dinero "congelado", por ejemplo: En existen-- cias muy grandes en mercancía sin que éstos tengan una rotación adecuada de acuerdo con el ciclo de ventas; o tampoco derramar muchos de nuestros recursos en cuen-- tas de clientes, de tal manera que esto nos empuje a - obtener financiamiento que nos resulte más caro de lo- que obtenemos en forma de intereses.
- 4.- Cubrir las contingencias a que estamos sujetos median- te un seguro lo más ventajoso posible para nuestras ne cesidades y posibilidades.
- 5.- Determinar con la mayor exactitud factible nuestros -- costos y gastos de operación, con la finalidad de pre- determinar las probables utilidades de cada ejercicio- y estar en posición de definir fechas y monto de apli- cación de dinero.
- 6.- Evitar en la medida de lo posible todas aque llas eroga ciones que no se justifiquen de acuerdo con los objeti vos generales de la empresa.
- 7.- Disponer de los registros contables más modernos, efec tivos y económicos, que se adapten a nuestras circuns tancias.
- 8.- Vigilar el correcto manejo de los fondos de la empresa de acuerdo a los reglamentos y sistemas establecidos.
- 9.- Informar oportunamente y con el detalle necesario, la- posición financiera de la negociación, a los intereses de ella.

- 10.- Mantener margen de liquidez y desahogo tales que - no permitan la quiebra repentina.
- 11.- Cumplir oportunamente con los requisitos fiscales.
- 12.- Asegurar en la medida de lo posible la recupera -- ción de créditos concedidos.
- 13.- Cumplir oportunamente con las obligaciones y deu-- das contraídas para evitar, por una parte el adju-- dicarnos una mala imagen en los mercados de capi-- tal y, por otra evitar el cubrir excesivos intere-- ses moratorios.

4.5.2.- POLITICAS.

- 1.- Disponer de la información necesaria y oportuna -- con cierto tiempo de anticipación, relativa a las -- necesidades financieras de cada unidad de organiza -- ción, con la autorización del funcionario responsa -- ble del área.
- 2.- Solicitar créditos y financiamiento previo el estu -- dio conjunto con el área que lo necesita e inter -- vención de los afectados, así como autorización -- del Gerente General.
- 3.- Establecer mínimos y máximos de existencias, de -- tal manera que la información pertinente a cobertu -- ra de facturas a proveedores esté de acuerdo con - nuestros registros contables.
- 4.- Revisar periódicamente y decidir sobre los contra -- tos de seguro que más ventajas nos representen.
- 5.- Afianzar a nuestro personal encargado del manejo - directo de dinero para evitar contingencias fuer -- tes.

4.5.3.- FUNCIONES DE FINANZAS.

Prescindiendo de los innumerables giros y tipos de actividades toda empresa, a través de su existencia, inclusive su misma --gestación y liquidación, trabaja a base de movimientos constantes de dinero: inversiones en terreno, edificios, maquinaria y equipo; pago de sueldos y salarios, gastos de operación y de administración; obtención de préstamos, otorgamiento de créditos, liquidaciones, etc.

Independientemente del sistema económico, la existencia -- de toda empresa siempre tiene su justificación y fundamento en: ---- a) la obtención de utilidades para la organización y empleados, con sus beneficios consecuentes y b) satisfacción de las necesidades de la sociedad, en la medida de su participación.

De lo anterior, inferimos que la función de Finanzas, cuyo objetivo es obtener y usar eficientemente fondos necesarios para operar la empresa, está revestida de una importancia trascendental en la vida de la misma, ya que, de la capacidad de quienes desempeñan esta función depende el que estas dos acciones, Obtener y Usar, repercutan satisfactoriamente en los resultados de aquélla, puesto que la primera, implica costo, que bien se pudiera reflejar en forma de intereses a pagar y, de la segunda resultarían las utilidades o pérdidas, éxito o fracaso.

Es tal la importancia de esta función que se me ocurre citar la definición que de ella hace un autor "... es el arte de allegarse el dinero necesario para un propósito determinado y administrarlo convenientemente para el mejor logro de ese propósito".

