



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS
Y SOCIALES

DIVISION DE ESTUDIOS DE POSGRADO

"EL ABASTO DE LAS GRANDES CIUDADES.
BASES PARA LA ADMINISTRACION
PUBLICA DE UN SISTEMA. EL CASO DE
GUADALAJARA Y SU ZONA
METROPOLITANA".

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACION PUBLICA

P R E S E N T A

HECTOR FRANCISCO CASTAÑEDA JIMENEZ



MEXICO, D. F., 1989



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.

C O N T E N I D O

INTRODUCCION	1
------------------------	---

CAPITULO I

MARCO DE REFERENCIA DE GUADALAJARA Y SU ZONA METROPOLITANA.	
1.1 Historia	11
1.2 Ubicación territorial de la ciudad.	12
1.3 Estructura de la ciudad	21
1.4 La actividad comercial como proceso de crecimiento y desarrollo.	21
1.4.1 Antecedentes del comercio en la ZMG.	23
1.4.2 Situación actual	36

CAPITULO II

MARCO TEORICO CONCEPTUAL DE LA ADMINISTRACION PUBLICA Y DE LA TEORIA GENERAL DE SISTEMAS.	
2.1 La Administración Pública. Definición	45
2.1.1 Campo de estudio de la administración pública.	48
2.2 La Teoría General de Sistemas	52
2.2.1 El concepto de sistema	53
2.2.2 Niveles de sistemas.	60
2.2.3 Usos del "sistema de sistemas"	67
2.3 Aplicaciones de los conceptos de la Teoría General de Sistemas a la administración pública.	69

CAPITULO III

DIAGNOSTICO INTEGRAL DEL ABASTO ALIMENTARIO EN LA ZONA -- METROPOLITANA DE GUADALAJARA DESDE UN ENFOQUE DE SISTEMAS. EL SISTEMA DE ACOPIO.	
3.1 El funcionamiento de la comercialización en el abasto de productos perecederos. Marco teórico.	75
3.1.1 La comercialización.	75

3.1.2	Los productos agropecuarios. Características especiales	78
3.1.3	Variabilidad de la producción agrícola en contraste con las necesidades del consumidor.	80
3.2	Preparación para el consumo	81
3.3	El sistema de acopio de productos perecederos	90
3.3.1	El subsistema de acopio local en el estado de Jalisco.	95
3.3.1.1	El maíz	102
3.3.1.2	La producción pecuaria.	104
3.3.1.3	La producción pesquera.	106
3.3.2	El subsistema de acopio en otras entidades federativas.	108

CAPITULO IV

EL SISTEMA DE SERVICIOS DE APOYO A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS PERECEDEROS.

4.1	El subsistema de transporte	115
4.1.1	El transporte ferroviario en Jalisco	117
4.1.1.1	Líneas férreas en el estado	118
4.1.1.2	Características del transporte ferroviario	119
4.1.2	La infraestructura caminera y el transporte de carga en Jalisco.	122
4.1.3	Transportación aérea y marítima	132
4.2	El subsistema de almacenamiento.	135
4.3	El subsistema de clasificación y normalización	137
4.4	El subsistema de envasado.	139
4.5	El subsistema de contacto entre compradores y vendedores	142

4.6	El subsistema de financiación	144
4.6.1	Riesgos.	146

CAPITULO V

EL SISTEMA DE DISTRIBUCION DE PRODUCTOS PERECEDEROS.

5.1	Diagnóstico de las diferentes formas de distribución.	150
5.1.1	El comercio mayorista.	150
5.1.2	El comercio menudista.	157
5.2	Modalidades del subsistema de distribución mayorista.	164
5.2.1	El Mercado de Abastos.	167
5.3	El subsistema de distribución minorista	181
5.3.1	Mercados fijos o permanentes (mercados públicos).	181
5.3.2	Mercados móviles (tianguis y mercados sobre ruedas).	185
5.3.3	Vendedores ambulantes.	192
5.3.4	Pequeño comercio independiente	195
5.3.5	Centros de autoservicio.	197
5.3.6	Producción y venta de carne (ganado bovino) y huevo.	198
5.4	El intermediarismo.	204

CAPITULO VI

EL SISTEMA DE LOS AGENTES DE LA COMERCIALIZACION.

6.1	El subsistema del comercio del sector oficial	212
6.1.1	La CONASUPO.	214
6.2	El subsistema del comercio del sector privado	224

6.2.1 El gran comercio	225
6.3 El subsistema del comercio del sector social.	233

CAPITULO VII

EL ESTADO MEXICANO FRENTE AL PROBLEMA ALIMENTARIO.

7.1 El Estado Mexicano.	244
7.2 Atribuciones del Ejecutivo en materia económica	248
7.3 Intervención del Estado en el sistema de distribución .	250
7.4 El marco legal de la actividad comercial.	256

CAPITULO VIII

MODELO DE ABASTO ALIMENTARIO PROPUESTO PARA LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA, DESDE EL ENFOQUE DE SISTEMAS, Y BAJO EL AMBITO DE ACCION DE LA ADMINISTRACION PUBLICA.

8.1 Resultados del diagnóstico integral del sistema de abasto alimentario de la zona metropolitana de -- Guadalajara	273
8.2 Composición y contenido del modelo propuesto.	282
8.2.1 El Sistema de Acopio	287
8.2.2 El Sistema de Servicios de Apoyo a la Comercialización de Productos Perecederos.	300
8.2.3 El Sistema de Distribución	313
8.2.4 El Sistema de Agentes de la Comercialización . .	319
CONCLUSIONES	334
BIBLIOGRAFIA	351

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

En estos tiempos, la historia de la humanidad ha experimentado procesos de cambio de tal magnitud que nos obligan en materia de políticas de planeación y de administración a pensar cómo resolver, no sólo las condiciones actuales de la vida de la población, sino su futuro.

En el caso particular de los centros de abasto alimentario de las grandes ciudades, evidentemente que nos enfrentamos a un problema en extremo complejo, porque si bien se han planteado sistemas de regulación de abasto, éstos han quedado muchas veces sujetos a fuerzas económicas del mercado que se sobrepone a los intereses de la sociedad y consecuentemente al bienestar general y a las necesidades reales de consumo.

Hoy en día, en el manejo de políticas para atender el problema de estos centros de abasto no podemos hacer a un lado el asunto relativo al crecimiento demográfico y a la expansión física que las ciudades experimentan -de ahí la preocupación por desarrollar el presente trabajo- más aún cuando su campo de acción corresponde a una zona metropolitana de las dimensiones y características que definen la de Guadalajara, urbe encuadrada como el polo de desarrollo más importante del occidente de México.

El proceso de alimentación humana es un problema sumamente complejo que involucra actividades tanto de producción primaria como de transformación, distribución, comercialización y consumo. Constituye igualmente un proceso dinámico e interdependiente en sus fases y tiene diferentes expresiones a nivel espacial. En la producción y distribución de alimentos participan una gran cantidad de unidades productivas con características heterogéneas. Asimismo, los hábitos y requerimientos de alimenta-

ción adquieren rasgos diferenciados de acuerdo con las peculiaridades geográficas, culturales, de sexo, edad, ocupación e ingreso de la población.

En la situación nutricional del país influyen en forma determinante la inequitativa distribución del ingreso, la reducción en el crecimiento de la producción nacional de alimentos básicos, su desviación hacia propósitos no alimentarios y su deficiente distribución interna. Además, no puede dejar de reconocerse el impacto de factores demográficos, culturales y educativos en el comportamiento del consumo.

En cuanto a los hábitos de alimentación, México presenta una gran heterogeneidad. Existe un "continuum" en el patrón dietético del mexicano que va desde el original mesoamericano, característico de ciertas zonas rurales y particularmente de las indígenas, hasta el mediterráneo, prevaleciente en las zonas urbanas. En todos ellos, con mayor o menor importancia, el maíz y el frijol siempre se encuentran presentes.

Son tantos los factores que intervienen en la producción de alimentos, en su distribución y en su consumo, que de ellos estamos siendo informados prácticamente todos los días a través de los más diversos medios: investigaciones especializadas, informes técnicos o políticos, acciones de planificación, disposiciones gubernamentales, demandas directas de la población por siniestros o catástrofes, descubrimientos de especulación y ocultamiento de víveres, conflictos entre productores e intermediarios, etc.

Tanto es así, que constantemente se revisan las políticas reguladoras del abasto alimentario y son causa y consecuencia a la vez de sistemas por medio de los cuales el Estado y sus correspondientes aparatos administrativos ponen en práctica disposiciones para que los alimentos lleguen al pueblo en las mejo-

res condiciones posibles de precio, cantidad y calidad; lo que implica, a su vez, el manejo de la planeación y consecuentemente propiciar la interrelación de todos los sectores tradicionales de la producción: primario, secundario y terciario. Aquí es donde puede uno darse cuenta de la complejidad a la que obedece el ciclo de producción, distribución y consumo de alimentos.

Sin embargo, resulta sorprendente que el comercio interno de México sea muy poco estudiado y discutido, no sólo por el hecho de que coexistan formas muy primitivas de comercio vigentes hasta nuestros días con sistemas de comercialización altamente modernos y tecnificados, sino también porque "...la actividad comercial aporta al Producto Nacional Bruto cifras significativas: más del 30% en el período 1940-1982 y superior al 20.5% en 1983" 1/ porcentajes que se comparan desfavorablemente con un 18% de los Estados Unidos y Japón, 10.5% en Argentina y Venezuela, 11% de Alemania Federal y 13% de Francia.

Dichas cifras revelan un alto costo de distribución en México, ya que absorbe un porcentaje muy grande del precio de venta final, encarece en forma considerable el producto al consumidor y en algunos casos inhibe la producción. Por esta razón es importante destacar los impactos económicos y sociales que se derivan de las prácticas comerciales en nuestro país y proponer algunas medidas y estrategias que conduzcan a un mejoramiento y modernización del proceso de comercialización interno.

La crisis económica que sufre el país ha tenido, entre otros efectos, el de poner a discusión temas cruciales del mercado interno, particularmente la estructura comercial de los productos primarios y su relación con el atraso rural, la inflación y la especulación. Es indudable la importancia del sector

1/ Miguel de la Madrid Hurtado, Sexto Informe de Gobierno, Anexo Estadístico, México, 1988, P. 49.

comercial dentro de la economía nacional por lo que representa dentro del producto interno bruto, por el número de personas que ocupa y por ser un sector indispensable en la satisfacción de las necesidades de la población.

Existe consenso en que se requiere de un proceso comercial ágil y transparente; sin embargo, se carece de un diagnóstico comercial integral, así como de un análisis permanente de las fases de comercialización y de los factores que las condicionan, por lo que frecuentemente se elaboran conclusiones equivocadas y, por lo mismo, propuestas y programas de acción ajenos a la realidad y de difícil instrumentación.

Algunas de las opiniones vertidas sugieren que el Estado asuma íntegramente la responsabilidad del control del sistema de abasto y comercio alimentario o, en contrapartida, que se cacterice a ésta como competencia exclusiva del sector privado. En otras ocasiones se propone prohibir la intermediación y, aún, ejercer acción penal contra quienes especulan indebidamente en esta actividad. Es frecuente conocer propuestas, planteamientos y alternativas de solución que coinciden en demandar apoyo y me jor regulación estatal para cancelar y sustituir la intermediación privada.

Si aparte de esto nos encontramos con el hecho de que en el país existen líneas de desarrollo dentro de las cuales se en trecruzan políticas de inversión por sectores y/o por regiones, es evidente que podemos llegar a concluir que el abasto alimentario, independientemente de que obedece a procesos generalizados para todos los centros de población, exige también políticas determinadas por la diferenciación cuantitativa y cualitativa de esos centros de población.

Por eso el abasto alimentario de las grandes ciudades, des de luego, se rige o debiera sujetarse a líneas de administración pública que se correspondan con cada caso en particular,

independientemente del hecho de que, en materia de administración y de gobierno, se cuente con un cartabón legal procedente de nuestro orden constitucional federal, del estatal y de reglamentaciones municipales.

El presente trabajo procede de un marco teórico relativo a los problemas localizados en una gran ciudad que hoy es considerada como gran área metropolitana: Guadalajara. De este marco teórico nacieron conclusiones que nos llevaron al establecimiento de criterios y de bases para la administración pública de su sistema de abasto alimentario.

En el caso de Guadalajara, por su localización geográfica dentro de la entidad federativa de la que es capital, nos encontramos con un polo de desarrollo dentro del cual no se localizan límites geográficos interestatales. La ciudad absorbió la totalidad geográfica del municipio de su nombre y se expandió hacia otros tres municipios: Tlaquepaque, Zapopan y Tonalá, todos de la misma entidad federativa, constituyéndose por ese proceso de conurbación en lo que ahora se conoce como Zona Metropolitana de Guadalajara y corazón de la economía y la vida política y social de Jalisco.

Independientemente del hecho de que esta zona metropolitana se localice en el territorio de un sólo estado, de todas maneras, por haberse constituido dentro de cuatro municipios, requiere, en el caso concreto del abasto alimentario, de bases normativas y operativas que caen en el campo de reformas a la administración pública, razón por la cual el contenido del presente trabajo comprende numerosos marcos de referencia de toda la entidad, así como análisis teóricos sobre la administración pública y sobre la teoría general de sistemas y su posible aplicación al caso concreto que nos ocupa. Todo esto, evidentemente, implica proposiciones de reformas puesto que la libertad municipal es un mandato constitucional perfectamente regulado.

Ciudades como Guadalajara requieren de atención inmediata en su sistema de organización territorial, de equipamiento urbano y de disposiciones de política y de gobierno; más aún, cuando por los estudios que se tienen a la mano se encuentra uno con el hecho de que este centro urbano es una ciudad en expansión que muchas veces queda fuera de control y que obedece a procesos y transformaciones también muchas veces irreversibles. Sin ir más lejos, el proceso de conurbación ha alcanzado ya a otros municipios contiguos como El Salto y Tlajomulco, sin que se cuente con planes de desarrollo que lo detengan o lo orienten.

Desde luego que el manejo y el estudio de las ciudades involucra numerosos campos, puesto que son la suma de la vida del hombre en lo individual, en lo familiar y como grupo, de allí que en el caso concreto de su abasto alimentario, desde un principio nos propusimos sujetarnos a un marco de referencia: el de proponer bases para la administración pública de un sistema de abasto alimentario para Guadalajara y su zona metropolitana con fundamento en la Teoría General de Sistemas.

Además de esta introducción, el estudio se compone de los siguientes ocho capítulos:

El Capítulo I, "Marco de referencia de Guadalajara y su zona metropolitana", inicia con la presentación de datos generales históricos, geográficos y económicos. Dentro de él se proporcionan informes sobre la ubicación territorial de la ciudad y sobre su estructura dentro del contexto geográfico de Jalisco, por lo cual figura una relación de la división municipal del estado.

Finaliza el capítulo con datos sobre la actividad comercial como proceso de crecimiento y desarrollo, dentro de los cuales figuran los antecedentes de su comercio y la situación

actual.

El capítulo II, "Marco teórico conceptual de la administración pública y de la teoría general de sistemas", fue integrado con la investigación general sobre la administración pública y su campo de estudio en una primera parte; en una segunda parte con la teoría general de sistemas, dentro de la cual se analiza el concepto de sistema, se habla de los niveles de sistemas y finalmente de los usos del sistema de sistemas; y en la última parte se trata de las aplicaciones a la administración pública de los conceptos de la teoría general de sistemas. Es un capítulo de gran importancia por su carácter formativo y propositivo, puesto que de su análisis surgen las bases para poder regular las operaciones de abasto alimentario de la zona metropolitana en cuestión.

En el capítulo III, "Diagnóstico integral del abasto alimentario en la zona metropolitana de Guadalajara desde un enfoque de sistemas. El sistema de acopio", se conjugan los elementos que forman parte de los dos capítulos anteriores. En él se da cuenta detallada de la comercialización de productos perecederos y agropecuarios en general, en relación con las necesidades del consumidor. Se habla también de la preparación de estos productos para el consumo; y se proporcionan datos sobre el acopio local y del correspondiente a otras entidades federativas. Para integrarlo hubo necesidad de efectuar investigaciones de campo, aplicación de encuestas y revisión de fuentes documentales. Se organizó tomando como hipótesis de trabajo la derivada de nuestra preocupación por analizar los problemas de abasto y de consumo como asuntos correspondientes a sistemas y subsistemas. En él hacemos especial referencia al subsistema de acopio local en Jalisco en materia de producción de maíz, de producción pecuaria y de producción pesquera. Finalmente, nos referimos al subsistema de acopio en otras entidades federativas.

Respecto a la encuesta aplicada, el cuestionario constó de

14 páginas, el universo lo constituyó la Zona Metropolitana de Guadalajara y el número de encuestas realizadas enseguida se detallan:

<u>NUMERO</u>	<u>G I R O</u>
26	Frutas
10	Legumbres y verduras
6	Carnes (rojas y blancas)
6	Líneas de transportistas
6	Dependencias oficiales
4	Ayuntamientos de la zona metropolitana
2	Tiendas para trabajadores del gobierno
1	Abarrotes (cereales)

61

El capítulo IV, "El sistema de servicios de apoyo a la comercialización de productos perecederos", se refiere al campo del sistema de servicios subsidiarios que auxilian en la comercialización de los alimentos, dentro del cual se da información sobre los medios de transporte y de comunicación con los que cuenta nuestra zona metropolitana en estudio, además de agregar datos sobre almacenamiento, normalización, envasado y financiación.

El capítulo V, en su título general, "El sistema de distribución de productos perecederos" nos da cuenta de lo que trata. Es un capítulo de diagnóstico de la distribución en general que se observa en el abasto alimentario de Guadalajara y su zona metropolitana, con datos muy concretos sobre el sistema de comercialización de los productos de mayor complejidad para su manejo: los perecederos; y de cómo actúa, en su distribución, el comercio mayorista y minorista así como la incidencia del intermediarismo.

Como el anterior, el capítulo VI, "El sistema de los agentes de la comercialización" se refiere específicamente al comercio del sector oficial, del sector privado y del sector social, diferenciando claramente sus procedimientos y objetivos particulares.

Con el capítulo VII, "El Estado mexicano frente al problema alimentario" se desarrollan, de conformidad con la investigación recopilada, tres asuntos de capital importancia: 1) el marco federal de atribuciones en materia de abasto alimentario; 2) el marco estatal; y 3) el marco municipal. Para su desarrollo hubo necesidad imperiosa de analizar el papel del Estado Mexicano frente al problema alimentario; consignar las atribuciones del Ejecutivo en materia económica; y dar consideraciones sobre la Carta Magna y el Titular del Poder Ejecutivo.

Del mismo modo, se precisa la intervención estatal en el sistema de distribución y el marco legal general en donde se desarrolla la actividad comercial.

El trabajo finaliza con el capítulo VIII que comprende nuestras apreciaciones concluyentes sobre un "Modelo de abasto alimentario propuesto para la zona metropolitana de Guadalajara, desde el enfoque de sistemas, y bajo el ámbito de acción de la administración pública". Este capítulo es propositivo y concluyente de la investigación general sobre el caso de Guadalajara y su zona metropolitana en materia de abasto alimentario y de cómo podría aplicarse un modelo de administración pública para regular dicho abasto.

Finalmente, deseamos que este esfuerzo de investigación pueda servir al interesado en la materia como un mar-

co teórico general que le permita realizar un estudio -
más profundo y exhaustivo del tema que le represente par-
ticular interés.

CAPITULO I

MARCO DE REFERENCIA DE GUADALAJARA Y SU ZONA METROPOLITANA

Guadalajara, capital del estado de Jalisco y segunda ciudad de la República Mexicana, cuenta en la actualidad con una población que fluctúa alrededor de los 3 millones de habitantes y ha rebasado los límites territoriales de su propio municipio, penetrando en los de Tlaquepaque, Zapopan y Tonalá, así, la superficie conurbada que alcanza los 200 Km² constituye la denominada área o zona metropolitana de Guadalajara; sin embargo, para el habitante común de la ciudad, Guadalajara, lo es todo y casi considera a los otros municipios como barrios de esta gran ciudad.

Por su importancia desde todo punto de vista y su favorable ubicación, Guadalajara es la ciudad cuyas características principales se describirán a continuación. (Al ser nuestro objeto de estudio, proporcionaremos una mayor fundamentación; de ahí que partamos del reconocimiento del hecho de que toda ciudad tiene un pasado, un presente y un futuro, por lo que iniciaremos con sus antecedentes históricos).

1.1 Historia.

"Río que corre entre piedras" es el significado de Guadala

jara que tomó su nombre en honor de la ciudad española donde naciera Nuño Beltrán de Guzmán, la cual adoptó su nombre del Río de Henares, que por su poca agua y abundancia de piedras fue -- llamado por los árabes: Wad-alhid-jara. 2/

Tras varios cambios geográficos se encontró el lugar adecuado para la nueva fundación de la ciudad en el Valle de Atemajac, y con la venia de Cristóbal de Oñate, su primer ayuntamiento fue establecido el 14 de febrero de 1542, siendo 18 años después designada capital del Reino de Nueva Galicia. 3/ Una vez consumada la independencia nacional, fue declarada capital del naciente estado de Jalisco el 21 de junio de 1823.

Guadalajara desde su nacimiento ha sido copartícipe en el desarrollo histórico de la nación y su presencia ha sido factor importante en la vida de México. 447 años de historia reflejan la actual Guadalajara, conocida como "La Perla de Occidente". -

1.2. Ubicación territorial de la ciudad.

La situación geográfica de Guadalajara resulta muy favorable y ha contribuido en gran parte a su rápido crecimiento, ya que constituye un paso obligado de las comunicaciones entre el-

2/ Páez Brotchie, Luis, Jalisco, Historia Mínima. Editado por H. Ayuntamiento. de Guadalajara, México 1985. p. 51.

3/ Muría, José Ma. Brevísima Historia de Guadalajara. Edit. Colomos, Guadalajara, México, 1982, p. 18.

Sur y Centro con el Noroeste del país. La Metrópoli se asienta a 300 kms. del litoral sobre el Océano Pacífico, a 590 kms. de la ciudad de México y 995 kms. de la frontera con Estados Unidos.

Con el fin de detallar la situación geográfica de la ciudad de Guadalajara dentro del estado de Jalisco, se agregarán datos referentes al entorno territorial de esta entidad federativa, así como de su división política interna.

Jalisco forma parte de la República Mexicana cuyo territorio se encuentra dividido en 31 estados y un Distrito Federal; aquéllos están integrados por municipios y éste último por delegaciones políticas.

En los cuadros siguientes se proporcionan algunos datos geográficos de la República Mexicana, así como su división política, zona económica y longitudes y latitudes extremas, (ver cuadro 1 y mapa 1).

El estado de Jalisco está situado en la parte occidental de la Mesa del Anáhuac y continúa por el declive del Pacífico hasta los acantilados costeros. Sus coordenadas extremas son: $18^{\circ}58'05''$ y $22^{\circ}51'49''$ de latitud norte y $101^{\circ}43'26''$ de longitud oeste.

Al norte limita con Durango, Zacatecas y Aguascalientes; -

CUADRO 1

ALGUNOS DATOS GEOGRAFICOS DE LA REPUBLICA MEXICANA

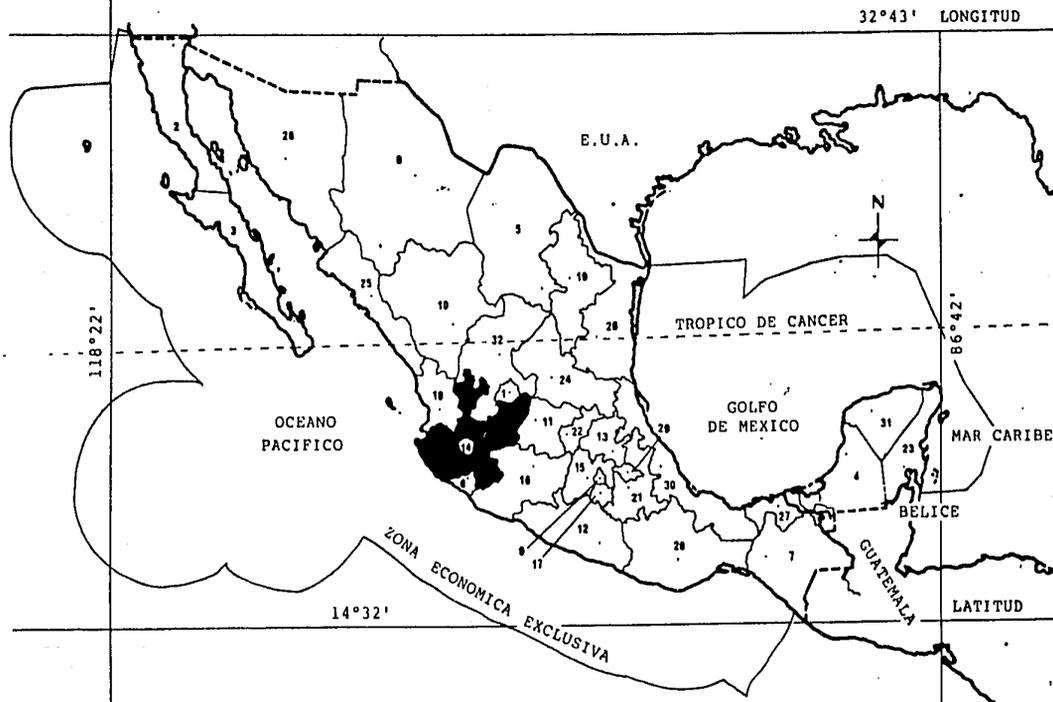
Número en el mapa	Entidad Federativa	Capital
	Estados Unidos Mexicanos	México, D. F.
1	Aguascalientes	Aguascalientes
2	Baja California	Mexicali
3	Baja California Sur	La Paz
4	Campeche	Campeche
5	Coahuila	Saltillo
6	Colima	Colima
7	Chiapas	Tuxtla Gutiérrez
8	Chihuahua	Chihuahua
9	Distrito Federal	---
10	Durango	Durango
11	Guanajuato	Guanajuato
12	Guerrero	Chilpancingo
13	Hidalgo	Pachuca
14	Jalisco	Guadalajara
15	México	Toluca
16	Michoacán	Morelia
17	Morelos	Cuernavaca
18	Nayarit	Tepic