También se puede mencionar que la función financiera está afectada por todas y cada una de las actividades de una empresa, --- puesto que las decisiones, en la mayor parte de las áreas de un negocio, produce un impacto sobre el flujo de efectivo, de ahí la impor-

tancia que el ejecutivo encargado de esta función, esté en posibilidad de reconocer el efecto financiero de los cambios en las políticas de ventas, de abastecimiento, personal, etc.

ACTIVIDADES QUE CAEN DENTRO DEL CAMPO DE FINANZAS.

- Estudios de planeación financiera: y crédito.
- Manejo de fondos.
- Control de operaciones con moneda extranjera.
- Fijar políticas de crédito y cobranza.
- Planes sobre nuevas inversiones.
- Adquisición y custodia de valores.
- Formulación de proyectos de pago de intereses y dividendos.
- Sostener relaciones con instituciones de crédito.
- Desarrollo y vigilancia del sistema de presupuestos y su control.
- Desarrollo de procedimientos de pago de sueldos y salarios.
- Operaciones de bienes raíces de la empresa.
- Manejo de préstamos.
- Pago de impuestos.

Contaduría.- El objetivo de la contabilidad para uso interno es el de proveer información a personas dentro de la organización que los capacite para formar juicios basados en los informes y para tomar decisiones efectivas que mejoren las metas de la organización- estos juicios y decisiones se relacionan con una amplia y gran variedad de cuestiones y problemas, pues la información que se necesita - para la solución correcta es externa y versa en naturaleza y clasificación.

Gran parte pero no toda la información que necesita la Gerencia proviene del sistema contable. Algo de esta información tiene la misma naturaleza básica de aquellas que están incorporadas en los estados financieros de la organización pero que se presenta en un nivel de la clasificación, otra clase de comunicaciones se encuentran fuera del marco de la información financiera externa, sin embargo es una fuente fundamental del proceso interno contable.

El objetivo de la contabilidad es pues, ser un instrumento de la Gerencia para la toma de decisiones. Estableciendo un sistema de control que asegure que la información contenida en los informes-contables sean correctos y oportunos.

Elaborar programas y presupuestos considerando los volúmenes de operación de la Central de Abastos.

Realizar auditorías internas con el fin de conocer si se ha respetado los planes trazados y verificando los movimientos contables en la empresa.

Mantener una estrecha relación con los demás Departamentos para así poder tener actualizados a todo el personal en cuanto a aspectos fiscales u otros.

Crear un flujo de información a la Gerencia General que sea claro y oportuno.

Analizar los estados financieros y reportes estadísticos - para determinar las desviaciones de los presupuestos y corregirlas - oportunamente.

Mantener al corriente los registros contables para facilitar la elaboración de los estados financieros.

Establecer sistemas y procedimientos de operación tendientes a mantener y reducir los gastos de operación de la Central de -- Abastos.

Caja General.- El cajero general es el responsable de recibir todo el dinero que ingrese a la Central, responsabilizándolo del mismo, elaborar la relación de ingresos y egresos, las fichas de depósito para los bancos, de entregar los cheques de pago a los proveedores y acreedores y de controlar el manejo de caja chica.

Recibir el importe de pago de la mercancía vendida directamente por la Central, elaborando la ficha de caja correspondiente.

Recibir de los cobradores los importes de la cobranza, elaborar la ficha de caja correspondiente y anotando el nombre de los - clientes que pagaron dicho importe.

Elaborar los comprobantes de pago de tarjetas de crédito, - elabora la relación de documentos o ingresos del día detallando las - fichas de caja expedidas.

Elaborar las fichas de depósitos a los diferentes bancos - de acuerdo con las instrucciones recibidas de la Gerencia.

Efectúa los pagos que corresponden a la caja chica dentro de los límites y procedimientos aprobados.

Realizar la liquidación del fondo de caja chica totalizando los comprobantes para obtener el reembolso de la misma.

Recibir todas las facturas de proveedores extendiendo el -

contrarecibo para la revisión y las turna al departamento de contabilidad.

Jefe de Crédito y Cobranzas.- En esta parte me ocuparé de la persona responsable de este departamento, que según la compañía de que se trate puede ser encargado, jefe o gerente de crédito y cobranzas.

Es recomendable que esta persona aparte de tener un conocimiento bastante profundo en la técnica de el tema referido debe estar familiarizado con los principios mercantiles, administrativos y financieros.