Número en el mapa	Entidad Federativa	Capital
19	Nuevo León	Monterrey
20	Oaxaca	Oaxaca
21	Puebla	Puebla
22	Querétaro	Querétaro
23	Quintana Roo	Chetumal
24	San Luis Potosí	San Luis Potosí
25	Sinaloa	Culiacán
26	Sonora	Hermosillo
27	Tabasco	Villahermosa
28	Tamaulipas	Ciudad Victoria
29	Tlaxcala	Tlaxcala
30	Veracruz	Xalapa
31	Yucatán	Mérida
32	Zacatecas	Zacatecas

FUENTES: Elaborado por el Departamento de Estudios Sociales, Banamex, con datos de: Secretaría de Programación y Presupuesto, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Agenda Estadística 1983, México 1984, y Anuario de Estadísticas Estatales 1984, México 1984.

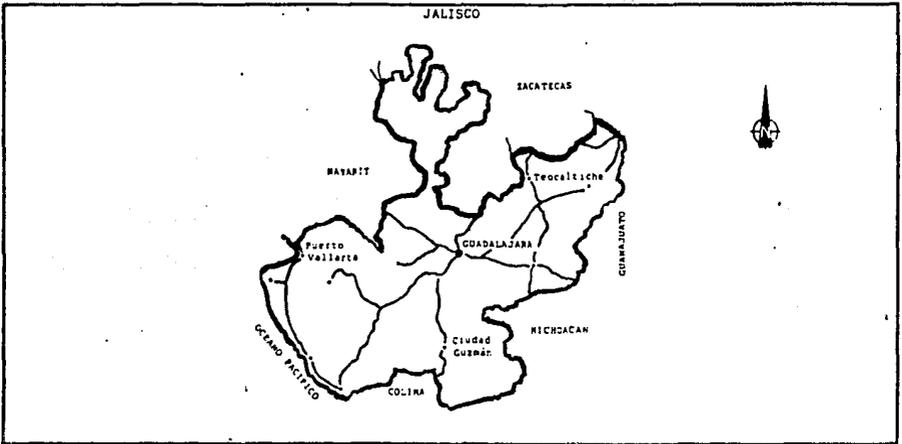
MAPA 1

DIVISION POLITICA, ZONA ECONOMICA Y LONGITUDES Y LATITUDES EXTREMAS



FUENTES: Elaborado por el Departamento de Estudios Sociales, Banamex, con datos de: Secretaría de Programación y Presupuesto, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Agenda Estadística 1983, México 1984, y Anuario de Estadísticas Estatales 1984, México 1984.

al este con Guanajuato y San Luis Potosí; al sur con Michoacán y Colima, y al oeste con el Océano Pacífico y Nayarit. Los 80,137 km² de su territorio representan el 4.01% de la superficie del territorio nacional. Comparado con el resto de los estados de la república ocupa el sexto lugar en extensión. 4/



Fuente: México Social 1987. Indicadores Seleccionados. Banamex, México, 1987.

Limitado por ocho estados y el Océano Pacífico, Jalisco se significa en el marco territorial del país como el corazón del occidente. "Sobre sus 80,137 km², se levantan 9,861 localidades que aglutinan en total a 5'044,472 habitantes, de los cuales -- 2'244,715 se concentran en la zona conurbada de su capital. -de nominada área o zona metropolitana- constituida por las ciuda--

4/ Síntesis Geográfica de Jalisco. Secretaría de Programación y Presupuesto, México, 1987.

des de Guadalajara, Tlaquepaque, Zapopan y Tonalá". 5/

"En pocas palabras, la mitad de la población del estado -- concentrada en 4 de los 124 municipios. Estos cuatro municipios juntos suman apenas 1,471.054 km², que vienen a representar al 1.84% de la superficie del estado. En este 1.84% de superficie vive el 44.10% de la población total de la entidad; el 55% restante de habitantes se dispersan en el 98.16% de la superficie total" 6/

El territorio interno de Jalisco está conformado e integrado por 124 municipios, los cuales se enlistan por orden alfabético:

- | | |
|--------------------------|------------------------|
| 1. Acatic | 11. Atengo |
| 2. Acatlán de Juárez | 12. Atenguillo |
| 3. Ahualulco de Mercado | 13. Atotonilco el Alto |
| 4. Amacueca | 14. Atoyac |
| 5. Amatitán | 15. Autlán de Navarro |
| 6. Ameca | 16. Ayotlán |
| 7. Antonio Escobedo | 17. Ayutla |
| 8. Arandas | 18. Barca, La |
| 9. Arenal, El | 19. Bolaños |
| 10. Atemajac de Brizuela | 20. Cabo Corrientes |

5/ X Censo General de Población y Vivienda, SPP, México, 1983.

6/ Castañeda Jiménez, Héctor F. Jalisco en México, Gob. del Edo. de Jal., Quad., México, 1988, p. 26.

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------------|
| 21. Casimiro Castillo | 48. Jalostotitlán |
| 22. Cañadas de Obregón | 49. Jamay |
| 23. Cihuatlán | 50. Jesús María |
| 24. Ciudad Guzmán | 51. Jilotlán de los Dolores |
| 25. Cocula | 52. Jocotepec |
| 26. Colotlán | 53. Juanacatlán |
| 27. Concepción de Buenos Aires | 54. Juchitlán |
| 28. Cuautitlán | 55. Lagos de Moreno |
| 29. Cuautla | 56. Limón, El |
| 30. Cuquío | 57. Magdalena |
| 31. Chapala | 58. Manuel M. Diéguez |
| 32. Chimaltitán | 59. Manzanilla, La |
| 33. Chiquilistlán | 60. Mascota |
| 34. Degollado | 61. Mazamitla |
| 35. Ejutla | 62. Mexxicacán |
| 36. Encarnación de Díaz | 63. Mezquitic |
| 37. Etzatlán | 64. Mixtlán |
| 38. Gómez Farías | 65. Ocotlán |
| 39. Grullo, El | 66. Ojuelos de Jalisco |
| 40. Guachinango | 67. Pihuamo |
| 41. Guadalajara | 68. Poncitlán |
| 42. Hostotipaquillo | 69. Puerto Vallarta |
| 43. Huejúcar | 70. Purificación |
| 44. Huejuquilla el Alto | 71. Quitupan |
| 45. Huerta, La | 72. Salto, El |
| 46. Ixtlahuacán de los Membrillos | 73. San Cristóbal de la Barranca |
| 47. Ixtlahuacán del Río | 74. San Diego de Alejandría |

- | | |
|--------------------------------|----------------------------------|
| 75. San Juan de los Lagos | 102. Tonalá |
| 76. San Julián | 103. Tonaya |
| 77. San Marcos | 104. Tonila |
| 78. San Martín de Bolaños | 105. Totatiche |
| 79. San Martín Hidalgo | 106. Tototlán |
| 80. San Miguel el Alto | 107. Tuxcacuesco |
| 81. San Sebastián del Oeste | 108. Tuxcueca |
| 82. Santa María de los Angeles | 109. Tuxpan |
| 83. Sayula | 110. Unión de San Antonio |
| 84. Tala | 111. Unión de Tula |
| 85. Talpa de Allende | 112. Valle de Guadalupe |
| 86. Tamazula de Gordiano | 113. Valle de Juárez |
| 87. Tapalpa | 114. Venustiano Carranza |
| 88. Tecalitlán | 115. Villa Corona |
| 89. Tecolotlán | 116. Villa Guerrero |
| 90. Techaluta | 117. Villa Hidalgo |
| 91. Tenamaxtlán | 118. Yahualica de González Gallo |
| 92. Teocaltiche | 119. Zacoalco de Torres |
| 93. Teocuitatlán de Corona | 120. Zapopan |
| 94. Tepatitlán de Morelos | 121. Zapotiltic |
| 95. Tequila | 122. Zapotitlán de Vadillo |
| 96. Teuchitlán | 123. Zapotlán del Rey |
| 97. Tizapán el Alto | 124. Zapotlanejo |
| 98. Tlajomulco de Zúñiga | |
| 99. Tlaquepaque | |
| 100. Tolimán | |
| 101. Tomatlán | |

Para efectos de la regionalización utilizada en el Plan Jalisco, el total de los municipios ha sido agrupado en 10 regiones: Colotlán, Lagos, Tepatitlán, La Barca, Tamazula, Guzmán, - Autlán, Vallarta, Ameca y Guadalajara.

1.3 Estructura de la ciudad.

Guadalajara es una ciudad que forma parte de la región número dos, de las varias en que se subdivide el estado de Jalisco para efectos de desarrollo regional. Esta región está integrada por 19 municipios, cuatro de los cuales -que ya se han mencionado- constituyen el área metropolitana de Guadalajara.

A su vez, la ciudad se divide en cuatro partes o sectores, con base en dos ejes muy reconocidos hacia el interior de la ciudad, como son la Calzada Independencia y la calle Morelos y Gigantes (Ejes Norte Sur y Oriente-Poniente respectivamente), - en donde se asientan 248 colonias. (ver cuadro 2).

1.4 La actividad comercial, como proceso de crecimiento y desarrollo.

La actividad comercial en la ZMG y en general en el estado de Jalisco reviste gran importancia económica, tanto para la población jalisciense por el volumen de empleo que genera como para la actividad económica de la región, por la función distribuidora que desempeña.

Cabe destacar que Guadalajara gracias a su situación geográfica y a la relativa facilidad de sus vías de comunicación, después del Distrito Federal, desempeña un papel predominante como centro comercial, cuya área de influencia abarca los estados vecinos y zonas del centro y noroeste del país; su dinámica se manifiesta en el incremento del número de establecimientos y personal ocupado en las últimas décadas.

1.4.1 Antecedentes del comercio en la ZMG.

Según los especialistas, las primeras relaciones comerciales en lo que hoy es territorio mexicano datan del año 1,500 -- A.C., y se daban entre grupos que vivían en la costa del Golfo de México con los que se encontraban en la cuenca sur del Altiplano Central.

Las relaciones comerciales de las antiguas culturas mexicanas o de mesoamérica, como también se les denomina, llegaron a evolucionar hasta llegar a convertirse en una compleja organización perfectamente jerarquizada, como fue aquella existente en la gran Tenochtitlán en el momento de la conquista por parte de los españoles.

En la época del imperio azteca el comercio estaba bien organizado con base en su clase comerciante llamada "Pochtecas" - quienes realizaban tanto el comercio exterior como el interior.

El comercio exterior se extendía a las provincias más remotas con las que intercambiaban productos de gran demanda como el jade, la concha, plumas de vistosos colores, cerámica, orfebrería y algodón. Los comerciantes caminaban en grupos, por rutas perfectamente conocidas, contaban con albergues y canoas. Los Pochtecas servían, en caso necesario, de embajadores y de ellos se obtenían informes muy valiosos para utilizarlos en la estrategia militar. "Eran, además, elementos muy estimados en el desarrollo cultural de los pueblos, porque transmitían de un lugar a otro nuevos conocimientos y nuevas técnicas". 7/

El comercio interior, se realizaba en lugares especiales como el Mercado de Tlatelolco, que causó la admiración de los conquistadores por la variedad de sus productos y la perfección de su organización; Bernal Díaz del Castillo nos describe de esta forma dicho mercado, "y en cuanto llegamos a la gran plaza que se dice Tlatelolco, como no habíamos visto cosa igual, quedamos admirados de la multitud de gente y mercaderías que en ella había, y del gran concierto de regimiento que en todo tenían, cada género de mercaderías estaba por sí, y tenía situado y señalado su asiento". 8/

El sistema comercial a través de tianguis también existía-

7/ Bernal Díaz del Castillo. Historia Verdadera de la conquista de la Nueva España. Edit. Porrúa, México 1972, p. 177.