Todas las cualidades anteriores giran alrededor de una característica tal vez más importante, la experiencia de preferencia en un ramo similar.

Ante todo, el jefe de crédito y cobranza es un ejecutivo - por lo que independientemente de las funciones especializadas que desempeñe es de su responsabilidad operar bajo las técnicas administrativas que le permiten desarrollar su cometido en forma conveniente.

Entre las funciones que debe desempeñar se encuentran las siguientes:

I).- Sobre personal.- Establecer las características que deba reunir el personal solicitado y decidir sobre la elección de prospectos en caso de existir un departamento especial.

II).- Sobre créditos.- Estudio de crédito reuniendo una información adecuada de fuentes diversas, obteniéndolas en el menor tiempo posible para establecer las bases de operación con el posible cliente.

III).- Sobre cobranza normal.- En este aspecto hay dos -- situaciones en las que el jefe debe poner especial atención. Los límites de crédito y las cuentas que tengan atraso considerable. En lo que se refiere al primer aspecto deberá tomar las medidas adecuadas a fin de que los saldos reales se ajusten a los topes teóricos- vigilando su cumplimiento, en lo que se refiere al segundo aspecto- deberá analizar cuidadosamente sus causas y poner en práctica los - medios necesarios para su recuperación.

IV).- Sobre cobranzas legales.- Cuando existen cuentas en manos de abogado deberá estar al tanto del curso que se ha seguido- en dicha cobranza y sus progresos.

V).- Sobre el aspecto de ventas.- El conocimiento o información que el departamento de crédito y cobranzas posee acerca de - la situación financiera de los clientes, debe usarse para que el esfuerzo de ventas se concentre sobre los clientes que presenten riesgos de créditos activos y evitar dicha gestación en lo que pudiera- convertirse en fuente de pérdidas por cuentas malas.

4.5.4.- ADMINISTRACION FINANCIERA.

Cuando hablaba de todas las actividades que caen dentro - del área de la función de finanzas de toda la empresa, mencionaba - que podrían clasificarse en dos tipos de ellas: las que tiene que - ver con los problemas de determinar necesidades y obtener fondos y - las que tienen que ver con el manejo y administración de los mismos. Una de las principales herramientas con que se cuenta para contro- - llar el manejo y utilización del dinero, así como para registrar la- historia de los movimientos que éste ha tenido es la Contabilidad.

En el inciso 4.5.3. hice mención de cuáles eran las fun- - ciones del Departamento de contabilidad.

Los Registros. Es uno de los instrumentos que nos valen para el control de los movimientos contables:

Los sistemas de Registros contables pueden variar según su complejidad, y así tenemos que hay:

- a) Sistemas simples.- Consistentes en registrar en algún tipo de constancia los ingresos y egresos que se manejan en un negocio: Talonarios y cheques de recibos.
- b) Sistemas complejos.- En estos existe mayor exactitud en cuanto al registro: Libros de Ingresos y Egresos.
- c) Sistemas de mayor complejidad.- Los registros y movimientos de la empresa son detallados y complejos. Para esto se llevan Libros Diario y Mayor, de Inventarios y Balances, Auxiliares de Mayor, etc.

Los Estados Financieros. En base en todos los datos que contienen los registros contables, se elaboran diferentes clases de reportes periódicos que tienen una doble finalidad:

- a) Cumplir con determinados requisitos fiscales y,
- b) Orientar a los funcionarios y directivos para la toma de decisiones toda vez que muestran la situación financiera de la compañía en determinado momento.

Los reportes más comunes son: Balance General; Estado de Pérdidas y Ganancias y, Estado de Origen y Aplicación de Recursos.

Las Razones. Los Estados Financieros están integrados por diversos elementos o partidas las cuales por sí solas no son significativas, siendo necesario establecer una relación entre las mismas si se quiere realizar un verdadero análisis de la situación financiera del negocio.

Sin embargo debe conocerse las limitaciones y el alcance - de las razones y no caer en el error de querer resolver todo tipo de problemas por medio de ellas, creando infinidad de razones y utilizándolas equivocadamente, sobre todo, al tener un entendimiento superficial de las mismas.

Las razones son simplemente un método de análisis mediante el cual se detectarán probables puntos débiles en la estructura financiera de la empresa.

RAZONES.

a) Razones de Liquidez.