8/ Ibidem, p. 173.

en el territorio de lo que hoy es Jalisco; al menos así lo confirma el centro de población indígena de Tlaquepaque "cuyo tianguis poseía una gran importancia regional". 9/

Con la conquista de México, el territorio se distribuyó bajo otros criterios. En tal proceso se conformó la región que ocupa el actual estado de Jalisco: la Nueva Galicia, que así -- permaneció durante la Colonia, aunque su territorio se redujo -- en el siglo XVIII al crearse la Intendencia de Guadalajara.

En la Nueva Galicia, como en toda la Nueva España, el Estado intervenía en el comercio y su preocupación principal era garantizar el abasto de productos básicos de consumo alimenticio; para este propósito se servían de las "alhóndigas", que eran una especie de mercados en donde se comercializaban granos y semi--llas, y de los "pósitos", que eran reservas o depósitos de tri--go. Asimismo, se dedicaba a combatir la especulación desmedida.*

Desde el siglo XVI Guadalajara tuvo, gracias a la relativa facilidad de las vías de comunicación, un papel comercial bas--tante importante; proporcional a la población, los comerciantes fueron muy numerosos. Sin embargo, Guadalajara era muy depen---diente de la ciudad de México. Todos los comerciantes se abaste--cían en ella: importaban de la capital productos fabricados de

9/ D'arc Rivière, Hélène. Guadalajara y su región. SEP, México 1973, p. 27.

* Este antecedente es importante resaltarlo ya que desde esa época se empieza a notar la intervención del Estado en la regulación del abasto -- alimentario, misma que ha crecido a través del tiempo hasta adquirir mayor relevancia en la actualidad.

las regiones cercanas o lejanas y del extranjero. Por el contrario, la Nueva Galicia vendía a la Nueva España productos de la cría de animales. Hay que hacer notar también que la ciudad minera de Zacatecas, que formaba parte de la Nueva Galicia, se abastecía directamente en México en vez de en Guadalajara. 10/

Entre el siglo XVI y principios del XVII, Guadalajara sólo pudo duplicar su población; no obstante, se constituyó en un mercado urbano fuerte y en centro distribuidor de bienes hacia otras regiones y se convirtió en un centro cuya economía se sustentaba en los servicios administrativos y el comercio.

Durante el siglo XVIII el comercio experimenta un período de pleno florecimiento, gracias a su fuerte intercambio comercial con la capital de la Nueva España y ciudades del resto de la Nueva Galicia, así como con las regiones aledañas a Guadalajara.

En el mismo siglo XVIII, a partir de 1760, el crecimiento del mercado urbano de Guadalajara fomentó la producción de granos, en especial trigo y maíz en las regiones circundantes; la agricultura comercial empezó a ganar terreno a la agricultura de autoconsumo; la escasa área cultivable de Guadalajara frente a las necesidades de consumo en aumento explica ese he

10/ Arregui, F. Descripción de la Nueva Galicia, Edición y estudio Fr. Chevalier, Sevilla, 1946, p. 15.

cho; en otras palabras, "el incremento en el consumo urbano de trigo puede atribuirse a la explosión demográfica de la ciudad y a la prosperidad que le acompañó a la vuelta del siglo". 11/

La decadencia de la metrópoli española en el siglo XVIII, - llevó consigo una diversificación de la producción y una extensión de los mercados en las colonias. En la Nueva Galicia nacieron pequeñas industrias (fabricación de jabón, cuerdas, botas - de cuero). A finales del siglo XVIII los comerciantes de Guadalajara tuvieron bastante poder para crear un consulado (1791), - que junto con el de la ciudad de México y el de Veracruz eran los únicos en el país; este consulado permitió establecer lazos sólidos entre la ciudad y su región. Su jurisdicción rebasaba ampliamente la de intendencia (*), extendiéndose sobre todos los territorios de la antigua Nueva Galicia.

El Real Consulado fue creado en 1795 por Cédula Real, apenas 4 años después de las gestiones que los comerciantes de Guadalajara llevaron a cabo con el apoyo de los cabildos eclesiásticos y secular, del ministro de la real hacienda y del gobernador intendente. Dicha institución, que fungía como tribunal de

11/ Van Young, Eric. Gobierno de Jalisco. Revista Jalisco, Núm. 2, - Guadalajara, México, 1980, p. 75.

(*) A fines del siglo XVIII, toda la repartición administrativa fue modificada: en 1786 se crearon 12 intendencias de dimensiones reducidas. La de Guadalajara cubría los estados actuales de Jalisco, Aguascalientes, Colima y Nayarit.

justicia en materia mercantil y como alentadora de las actividades comerciales, había sido creada en la ciudad de México, desde 1592. Para cuando se estableció la de Guadalajara, en toda la colonia española sólo existían la de la propia ciudad de México y la de Lima.

"Se componía el Consulado de comerciantes en los diversos ramos, capitanes y maestros de naos, que en junta general elegían a los miembros de la directiva, integrada por un presidente, dos cónsules, nueve conciliarios, un síndico y un secretario, auxiliados por un contador, un tesorero, un asesor y un escribano. Llegó a ser hasta rival con el de la ciudad de México, de tal forma que los comerciantes tapatíos gozaron de autonomía y progreso bien manifiestos". 12/

A principios del siglo XIX, en vísperas de la independencia, Guadalajara había unido a su papel de capital relativamente autónoma, el papel de capital comercial determinante.

El último intendente, José de la Cruz, trató de hacer crecer la autonomía administrativa y económica de Guadalajara frente a la ciudad de México durante la guerra, intentando ampliar la intendencia para los intercambios con California. Las difi-

12/ Piñera Ramírez, David. El nacimiento de Jalisco y la gestación del federalismo mexicano. Editado por Poderes de Jalisco. Guadalajara, México, 1974, p. 22.

cultades de comunicación entre la ciudad de México y California le facilitaron su intento. Hizo mejorar la carretera entre Guadalajara y Tepic y abrir el puerto de San Blas. Eso significó - el primer paso para crear una vía comercial que más tarde se hizo esencial para Jalisco en el siglo XIX y XX; aunque posteriormente esta vía marítima iba a ser sustituida por una vía terrestre a lo largo de la costa del Pacífico.

La guerra de independencia de México con duración de 11 - años a partir de 1810, la casi ininterrumpida lucha intestina - entre los mismos mexicanos y las intervenciones extranjeras de Francia y Estados Unidos, llevaron al comercio en Jalisco y en el resto del país a su expresión mínima.

En esa época se incrementaron las dificultades para comunicarse. Tanto a nivel nacional como a nivel local la labor de reparación de carreteras fue muy costosa. "Al mismo tiempo se desarrollaron localidades de relativa importancia, dándose un proceso de automatización regional del comercio en Jalisco, de tal manera que esas pequeñas ciudades como Ciudad Guzmán, Sayula, - Lagos, Autlán, Tuxpan, Mascota, Teocaltiche, La Barca, etc., se convirtieron en centros comerciales locales". 13/

La instalación de un importante comercio al mayoreo, do--minado por Guadalajara, fue sobre todo obra de los franceses, -

13/ D'arc, op. cit., p. 23.

españoles y libaneses. Se aprovecharon de que durante la guerra de independencia Guadalajara había adquirido una situación política y económica relativamente autónoma frente a México. La insuficiencia de las carreteras había, además, creado la costumbre de intercambios directos con California por el puerto de -- San Blas. Guadalajara importaba más de lo que exportaba. California y los Estados Unidos llegaron a ser, en detrimento de España, los primeros abastecedores del oeste mexicano. Este exportaba maíz, productos tropicales, objetos artesanales, plata, - etc. y compraba prácticamente todos los productos fabricados.

Una vez transcurridos 66 años de cruentas luchas, el comercio empezó a organizarse y bajo el auspicio de la incipiente -- paz porfiriana se fundó la Cámara Nacional de Comercio de Guadalajara el 20 de junio de 1888, englobando tanto a comerciantes, como a industriales, a productores agrícolas y a productores de bienes y servicios.

Un mes antes, Guadalajara había quedado integrada a la red ferroviaria al ser concluida la línea México-Guadalajara. Con ella se vincularon importantes zonas productoras de Jalisco antes poco ligadas comercialmente con Guadalajara y se generó la posibilidad de lograr lo mismo con regiones de otros estados -- del país. En estas circunstancias también se produjeron cambios en la estructura productiva de Jalisco, en especial en la agricultura, atrasada y en alto grado de autoconsumo y de venta local y regional. "Este sector fue sometido a un proceso de cam--

bio hacia agricultura comercial exportable a otros estados y -- hasta el extranjero". 14/

Las facilidades que aportó al comercio la creación del ferrocarril México-Guadalajara en 1888 remedió en parte la mediocridad de las carreteras. pero al mismo tiempo reforzaron la dependencia de Guadalajara frente a la capital. Los comerciantes-compensaron la pérdida de influencia en los estados del centro, en beneficio de la ciudad de México, por una intensificación de los intercambios con el noroeste, que vendía materias primas -- agrícolas y compraba productos elaborados.

Al relativo proceso de modernización y transformación económica al cual fue sometido el país, no escapó Guadalajara. Se dieron aquí cambios significativos en la política económica para impulsar otros sectores de apoyo a la actividad productiva. Dentro de esta dinámica, y durante el Porfiriato, se crearon -- instituciones bancarias, algunas de las cuales instalaron sucursales en la capital jalisciense, como el Banco de Londres y México y el Banco de Comercio de Guadalajara; posteriormente el Banco Refaccionario de Jalisco, estos dos últimos "con capital-parcialmente regional". 15/

14/ Arroyo, Jesús. Población, Urbanización y Desarrollo Regional en Jalisco. Guadalajara; 1986, p. 3.

15/ Gobierno del Estado de Jalisco. Comité de Planeación del Desarrollo, Vol. VI, Guadalajara, 1986, p. 6.

La preocupación por el consumo de la mayoría de la población (aunque ésta padecía un bajo poder adquisitivo) y por impulsar al pequeño comercio, también estuvo presente. En esa época el gobierno hizo suya la responsabilidad de introducir instrumentos de comercialización de alimentos para lo cual impulsó la creación de mercados públicos municipales, como el mercado - Corona. Anteriormente, en éstos predominaba el expendio de frutas, verduras, granos y alimentos.

Ya a fines del siglo XIX, los pequeños comerciantes fijos y ambulantes representaban un sector numeroso en Guadalajara y abarcaban varios rubros comerciales; su auge justificó el que - ya en 1893 se regulara el cobro de piso.

La paz porfiriana llegó a su fin el 20 de noviembre de -- 1910 al grito de "Sufragio Efectivo. No Reelección", al que luego se sumaron todas las inconformidades sociales y económicas - que hasta entonces habían sido reprimidas.

"A partir del movimiento armado de 1910 y durante el desarrollo de éste, la economía del país se desarticuló; el comercio, sobre todo el regional, también sufrió las consecuencias; los establecimientos comerciales, tanto en las ciudades importantes como en los pueblos, fueron frecuentemente saqueados por las tropas en pugna: federales, zapatistas, carrancistas y villistas, las que, necesitadas de vituallas y escasamente contro

ladas por sus jefes, se daban al pillaje". 16/

Debido a los frecuentes cambios de ocupación de la plaza - de Guadalajara por carrancistas y villistas, los gobernadores - en turno eran los receptores de quejas innumerables de los co- merciantes en el sentido de que durante la estancia de las tro- pas respectivas, eran robados, saqueados y no les pagaban las - cuentas de mercancías pedidas a crédito.

También en esa época disminuyó la arriería en Jalisco, que había constituido el principal medio de abastecimiento en todas las poblaciones; ya que las recuas de mulas eran frecuentemente robadas con todo y sus cargamentos y los arrieros vejados o - - muertos.

Un hecho que también mucho contribuyó a desalentar el co- mercio, tanto en Jalisco como en el resto del país, fue la emi- sión de billetes pretendidamente de banco, que cada facción gue- rrera en pugna puso en circulación forzosa en cada pueblo o ciu- dad de su influencia, "billetes que luego no respondieron ni si- quiera al valor del papel en que estaban hechos". 17/

No obstante lo anterior, los comerciantes buscaban encon--

16/ Gutiérrez López, Gregorio. El comercio en la revolución, en Jalisco en la Revolución, Gobierno del Estado de Jal., Guad. 1988, pp. 67-68.

17/ Ibidem, p. 69.

trar caminos menos sinuosos para desarrollar sus actividades por tantos años aletargados. Esto los llevó a celebrar en el -- año de 1917 el Primer Congreso Nacional de Comerciantes, el -- cual dió nacimiento a la Confederación de Cámaras de Comercio -- de la República Mexicana que aglutinaba a 36 agrupaciones, en-- tre las que se encontraba la Cámara Nacional de Comercio de Gua-- dalajara.

El número de establecimientos comerciales de 1910 a 1930 -- creció; sin embargo, a partir de ese año y al amparo de una me-- jor estabilidad y condiciones favorables, Guadalajara y Jalisco experimentaron una recuperación de su economía. "A partir de -- esa década hay una reactivación de la economía regional que -- coincidió con un período de mayor estabilidad política". 18/ El comercio también siguió tal tendencia, tanto local como regio-- nal; a partir de 1927, Guadalajara quedó comunicada por ferroca-- rril con el noroeste del país, lo que permitió extender y forta-- lecer su presencia en esa región.

Durante esta época se empezó a diferenciar más la coexis-- tencia de varias formas de comercio en el estado, el tradicio-- nal y el moderno. "El primero, predominante en el interior y -- con presencia importante en la capital, representado por el pe-- queño comercio y el sector de reciente desarrollo que era el am

18/ Lailson, Patricia. Guadalajara la gran ciudad de la pequeña -- industria. El Colegio de Michoacán. Zamora, Mich., 1985, p.192.

bulante así como aquellos establecimientos mayores que no modernizaron su forma de operar ni su organización. El segundo, expresado por los grandes establecimientos, mayoristas y minoristas, tiendas de departamentos que fueron sometidas a un proceso de reorganización y de reorientación en su forma de operar, en sus mercados de influencia y en su escala de operación, todos o la mayoría de ellos establecidos en Guadalajara, disfrutaban de la reducida o amplia capacidad crediticia que algunas instituciones bancarias locales dedicaban en su apoyo". 19/

En 1940 se concentraba en Guadalajara el privilegio de la actividad económica, principalmente la comercial; en mejor grado en Ciudad Guzmán, Sayula y principalmente en Zapopan y Tlaquepaque, que tenían cierta relevancia económica por el desarrollo de su agricultura e industria; el resto de los municipios tenían un nivel muy homogéneo en su desarrollo; su actividad económica y su población giraban en torno a la agricultura. Guadalajara aún no estaba muy comunicada por carreteras modernas - por el occidente, la capital y el norte, aunque sí por ferrocarril.

Así, el objetivo central de la política económica estatal fue dotar en forma progresiva de la infraestructura y servicios

19/ Torres Montes de Oca, Abelino. Jalisco desde la revolución. El comercio y su conformación 1940-1987. Tomo XIV. Gobierno del Estado de Jalisco. Guadalajara, Jal. México, 1988. p. - 89.

públicos urbanos a las cabeceras de los municipios, y acortar - las distancias respecto a la capital jalisciense dando primacía desde 1940 al impulso de la región de la costa, poco colonizada y potencialmente amplia y rica en recursos naturales.

En el proceso de aplicación de la política económica para- el desarrollo se observan tres constantes: la prioridad a lo -- largo de los años cuarenta hasta los ochenta en el desarrollo - carretero, en el equipamiento urbano de Guadalajara y en la - - apertura de escuelas en el interior del estado.

El objetivo implícito, y al mismo tiempo explícito de va-- rios gobiernos del estado de dar alta prioridad al desarrollo - carretero, era unir nuevos centros de producción agropecuaria - con el gran centro de consumo, que era Guádalajara y con otras- ciudades a través de ésta.

Se confirió especial interés a la costa del sur del esta-- do, poco poblada y con un gran potencial de desarrollo agrope-- cuario, con gran extensión y riqueza de recursos naturales, po-- niéndola incluso como solución al problema de abasto de alimen- tos básicos para el resto del estado, pero en especial de Guada- lajara.

1.4.2 Situación actual.

El comercio sigue siendo la principal actividad tradicio-- nal y moderna de la ciudad. La presencia del comercio tradicio--

nal se manifiesta por el agrupamiento de tiendas de mayoreo en ciertas calles: boneterías, textiles y calzado en Pedro Moreno; pequeños comercios de bazar, productos alimenticios populares - (dulces) en el corazón de la ciudad, en los portales; refaccionarias y talleres mecánicos en la gran avenida popular, en la Calzada Independencia, etc.

Los enormes mercados, de los que la mayoría fueron arreglados después de 1955, conservan su antiguo y céntrico lugar y venden productos alimenticios de consumo corriente y productos de artesanía jalisciense. En los barrios populares las tiendas de abarrotes (misceláneas) no han sido todavía sustituidas por los supermercados. Algunos grandes almacenes del centro como las Fábricas de Francia y el Nuevo París, en la medida de que existen desde hace un siglo y aunque estén en gran parte transformados y modernizados, forman también parte del comercio tradicional, no obstante que no expendan productos alimentarios.

El Mercado de Abastos de Guadalajara, construido en 1967, mercado mayorista de frutas y legumbres, donde se abastecen los revendedores de los mercados de San Juan de Dios y Alcalde, pequeños comerciantes de todos los barrios, comerciantes del estado y estados vecinos, representa en la actualidad el centro más importante en la ciudad por el flujo comercial originado por la compra-venta de productos perecederos.

Asimismo, es notorio el crecimiento de la Cámara Nacional-

de Comercio de Guadalajara, que agrupa a un total de 11,227 socios distribuidos en 60 secciones especializadas, lo que da una idea acerca del movimiento comercial en la ciudad.

SECCIONES ESPECIALIZADAS DE LA CAMARA NACIONAL DE COMERCIO EN -
GUADALAJARA.

- 1.- ABARROTES.
- 2.- ALMACENES, TIENDAS DE ROPA Y VARIOS.
- 3.- AUTOSERVICIOS EN COMESTIBLES, VINOS, HOGAR Y ROPA.
- 4.- COMERCIANTES ZONA CHAPULTEPEC.
- 5.- COM. DE VINOS Y LICORES EN BOTELLA CERRADA.
- 6.- COMERCIANTES EN CALZADO.
- 7.- COMERCIANTES PLAZA PATRIA.
- 8.- DISTRIBUIDORES DE ALUMINIO.
- 9.- DISTRIBUIDORES DE ARTICULOS PARA EL HOGAR.
- 10.- DISTRIBUIDORES DE AUTOMOVILES NUEVOS.
- 11.- DISTRIBUIDORES DE AUTOMOVILES Y CAMIONES USADOS.
- 12.- DISTRIBUIDORES DE TABLEROS Y PRODUCTOS DE MADERA.
- 13.- DISTRIBUIDORES DE VIDRIO PLANO.
- 14.- EXPORTADORES E IMPORTADORES.
- 15.- DISTRIBUIDORES DE EQUIPOS Y MATERIALES ELECTRICOS.
- 16.- FARMACIAS.
- 17.- FERRETERIAS.
- 18.- INMOBILIARIAS Y DESARROLLO URBANO.
- 19.- JOYERIAS Y RELOJERIAS.
- 20.- LAVANDERIAS DE AUTOSERVICIO.

- 21.- LIBRERIAS.
- 22.- MAQUINARIA EN GENERAL.
- 23.- MAYORISTAS EN ARTICULOS ESCOLARES Y DE OFICINA.
- 24.- PROVEEDORES DE PRODUCTOS QUIMICOS.
- 25.- REFACCIONES AUTOMOTRICES.
- 26.- TURISMO.
- 27.- ESTACIONAMIENTOS.
- 28.- ARRENDADORES DE AUTOMOVILES SIN CHOFER.
- 29.- CRISTALERIA Y LOZA.
- 30.- RODAMIENTOS Y ACCESORIOS INDUSTRIALES.
- 31.- COMERCIANTES ESTEBAN ALATORRE.
- 32.- RAMO OPTICO.
- 33.- COMERCIANTES DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCION.
- 34.- DISTRIBUIDORES DE ESPECIALIDADES MEDICAS.
- 35.- DISTRIBUIDORES DE FIERRO Y ACERO.
- 36.- AGENCIAS DE VIAJES.
- 37.- DISTRIBUIDORES DE CRISTALES AUTOMOTRICES.
- 38.- COMERCIANTES PLAZA MEXICO.
- 39.- GASOLINEROS DE GUADALAJARA.
- 40.- SISTEMAS Y EQUIPOS PARA AGUA Y ALBERCAS.
- 41.- SISTEMAS Y EQUIPOS CONTRA INCENDIOS.
- 42.- COMERCIANTES PLAZA DEL SOL.
- 43.- INFORMATICA Y COMPUTACION.
- 44.- COMERCIANTES ZONA ALVARO OBREGON.
- 45.- IMPLEMENTOS Y SERVICIOS CENTRALES.
- 46.- DISTRIBUIDORES DE LLANTAS.
- 47.- DISCOTECAS E INSTRUMENTOS MUSICALES.

- 48.- AGENCIAS DE PUBLICIDAD.
- 49.- ARTICULOS Y PARTES ELECTRONICAS.
- 50.- CASAS DE ARTICULOS DEPORTIVOS.
- 51.- DISTRIBUIDORES DE PINTURAS Y SIMILARES.
- 52.- EQUIPOS Y MUEBLES PARA OFICINA Y COMERCIO.
- 53.- VIDEO CLUBES.
- 54.- DISTRIBUIDORES DE CINTAS ADHESIVAS INDUSTRIALES.
- 55.- ZONA DE VESTIR MEDRANO.
- 56.- TIENDAS DE REGALO.
- 57.- PRESTADORES DE SERVICIOS DE LIMPIEZA.
- 58.- MUEBLES PARA BAÑO Y RECUBRIMIENTOS CERAMICOS.
- 59.- ALFOMBRAS CORTINAS Y DISEÑO DE INTERIORES.
- 60.- PRESTADORES DE SERVICIOS Y COMERCIANTES ZONA CENTRAL CAMIO
NERA.

FUENTE: Cámara Nacional de Comercio de Guadalajara. Investiga--
ción directa. Agosto de 1989.

El importante papel comercial que desempeña Guadalajara se manifiesta claramente si se toma en cuenta que en el área metropolitana de Guadalajara existen aproximadamente 35 mil establecimientos dedicados al comercio de mayoreo y menudeo, dando ocupación a cerca de 150 mil personas. Estos establecimientos se especializan sobre todo en la compra-venta de artículos de consumo final: alimentos, bebidas, prendas de vestir, artículos pa

ra el hogar, etc., destacando la venta del calzado. 20/

Cabe destacar que, aunque prevalece el pequeño y mediano - comercio de tipo tradicional, en los últimos años se han reflejado notables adelantos en la modernización y tecnificación de procedimientos comerciales, como es el fenómeno de plazas comerciales, tiendas departamentales y de autoservicio, etc.

<u>PLAZAS COMERCIALES</u>	<u>No. DE ESTABLECIMIENTOS</u>
Plaza del Sol	300
Plaza Patria	166
Plaza México	60
Plaza Las Torres	90
Plaza Vallarta	30
Plaza Arboledas	28

Otro fenómeno reciente en el comercio local es la llegada de las grandes cadenas de supermercados y tiendas provenientes del Distrito Federal, como Gigante, Comercial Mexicana, Aurrerá, Sanborn's, París Londres, Vips, Toks, Suburbia, etc.

Como conclusión, agregamos que la Zona Metropolitana de -- Guadalajara es una de las más importantes del país. Podríamos -

20/ INEGI, op. cit., p. 11.

asegurar que es singular y que obedece a toda una serie de rasgos estrictamente jaliscienses, cosa que no ocurre con las demás. Guadalajara y su área metropolitana han venido encontrando su propia fisonomía con base en un crecimiento determinado fundamentalmente por el del estado. Sigue siendo el centro político y religioso de lo que fue la Nueva Galicia. Se ha convertido en un centro mercantil e industrial de extraordinaria importancia para todo el occidente de México. Por si fuera poco, tiene un lugar de prestigio y de valor indiscutible en el campo del turismo mundial. "Y algo que nos enorgullece: es centro de cultura, pero cultura muy propia que trasciende las fronteras de la región y llega hasta convertirse en marcadora y orientadora de la cultura nacional, aportando producciones que ya cobraron su lugar en el concierto de valores universales".^{21/}

Después de haber presentado un marco de referencia de Guadalajara y su zona metropolitana, ya tenemos definido el ámbito del objeto de nuestro estudio; sin embargo, para efectuar el diagnóstico integral del sistema de abasto bajo la visión de sistemas será necesario precisar el marco teórico-conceptual de la Teoría General de Sistemas con el propósito de fundamentar el modelo del diagnóstico en la visión del "todo" y sus partes, con el fin de concentrar las diferentes opciones para pasar a -

^{21/} Castañeda, op. cit., p. 288.

la detección de sus problemas y exponer una propuesta de solución. Por tal motivo, en el próximo apartado hablaremos de esta conceptualización sistémica.