- Prueba de ácido
- Razón corriente

b) Razón de apalancamiento.

- Razón de deuda

c) Razones de actividad.

- Rotación de inventarios
- Rotación de cuentas por cobrar
- Rotación de activos

d) Razones de lucratividad.

- Razón inversión del capital
- Razón del estudio de la utilidad

RESUMEN Y CONCLUSION

En el capítulo I doy a conocer algunos antecedentes, como son los de su población en el cual se puede ver que el Estado de Veracruz es uno de los Estados de la República más poblados y que se estima que para el año de 1980 la población llegue a 5'333,000 habitantes y que tenga una densidad de 73.2 habitantes por Km².

En lo que respecta a su producción agrícola, se puede ver que a pesar de que la agricultura es una de las principales funciones ésta se caracteriza por el bajo grado de tecnificación aplicada. Se cuenta en el Estado con una diversidad de productos agrícolas mas o menos 84.

Se dan a conocer algunas ciudades que son factores importantes para el comercio en el Estado de Veracruz y que van en constante desarrollo, las cuales han tenido su principal actividad en este, para poder alcanzar ese desarrollo.

En lo que respecta a comunicación y transporte, se presenta la falta de vías de comunicación de la cual carecen varios municipios y se dan a conocer cuales son las principales carreteras pavimentadas, contando con carreteras federales de 3,000 Km. y por parte del Estado 700 Km., las cuales llegan a las principales ciudades.

Se dan a conocer 7 Regiones Naturales, las cuales fueron adecuadas para el tipo de trabajo desarrollado y son: La Huasteca, Chicontepec, Papantla, Misantla, Las Grandes Montañas, Las Llanuras-

de Sotavento y Los Tuxtlas. En estas regiones se ven sus principales características.

En el capítulo II se vió la problemática de la distribución de las frutas, verduras y legumbres en el Estado de Veracruz.

Para analizar esta situación se dividió en dos secciones:

I.- Sección.- Factores que originan la escasez de los diversos productos agrícolas en el Estado de Veracruz.

Un factor es el mercadeo, es decir, la forma y hábitos que los comerciantes tienen en el Estado de Veracruz para comerciar sus mercancías y cuáles son los problemas más comunes que se tiene en bodegas.

Los climas como factor importante en la distribución de las frutas, verduras y legumbres, ya que por esta característica de las 7 Zonas mencionadas se presentan problemas diversos de abastecimientos en una zona y en otra no, así como las condiciones que cada producto requiera para poder ser almacenado

Otro factor son los suelos.- En la Entidad son muy variados y 6 son los tipos, esto nos indica qué clase de suelo se tiene en las diferentes zonas y se puede apreciar el tipo de cultivos que se pueden desarrollar de acuerdo al lugar.

II.- Sección.- Estudia los organismos que intervienen en el manejo de la distribución de las frutas, verduras y legumbres. El gobierno no interviene en forma directa en el manejo de éstos como lo hace con algunas semillas o el café. Estos organismos como Conasupo e Immecafé intervienen proporcionando estímulos para la comercialización y la producción. Los particulares son los que han manejado la distribución de las mercancías desde la antigüedad hasta nuestros días, esta función la hacen con el interés económico y no social.

En Otros organismos se mencionó a la C.N.C. que persigue - un interés puramente social en beneficio de la clase campesina, que es la responsable de la producción agrícola.

El capítulo III se encarga de los Estudios de Factibilidad para la creación de una Central de Abastos de frutas, verduras y legumbres. Estos son algunos factores importantes para la localización de una empresa de este tipo. Mercado, se dice del lugar donde se va a vender y a donde se va a comprar, es de esta forma como funcionará la Central de Abastos, como un intermediario en la comercialización de diversos productos agrícolas.

Materias Primas.- Serán los diversos productos agrícolas - del Estado de Veracruz, más los restantes serán de otros Estados.

Aspectos Fiscales.- Se hizo mención del carácter social -- que debe prevalecer en la organización que debe ser de participación Estatal.

Condiciones Climáticas.- Son factor importante para tener buena conservación en el almacenaje de las frutas, verduras y legumbres.

Agua y Energía Eléctrica.- Se cuenta con la cantidad necesaria para satisfacer a la Central de Abastos.

Medios de Transporte.- Se vieron los posibles lugares estratégicos para aprovechar al máximo las vías de comunicación.

Mano de Obra.- El desarrollo del lugar y los factores de la comunidad, serán determinantes para la creación de la Central de Abastos, ya que en esta fuente de empleo mejorará el hábito de vida de la población Xalapeña y los alrededores de la ciudad.

En el capítulo se ve toda la parte organizativa que se sugiere para la formación de la Central de Abastos, en resumen de este capítulo se mencionan las 4 principales áreas consideradas de acción y son: Mercadotécnica, Abastecimientos, Personal y Finanzas.

En este capítulo se analizaron los fundamentos de la organización que la harán llevar a cabo el objetivo propuesto.

En conclusión podemos sugerir la implantación de un sistema de organización que de tal manera no interfiera grandemente con la situación económica del Estado, teniendo como base una guía para la implantación de un sistema de Abastos de frutas, verduras y legumbres.

El presente trabajo es en cierta parte una pequeña ayuda a los problemas de la comercialización del campo, que espero sean de gran utilidad, ya que cada día el problema alimenticio es grave.

De acuerdo con los diferentes temas se puede constatar que la Ciudad de Xalapa tiene las características apropiadas para el almacenamiento de diversos productos agrícolas y se podrá continuar -- con más estudios para lograr la ubicación de varias Centrales de --- Abastos en el resto de la Entidad.

El tema organización debe de ir paralelo al objetivo deseado de la Central de Abastos, para así poder alcanzar las metas fijadas por ésta.

En el transcurso de la presente investigación se conoce -- que la política agropecuaria del País es un fracaso; las transnacionales dominan el agro mexicano y no se les puede nacionalizar, porque no hay quien las sustituya, por falta de técnicos, investigadores y administradores.

La política actual hace hincapié en la necesidad de incrementar la producción, pero no se dice que se hará con ésta. La preo-

cupación es cómo acabar con los intermediarios; formando sociedades en la que los intermediarios sean socios y puedan garantizar precios estables; es decir, hay que convertirlos en agentes de ventas, mediante contratos con sociedades productoras, pensar en otras cosas demagogia. Este tipo de agentes de ventas es el que sugiero para la buena formación de la Central de Abastos de Frutas, Verduras y Legumbres.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Anzures Maximino.
Contabilidad General
2a. Edición 1979
Editorial Porrúa.
- 2.- Apéndice Estadístico
III Informe de Gobierno del Estado de Veracruz 1977.
- 3.- Arias Galicia Fernando.
Administración de los Recursos Humanos
1a. Edición 1975
Editorial Trillas.
- 4.- Censo General de Población de 1970.
SIC. DGE.
- 5.- Dale Ernest.
Como Planear y Establecer la Organización de una Empresa
1a. Edición 1970
Editorial Reverté.
- 6.- Estado de Veracruz Alianza para la Producción.
Evaluación de Programas
Sector Agropecuario- Forestal
SARH 1978.
- 7.- Estado de Veracruz.
Semblanza Socioeconómica.
SRH. 1976.
- 8.- Estatutos.- Liga de Comunidades Agrarias y Sindicatos
Campesinos del Estado, C.N.C.,
Xalapa, Ver. 1977.

- 9.- Ettinger Karl E.
Aprovisionamiento y Existencias
3a. Edición. 1974
Editorial Herrera.
- 10.- Ettinger Karl E.
Distribución y Ventas
3a. Edición 1974
Editorial Herrero.
- 11.- Folleto Conafrut. C.E.E.I.F.
Xalapa, Ver.
- 12.- Mc. Gregor Douglas.
El Aspecto Humano de las Empresas
1a. Edición 1969
Editorial Diana.
- 13.- Reyes Ponce Agustín.
Administración de Empresas. Vol. I y II
1a. Edición 1966
Editorial Limusa.
- 14.- Sastrias Marcos.
Sistemas de Contabilidad
9a. Edición 1978
Editorial Esfinge.
- 15.- Velázquez Mastretta Gustavo.
Administración de los Sistemas de Producción
2a. Edición 1975
Editorial Limusa.
- 16.- Yoder Dale.
Manejo de Personal y Relaciones Industriales
1a. Edición 1970
Editorial Continental.