CAPITULO II

MARCO TEORICO CONCEPTUAL DE LA ADMINISTRACION PUBLICA Y DE LA TEORIA GENERAL DE SISTEMAS.

Hoy en día, cada sociedad política se organiza teniendo su propia configuración de ideología, actitudes, aptitudes, - normas, procesos, instituciones y otras formas de expresión humana en respuesta a las cuestiones siguientes: ¿Quiénes -- han de dirigir la conducta de los ciudadanos y encauzar los procesos sociales mediante el ejercicio del poder público? - ¿Cuáles deben ser los propósitos del Estado y las normas para lograrlos? ¿Cómo deben ordenarse los procesos y las instituciones del gobierno? ¿De qué modo deben actuar los gober-- nantes y gobernados en sus relaciones políticas? ¿En qué formas y grados deben fijarse los límites de la autoridad y de las libertades de los súbditos?.

Una de las consecuencias resultantes de la evolución - social, es el desarrollo y amplitud de las atribuciones del gobierno y el crecimiento del aparato estatal. Conforme avanza la sociedad y se tornan más complejas las relaciones en-- tre los seres humanos, el Estado, a través de su administra-- ción pública, interviene para equilibrar y orientar las diferentes fuerzas de la sociedad.

Ahora bien, ¿qué es la administración pública? ¿qué relación tiene con la teoría general de sistemas? En los incisos siguientes se dará una explicación acerca de estos conceptos para una mejor comprensión de este capítulo.

2.1. La Administración Pública. Definición.

La administración tiene su origen en las palabras latinas "ministrare", "administrare", administrar. Se emplea para designar el gobierno de las diversas magistraturas de la nación y el ejercicio de las funciones inherentes a los distintos ramos, que en conjunto y separadamente, constituyen el servicio del Estado. En este caso, toma el nombre de administración pública, "que es la institución que cuida del fomento y conservación de los intereses de la sociedad, por conducto de los funcionarios establecidos por la Ley".^{22/}

La administración pública se enfoca como la organización de que se vale el gobierno para cumplir los fines del Estado. Es la organización destinada a cumplir tales tareas, cuando hayan sido consideradas convenientemente o necesarias, por los dirigentes políticos y, en consecuencia, será tan eficaz o deficiente como bien o mal distribuidos o equilibrados estén los componentes para el logro de los objetivos.

Los actos que tienen por objeto proveer directamente, -

^{22/} Bathie, A. Compendio de Derecho Público y Administrativo. Editorial Jus, México, 1955, p. 102.

por medio de servicios públicos, la satisfacción de los intereses que se estiman incluidos en la esfera de lo público, constituyen los actos administrativos; además, implican no sólo la organización o la manutención de los mismos que se deban prestar para fomentar el bien público, sino además, la elección misma de las necesidades públicas a satisfacer.

Los actos de la administración pública se materializan en la actividad del poder público, que tienen por meta dar vigencia y asegurar el respeto general a las normas generales de convivencia.

Partiendo del hecho de que la organización administrativa es un medio y un procedimiento para satisfacer necesidades colectivas siempre crecientes, se entiende que sus funciones tienen que realizarse a través de una actividad ordenada, sistemática y dinámica, en atención al cumplimiento de estos fines. De esta forma, se establece una estrecha relación entre sus diversos factores internos; de manera que, al cambiar alguno de ellos, será necesario modificar los otros; así, si cambian los objetivos o los medios disponibles, será indispensable modificar la estructura.

La administración pública en su acepción más simple, "es el instrumento que el gobierno moviliza para la ejecución práctica de sus programas; es una entidad de servicio que se plega a la filosofía política del Estado y que contempla al gobierno

desde el ángulo institucional y de su acción dinámica".^{23/} Por otra parte, desde un punto de vista académico, se le conceptúa como una disciplina científica cuyo contenido didáctico es la estructura orgánica y los procesos de la actividad gubernamental, con un enfoque eminentemente práctico: superar la eficacia de las funciones administrativas del gobierno y emprender una acción sistemática contra el burocratismo. "La administración pública representa así, lisa y llanamente, un factor de servicio para el cumplimiento eficaz de programas colectivos".^{24/}

Es evidente que la intervención del Estado en la actividad económica, demanda al mismo tiempo el mejoramiento del aparato administrativo y el establecimiento de sistemas adecuados para encauzar convenientemente las actividades del gobierno. Como consecuencia, la amplitud y complejidad de la administración pública hace de ella una tarea especializada de carácter profesional. No se podrían manejar los asuntos del Estado con base en prácticas empíricas y con métodos que no correspondan a los avances logrados en otros campos de la actividad humana.

Los gobiernos no pueden ya depender de estructuras orgánicas obsoletas ni de prácticas administrativas anacrónicas. --

^{23/} Rodríguez Reyes, Alvaro. Administración del Sector Público. Herrero Hnos. Sucs., S.A., México, 1970, p. 29.

^{24/} Ibidem, p. 29.

Si en otros campos de la técnica y la ciencia se ha operado una revolución impresionante, lógico es que en la administración pública deba desarrollarse un proceso revolucionario de la misma magnitud. "Tal vez fuera justo afirmar que este impulso transformador debería ir a la vanguardia de los demás movimientos, tanto por el papel que al Estado corresponde en la reestructuración de la sociedad contemporánea, como porque los pueblos a los que el Estado sirve, son generalmente impacientes en lograr la superación de sus carencias".^{25/}

2.1.1. Campo de estudio de la administración pública.

La administración pública como disciplina científica, - cubre aquellos aspectos relativos a la cooperación del esfuerzo humano para poner en práctica propósitos colectivos de interés público. El enfoque primordial de esta materia está - determinado por la necesidad de proveer eficacia a la organización y funcionamiento de las entidades públicas y al análisis sistemático de los aspectos operativos de un gobierno en acción, abarcando, en consecuencia, un extenso campo de estudio e investigación en el ámbito de las ciencias sociales.

Con base en lo expuesto por Rodríguez Reyes^{26/} y sin pretender hacer una clasificación de las diversas materias que se estudian a través de esta disciplina, se presentan a con-

^{25/} Ibidem, p. 30.

^{26/} Ibidem, pp. 30-32.

tinuación sus principales campos de estudio, según el carácter institucional de los organismos públicos, el proceso general de la actividad administrativa o el área especializada de la administración.

En relación al ámbito de las entidades administrativas, y como consecuencia de la organización política del Estado, la administración gubernamental estudia la estructura orgánica y los procesos operativos de los gobiernos federal, estatal o municipal. Analiza, en consecuencia, los problemas de organización administrativa que se originan en la administración pública federal, en la administración de los gobiernos estatales y en aquellos que corresponden a los municipios, - con énfasis en la eficacia de sus respectivos programas y en función a las áreas de su competencia.

En relación con lo anterior, otro campo de estudio está representado por el sector público descentralizado: organismos descentralizados, empresas de participación estatal y empresas del Estado; los cuales constituyen importantes instrumentos administrativos que el gobierno opera al poner en práctica su política de desarrollo económico-social.

Desde otro punto de vista, la administración gubernamental comprende todo el proceso de la actividad administrativa de las instituciones públicas. Ello implica el estudio de - la planeación y programación de la actividad estatal; la or-

ganización y coordinación de los organismos eslabonados a - propósitos colectivos; la dirección y control de la función administrativa del gobierno y, finalmente, la evaluación de los procesos administrativos en el contexto de la evolución social.

Con base en los aspectos especializados dentro de esta disciplina, se derivan el estudio de la administración de - personal, la administración presupuestal y financiera, la administración de compras y almacenes, la archivonomía y métodos de correspondencia, así como las aplicaciones de los sistemas de computación electrónica a los procesos administrativos, lo cual se relaciona con las técnicas modernas de la investigación de operaciones y la ingeniería de sistemas.

Otra proyección interesante de la administración gubernamental se refiere a su contexto institucional y a la reglamentación de las atribuciones de los organismos públicos. - Este ámbito de estudio toca de cerca aspectos sociológicos y jurídicos relativos a la acción del Estado y señala la correlación de las entidades del gobierno en el cuadro de su evolución histórica y conforme al grado de su intervención en - la actividad económica.

Asimismo, la administración pública se proyecta al trabajo técnico, desarrollado por las oficinas de Organización y Métodos, ubicadas como entidades asesoras de los funciona-

rios del gobierno para analizar la estructura, funciones y procedimientos en los diversos organismos del Estado. Esta actividad representa una especialización profesional cuya finalidad es administrar el cambio, mediante los siguientes objetivos: dinamizar las estructuras orgánicas, simplificar -- los procedimientos administrativos y promover la capacitación del personal público.

Finalmente, un campo de inusitado interés que atañe a la administración pública es su vinculación a los procesos de la planeación económica. La tendencia generalizada de los gobiernos a definir las metas y objetivos de su desarrollo, obliga también a racionalizar la acción estatal mediante la adaptación de métodos modernos de administración y la instauración de instrumentos idóneos para llevar a cabo las tareas que el plan exige a través de la coordinación de las políticas económicas. Esto ha sido expresado por Oscar Lange, en los siguientes términos: "Cuando se hace evidente que los métodos de administración altamente centralizados y burocráticos crean obstáculos para el progreso ulterior, incluso un sector del aparato político y estatal llega a convencerse de que es necesario un cambio de métodos de administración y dirección. Maduran así nuevas fuerzas sociales que exigen, y a la vez hacen posible, un cambio en dichos métodos".^{27/}

^{27/} Oscar Lange, Problemas de economía política del socialismo, Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1965, p. 25.

Como puede apreciarse, el estudio de la administración pública cubre una extensa área del conocimiento humano, advirtiéndose una progresiva amplitud de su cometido en la medida que aumenta la complejidad de los procesos de la vida social y en virtud de la cada vez mayor penetración del gobierno en el desarrollo económico y social; y como ha sido expuesto por la economista Ernestina Vidal: "En la actualidad ya no está sujeta a discusión la intervención del Estado, sino la forma en que debe hacerlo, tomando en consideración la etapa evolutiva en que se encuentra el país. Uno de sus principales deberes consiste en impulsar y estimular el desarrollo económico del país en beneficio de las mayorías".^{28/}

2.2. La Teoría General de Sistemas.

La administración rige y orienta el devenir de la sociedad, pero es a su vez producto -o reflejo- de las transformaciones sociales, que a su vez son plurales y complejas; es, por tanto, un regulador regulado. Nunca antes en la historia de la humanidad la revolución tecnológica y el cambio social habían sido tan acelerados, profundos y extensos como en el curso de esta generación. Ni tampoco el crecimiento y la transformación de la administración, en México y en el mundo, habían sido tan rápidos y apreciables. No es de extrañar que ^{28/} Ernestina Vidal, Administración Pública, ensayo No. 9, publicado por Cuestiones Nacionales, México, 1957. p. 6.

a la crisis de las ideologías, a la crisis de las universidades, a la crisis del Estado, a la crisis de la economía y a la crisis de la cultura, deba responder la crisis de la administración.

La teoría administrativa, que también está en crisis, - "ha tenido que evolucionar de manera acelerada para asimilar la gigantesca e incrementada sobrecarga de variables, a menudo tan contradictorias entre sí, de interacciones, de incertidumbres y de partículas en movimiento que en la actualidad conviven dentro del universo administrativo ampliado".^{29/}

La reflexión sobre la administración ha dejado atrás la etapa de la analogía con la máquina industrial y empieza a - penetrar en un mundo desconocido y complicado: el del organismo que aprende. De la biología y de la cibernética, la administración toma prestada la noción de los sistemas dinámicos y complejos, y así vuelve la vista hacia los orígenes axiológicos de la política y de la sociología para entenderse mejor y poder servir mejor a la sociedad. Por eso es importante entender ahora el marco conceptual de la teoría general de sistemas.

2.2.1. El concepto de sistema.

El conocimiento del Universo y de la realidad que nos -

^{29/} Martínez Chávez, Víctor Manuel. Teoría y Práctica del Diagnóstico - Administrativo. Un enfoque de Sistemas. Edit. Trillas, México, 1989. p. 95.

rodea constituye una totalidad que, sólo por razones prácticas derivadas de las limitaciones del cerebro humano, ha sido dividida en parcelas adjudicadas a las distintas ciencias.

Tanto los seres vivos como las máquinas y cualesquiera - otras cosas no son entes simples, sino entes compuestos - sistemas - que logran la integridad de sus elementos para constituir una totalidad cualitativa distinta de todas y cada una de sus partes. Esta integridad se obtiene mediante las relaciones que se establecen en las partes componentes, constituyendo una estructura cuyo conocimiento cabal sólo puede ser aprendido como un todo. "El funcionamiento de estas estructuras, a través de las relaciones internas de sus partes y en respuesta a los estímulos exteriores, en una forma general, aplicable a cualquiera de ellas, independientemente de su naturaleza, es el objeto de la Teoría General de Sistemas". ^{30/}

Esta teoría trata de explicar el funcionamiento de los sistemas complejos, mediante el estudio de las relaciones internas de sus partes y de los mecanismos de control internos y externos que tienden a lograr el equilibrio de tales sistemas. Si este equilibrio no puede ser logrado mediante los - mecanismos de control creados por el propio sistema, éste desaparece como tal o se transforma en uno nuevo, distinto al

^{30/} Rotundo Emiro, Paul, Introducción a la Teoría General de los Sistemas, Universidad Central de Venezuela, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, División de Publicaciones, Caracas, Venezuela, 1973, p. 9.

anterior.

Como comúnmente se emplea, la palabra "sistema" se refiere a conceptos muy diversos. Los ingenieros se interesan en los sistemas como agregados, funcionalmente relacionados por recursos tecnológicos. Los fisiólogos destacan las partes funcionalmente relacionadas de los organismos vivos (sistemas circulatorio, digestivo, nervioso). Los sociólogos hablan de sistemas económicos y políticos. Los filósofos, de sistemas de ideas. Los administradores, de sistemas de información, de control y de producción.

Así pues, la cuestión consiste en saber qué incluir y qué excluir de la definición de los "sistemas", a fin de ensanchar el concepto hasta el límite de la generalización posible, sin destruir al mismo tiempo su utilidad. Por tal razón, daremos una referencia histórica bajo un esbozo del origen y desarrollo del concepto de sistemas.

Desde la antigüedad hasta Hegel, y aún después, los teóricos del conocimiento abrazaron el ideal de que nuestro conocimiento tuviera un desarrollo arquitectónico y se organizara dentro de una estructura articulada, que exhibiese los ligamentos que unen componentes en un todo integrado, sin dejar nada totalmente aislado o desconectado. Un sistema cognoscitivo debe dar un marco que una los "disjecta membra" (miembros dispersos) los fragmentos y partes de nuestro conocimiento, formando una unidad cohesionada. "Un sistema cognoscitivo

debe ser un cuerpo de información estructurado, organizado en consonancia con principios taxónomicos y explicativos que unan esa información en un todo coordinado con bases racionales".^{31/}

Robert Lilienfeld. en su obra Teoría de Sistemas indica, que en el siglo XX comenzaron a surgir gran número de disciplinas, las cuales se pueden clasificar bajo el nombre general de "pensamiento sistemático". Tales disciplinas, originalmente se paradas, son las siguientes:

1. La filosofía biológica de Ludwing von Bertalanffy, y su concepto de sistema abierto. (Los sistemas vivos son sistemas abiertos. Estos últimos son definidos como sistemas que intercambian materia con el medio circundante. Sus principios biológicos pueden aplicarse para analizar organizaciones complejas de naturaleza sociológica, biológica, física, etc.).
2. Las formulaciones cibernéticas de Norbert Wiener y Arturo Rosenblueth y el trabajo de W. Ross Ashby sobre las máquinas, a las que se les atribuyen las propiedades de pensar y aprender, y, como resultado de este trabajo, los conceptos de retroalimentación y automatización. (La idea central de la cibernética consiste en la noción de retroalimentación; es decir que el funcionamiento de un sistema abierto puede ser corregido y orientado por medio de la información que este obtiene sobre su propio funcionamiento. El sistema nervioso de los seres vivos y la máquina cibernética son semejantes en cuanto son mecanismos que toman decisiones basándose

^{31/} Pescher Nicholas, Sistematización cognoscitiva, Siglo XXI, México, 1981, pág. 15.

en decisiones tomadas en el pasado; es decir, se autogobiernan).

3. La teoría de la información y de las comunicaciones, basadas en los trabajos de Shanon, Weaver, Cherry y otros sobre problemas lingüísticos, matemáticos y teóricos que están relacionados con la transmisión de mensajes en circuitos portadores de información. (Estos científicos han intentado crear máquinas computadoras que "piensan" y "reconocen" estructuras geométricas, utilizando sistemas lógicos matemáticos y electrónicos para tratar de entender el funcionamiento del cerebro humano).
4. La investigación de operaciones, desarrollada primero en Inglaterra, durante la guerra de 1939 a 1945, bajo el liderazgo de E. C. Williams; desde entonces la han institucionalizado los fundadores de la Sociedad de investigación de operaciones de América y la Sociedad de investigación de operaciones de Gran Bretaña. (Inicialmente desarrollaron un enfoque de sistemas para la utilización del radar. Después fue aplicada al diseño y evaluación de armamentos en relación con las personas que los usaban. Luego incluyó los pronósticos de probables resultados de estrategias y finalmente fue aplicada al estudio de los problemas de eficiencia de las organizaciones militares en su conjunto. La expresión "análisis de sistemas" es sinónimo de "investigación de operaciones").

5. La teoría de juegos de von Neumann y Morgenstern.

(Sus autores parten de una situación hipotética sobre dos empresas para tratar de descubrir estrategias posibles de competencia en comercialización, publicidad, producción, etc. También se usa en el estudio de la política internacional, en la preparación de campañas electorales, en la descripción del posible comportamiento de un partido político, etc.).

6. Las técnicas para simular procesos sociales y ambientales por computadoras, propuestas por Jay Forrester y muchos otros. (La computadora como auxiliar de la teoría general de sistemas formulada en términos matemáticos y permitiendo simular el funcionamiento de un sistema).

Uno de los más destacados teóricos de los sistemas, el estadounidense Anatol Rapaport, 32/ presenta una definición del concepto de "sistema" que incluye entidades físicas y no físicas (como el lenguaje) y que al mismo tiempo excluye las entidades cuyos principios de organización no pueden ser especificados, aunque sea parcialmente. Según este autor, un sistema es: 1) algo que se compone de un conjunto (finito o infinito) de entidades, 2) entre las cuales se especifica una serie de relaciones, 3) por las que es posible hacer deducciones de algunas relaciones a otras o de las relaciones entre las entidades y la conducta o la historia del sistema.

32/ Rapaport, Anatol. Teoría General de los Sistemas en Pensamiento Crítico, No. 47, diciembre 1970, la Habana, pp. 77-91.

De acuerdo con esta definición, tanto el sistema solar como un lenguaje se califican como sistemas. En el primero, las entidades son el sol y los planetas; las relaciones entre ellos son especificables como vectores de posición y velocidad y fuerzas de atracción gravitacional.

En un lenguaje hay también entidades identificables (fonemas, morfemas, oraciones, etc.) y las relaciones entre ellas se dan en términos de reglas sintácticas; en un sentido más amplio, un sistema de lenguaje puede incluir también el universo de discurso y hasta las personas que lo hablan. "Sistema social", en términos de sistemas, es una expresión que se refiere a entidades (individuos, familias, organizaciones) y a las relaciones entre ellas (comunicación, influencia, poder, etc.).

Por su parte, Buckley dice que un "sistema... es un complejo de elementos o componentes directa o indirectamente relacionados en una red causal, de modo que cada componente está relacionado por lo menos con varios otros, de modo más o menos estable, en un lapso dado. Los componentes pueden ser relativamente simples o estables, o complejos y cambiantes; pueden variar sólo una o dos propiedades o bien pueden adoptar muchos estados distintos. Sus interrelaciones pueden ser mutuas o unidireccionales; lineales, no lineales o intermitentes; y exhibir distintos grados de eficacia y prioridad causal. Las clases particulares de interrelaciones más o menos

estables de los componentes que se verifican en un momento da do constituyen la estructura particular del sistema en ese mo mento; alcanzando de tal modo una suerte de 'totalidad' dota da de cierto grado de continuidad y limitación... 33/

Hay algunos sistemas, añade Buckley, "dentro de los cua les se desarrolla constantemente dicho proceso, incluido un in tercambio con un medio situado más allá del límite (del siste ma).

2.2.2. Niveles de sistemas.

Boulding 34/ ha propuesto, para una comprensión teóri ca más cabal de los niveles de sistemas existentes, clasifi carlos en distintos niveles de complejidad, en una especie de "sistema de sistemas". A continuación, presentamos resumida la sugerencia de Boulding, sobre una posible ordenación de los niveles del discurso teórico sobre los sistemas.

a) El nivel de la estructura estática.

Podría llamarse el nivel de la estructura. Constituye la anatomía y la geografía del universo -la ordenación de los electrones alrededor de un núcleo, la estructura de genes, el sistema solar- que representa generalmente el comienzo del co nocimiento teórico en un área determinada. Sin la descripción

33/ Buckley, Walter. La sociología y la teoría moderna de los sistemas, Buenos Aires, Amorrortu, 1970, p. 70.

34/ Boulding, Kenneth E. "Teoría General de Sistemas: el esqueleto de la Ciencia", en Gildardo Campero y Héctor Vidal, Teoría General de sis temas y administración pública, San José, EDUCA, 1977, pp. 65-79.

previa de estas estructuras estáticas, no es posible formular ninguna teoría dinámica o funcional.

b) El nivel del sistema dinámico sencillo.

Puede llamarse el nivel de la relojería, porque se refiere a sistemas dinámicos, pero con movimientos necesarios y predeterminados. El sistema solar, el átomo, constituyen ejemplos de sistemas de este nivel, al igual que del anterior.

¿Cuál es la razón de incluir los mismos ejemplos en ambos niveles? Tratar de mostrar que los "niveles" lo son del discurso teórico, y no tanto de los sistemas mismos. En el nivel "a" hablamos del átomo o del sistema solar, en cuanto que sabemos que sus electrones o sus planetas están ordenados alrededor de un núcleo o del sol, pero no nos preocupamos por la forma en que se mueven; en el nivel "b" conociendo ya la ordenación de electrones y planetas, núcleo y sol, pasamos a preguntarnos acerca de cómo se mueven, según movimientos necesarios y predeterminados, las diversas partes de los sistemas atómico o solar.

c) El nivel del mecanismo de control o sistema cibernético.

Podría llamarse el nivel del termostato. El termostato es un aparato utilizado en climas fríos, que ajusta la inten

sidad de la calefacción a la temperatura exterior, manteniendo una temperatura interior constante^(*). Este nivel difiere del "b" porque la transmisión y la interpretación de la información (sobre la temperatura exterior) constituyen parte esencial del sistema. El sistema es capaz, no sólo de registrar la diferencia entre un valor observado (temperatura exterior) y un valor ideal (temperatura interior deseada), sino también de adaptar su funcionamiento a esa diferencia para mantener el valor ideal.

Los mecanismos cibernéticos de este tipo son muy utilizados en administración, tratando de que los procesos administrativos o productos se autorregulen de acuerdo con una pauta previamente determinada.

- d) El nivel de los "sistemas abiertos" o de la estructura que se automantiene.

Podría llamarse el nivel de la célula. Se trata del nivel en donde la vida comienza a diferenciarse de la no-vida. En la medida en que se asciende en la escala de complejidad de las organizaciones hacia los sistemas vivos, se hace fundamental la propiedad de automantenimiento de la estructura, en medio de una transformación de materiales: es inconcebible la existencia del organismo viviente más simple sin in--

(*) Este es el tipo de termostato que inspiró la literatura. Hay, por supuesto, otros tipos de termostatos que se podrían tomar como ejemplos: el de un motor enfriado por agua, el de un refrigerador, etc.

gestión, metabolización y excreción. Sin embargo, pese a todas las transformaciones que se den en su interior, el sistema sigue siendo el mismo, se automantiene, se autorreproduce.

Este nivel también tiene una especial importancia en la teoría de la organización, al explicar la relación de un sistema organizativo con su medio y con sus metas.

e) El nivel genético-social.

Podría ser llamado el nivel de las plantas. Sus características principales son la división del trabajo entre las células y la "equifinalidad".

La equifinalidad, concepto muy utilizado en la teoría de sistemas, se refiere a que ciertos sistemas, a través de muy diversos procesos de crecimiento y a partir de estados iniciales también diversos, tienden a llegar a un estado similar de desarrollo "final". El trigo, creciendo en diversos climas y suelos, con diferentes técnicas y fertilizantes, no deja de ser trigo a pesar de crecer en circunstancias muy diversas (en un nivel superior encontramos casos más relevantes de equifinalidad: un bebé afectado por una enfermedad, una vez superada ésta, acelera su crecimiento para alcanzar el desarrollo de otro bebé que no ha sufrido enfermedad).

f) El nivel animal.

Se caracteriza por una movilidad creciente, un comporta

miento teleológico (orientado a fines) y al autoconocimiento (a través de los sentidos, el sistema nervioso y el cerebro). A medida que ascendemos cada vez más en este nivel, el comportamiento va dejando de ser una respuesta frente a un estímulo, y es más bien una respuesta a una "imagen", a una estructura de conocimiento, a una perspectiva del medio ambiente como un "todo", que ha sido creada por el cerebro del actor.

La "imagen" que así se interpone entre el estímulo y la respuesta hace muy difíciles las predicciones acerca del comportamiento de sistemas de este tipo, más difíciles cuando - más evolucionados son.

g) El nivel humano.

A las características del nivel "f", el hombre suma la de poseer conciencia de sí mismo. Su imágenes, además de -- ser mucho más complejas que las de otros animales, tienen la capacidad de autorreflexión: el hombre no sólo sabe, también sabe que sabe; entre otras cosas, sabe que muere, a diferencia de los animales.

Esta capacidad de "despegarse" de sí mismo, de conocer lo que conoce, es la que le permite el lenguaje simbólico y el pensamiento abstracto.

h) El nivel del sistema solar.

Se trata aquí de las organizaciones construidas por el hombre: desde la familia hasta el aparato estatal, pasando por sindicatos y empresas, clubes deportivos y escuelas, hasta llegar a la gran englobante de todas las demás: la sociedad misma.

En este nivel, el investigador debe preocuparse por el contenido y significado de los mensajes, la naturaleza y dimensiones de los sistemas de valores, la transcripción de imágenes en registros históricos, la sutil simbología del arte, la música y la poesía, y la compleja gama de las relaciones humanas (*).

i) El nivel de los sistemas trascendentales.

Se trata del nivel de las verdades últimas y absolutas en que los hombres creen, tienen un carácter sistémico, pero su esencia es incognoscible. Es el nivel de las preguntas sobre el Hombre, Dios y el Universo, preguntas que no tienen respuesta científica.

En conclusión, el esquema de nueve niveles o "sistema de sistemas", podría quedar resumido de la siguiente manera:

(*) Es decir, todo aquello que explica cómo unos hombres se relacionan con otros, Aunque Boulding no las menciona, las relaciones económicas juegan un papel muy importante en este nivel.

<u>NIVEL</u>	<u>DESCRIPCION</u>
a) Estructura estática	Podría llamarse el nivel de la estructura. Constituye la anatomía y la geografía del universo, representa el inicio del conocimiento teórico en una área determinada. Sus modelos descriptivos son apropiados para la geografía, la química, la anatomía, la geología, las ciencias sociales descriptivas.
b) Sistema dinámico sencillo.	Puede llamarse el nivel de la relojería, porque se refiere a sistemas dinámicos pero con movimientos necesarios y predeterminados; por ejemplo, el sistema solar, el átomo. Este nivel es el más estudiado por la física y la astronomía.
c) Mecanismo de control o sistema cibernético	Podría llamarse el nivel del termostato (porque mantiene una temperatura interior constante). Los mecanismos cibernéticos de este tipo son muy utilizados en administración al tratar que los procesos administrativos se autorregulen de acuerdo con una pauta predeterminada. Es conveniente recordar la retroalimentación como punto clave para su funcionamiento.
d) Sistemas abiertos o estructuras que se auto-mantienen	Podría llamarse el nivel de la célula. Conforme asciende en la escala de complejidad es fundamental su mantenimiento por medio de una transformación de materiales. En la teoría de la organización, este nivel tiene especial importancia al explicar la relación de un sistema organizativo con su medio y con sus metas. El conocimiento teórico se va haciendo más endeble en este nivel.
e) Genético-social	Podría ser llamado el nivel de las plantas. Se caracteriza por la existencia de la división del trabajo entre las células y la equifinalidad, o sea, llegar a un estado similar de desarrollo final.

temas sean análogos "deben ofrecer semejanzas estructurales inherentes o principios operativos implícitamente idénticos". 35/

Con base en este esquema de niveles de sistemas podemos irnos acercando a la conceptualización de nuestro objeto de estudio: el sistema de abasto alimentario en la zona metropolitana de Guadalajara. Así, observamos que puede quedar ubicado en los siguientes niveles:

- 1° En el nivel "d" (sistemas abiertos), por la relación que guarda con su medio correspondiente (producción de alimentos, transportación, acopio, etc.) y por la necesidad que tiene de automantenerse (comercialización, distribución) para no perecer;
- 2° En el nivel "g" (humano), por ser el hombre el que efectúa todas las actividades imprescindibles para su funcionamiento; y
- 3° En el nivel "h" (sistema solar), por participar en y para la organización más relevante creada por el hombre: la sociedad.

Incluimos esta primera aproximación apoyándonos en el contexto de la teoría general de sistemas ya que ésta postula que se pueden buscar principios aplicables a sistemas en general, sin importar que sean de naturaleza sociológica, biológica, física, etc. Su intención es hallar modelos, principios y leyes

35/ Citado por William G. Scott en Sociología de las organizaciones. Edit. Ateneo, Buenos Aires, 1978, p. 50.

que se apliquen a los sistemas sin importar sus particularidades, género, elementos o fuerzas participantes.

2.3 Aplicaciones de los conceptos de la teoría general de sistemas a la administración pública.

Boulding se refiere a las aplicaciones de su esquema de niveles a la Ciencia de la Administración (específicamente a la teoría moderna de la organización), como sigue:

"... el esquema mencionado podría servir como una palabra cortés de advertencia aún para la ciencia de la Administración. Esta nueva disciplina representa una importante ruptura de los sencillos modelos mecánicos en la teoría de la organización y del control. Su énfasis sobre los sistemas de comunicación y la estructura organizacional, sobre los principios de la homeostasis y del crecimiento, sobre los procesos de toma de decisiones bajo la incertidumbre, nos está llevando más allá de los modelos sencillos de maximización del comportamiento de hace diez años. Este adelanto en el nivel de análisis teóricos nos llevará a sistemas más poderosos y fructíferos. A pesar de ello, nunca debemos olvidar que aún estos adelantos no nos conducirán mucho más allá de los niveles "c" (sistema cibernético) y "d" (sistema abierto), y que al tratar con organizaciones y personalidades humanas, estamos tratando con sistemas del mundo empírico por encima de nuestra habilidad para formularlos. Por lo tanto, no nos debemos sorprender completamente si nuestros sencillos sistemas, a pesar de toda

su importancia y validez, ocasionalmente nos traicionan". 36/

Por su parte, Martínez Chávez 37/ señala que la organización en su conjunto es un sistema integrado por subsistemas interrelacionados; a su vez, es un componente de sistemas más grandes como la administración pública federal, la economía nacional y la comunidad, la cual es permeable y la influyen los demás subsistemas. Así, la organización se considera como un sistema abierto.

En general, todos los sistemas físicos, biológicos y sociales pueden ser considerados jerárquicamente. Un sistema está compuesto de subsistemas de un orden inferior y es también parte de un suprasistema. De este modo, existe una jerarquía de los componentes de un sistema. Las grandes organizaciones son casi universalmente jerárquicas, en términos de estructura. Las personas están organizadas en grupos; los grupos, en departamentos; los departamentos en divisiones; las divisiones, en compañías y las compañías son parte de una industria y de una economía.

Diversos escritores de sistemas generales han concluido que esta relación jerárquica es suprema en todos los tipos de sistemas. La subdivisión jerárquica no es una característica peculiar a las organizaciones humanas. Es común virtualmente a todos los sistemas complejos que se conocen. Hay poderosas

36/ Boulding, op. cit., pp. 78-79.

37/ Martínez Chávez, op. cit., pp. 60-62

razones para creer que casi cualquier sistema, de suficiente - complejidad, tendría que tener una posición dentro de la es--- tructura de posiciones que observamos en las organizaciones hu manas reales. Las razones para la jerarquía van más allá de la necesidad de unidad de mando y otras consideraciones relaciona das con la autoridad.

La estructura jerárquica no sólo está relacionada con ni veles, sino también está basada en la necesidad de grupos más integrados o la combinación de subsistemas en un sistema más - amplio, que coordine las actividades y los procesos. En las or ganizaciones complejas, hay una jerarquía de procesos, así co mo de estructura.

Sin embargo, las organizaciones suelen crecer en forma -- desordenada y presentar estancamiento improductivo y desfasa-- miento; esto se refleja en el no cumplimiento de los objeti--- vos. Ante esta problemática surgen un sinnúmero de respuestas, por parte de los integrantes de la organización; la realidad - es que sin un diagnóstico previo, sin un diagnóstico integral_ y sin un verdadero método de análisis administrativo, es difí cil detectar los desfases y desequilibrios que se viven en la organización.

Por otra parte, es importante agregar que la estructura - de un sistema es aquel conjunto de interrelaciones más o menos estables entre los elementos del sistema, siendo estos elemen-

tos intercambiables sin mengua de la estructura. El concepto de estructura caracteriza un ordenamiento o jerarquía de elementos.

Así, la estructura, el conjunto de interrelaciones, termina definiendo el sistema: en una estructura organizativa, importan -a veces- más las interrelaciones entre las distintas funciones, jerarquías y cargos, que las personas que los ocupen o desempeñen; en ese caso, aunque las personas sean reemplazadas, si permanecen constantes las interrelaciones entre funciones, jerarquías y cargos, la estructura seguirá siendo la misma.

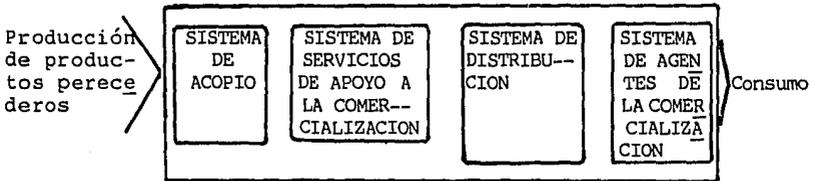
El sistema familiar tiene una determinada estructura de parentesco: esposos, padres, hijos, ramas colaterales; la estructura es siempre la misma, no importa la familia de que se trate, y es por ello que podemos hablar de un sistema familiar (además de poder hablar de los diez o más millones de sistemas familiares mexicanos).

Por todo lo anterior consideramos que es útil basarnos en la teoría general de sistemas porque ello abre nuevos horizontes al trabajo científico y de organización. Lo importante es no perder de vista que la sociedad no es lo mismo que un organismo: es algo mucho más complejo, donde el conflicto interno que le da movilidad a sus componentes juega un papel vital para impulsar el cambio social.

Para concluir el presente apartado -apoyados en el marco conceptual descrito y con el fin de efectuar un diagnóstico integral desde la visión de sistemas-, podemos ya ubicar nuestro objeto de estudio (el abasto alimentario en Guadalajara y su zona metropolitana) de la siguiente manera:

1. El abasto alimentario (provisión de víveres) sería un gran "sistema de sistemas" o "suprasistema" que comprendería - los siguientes sistemas:

SISTEMA DE ABASTO ALIMENTARIO EN LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA



2. A su vez, estos sistemas estarían integrados de la siguiente manera:

- a) El sistema de acopio de productos perecederos, tendría los subsistemas de acopio local en el estado de Jalisco y en otras entidades federativas.
- b) El sistema de servicios de apoyo a la comercialización, estaría integrado por los subsistemas de transporte, almacenamiento, clasificación y normalización, envasado, contacto entre compradores y vendedores y financiación.

- c) El sistema de distribución estaría conformado por los subsistemas de distribución mayorista y minorista.

- d) El sistema de agentes de la comercialización estaría distribuido en los subsistemas del comercio de los sectores - oficial, privado y social.

De acuerdo con el modelo de abasto alimentario esbozado, podemos proceder al diagnóstico de cada uno de los sistemas, - observar las interrelaciones que guarda cada uno de ellos y -- apreciar cómo conforman un "todo" orientado hacia el suministro de productos perecederos a los habitantes de la zona metropolitana de Guadalajara.

CAPITULO III

DIAGNOSTICO INTEGRAL DEL ABASTO ALIMENTARIO EN LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA DESDE UN ENFOQUE DE SISTEMAS. EL SISTEMA DE ACOPIO.

3.1 El funcionamiento de la comercialización en el abasto de productos perecederos. Marco teórico.

Como ya se señaló anteriormente, el sistema de acopio - (que se refiere a la acción y efecto de acopiar -de las palabras latinas "a" y "copia ": abundancia- cuyo significado es acumular, juntar, reunir en cantidad alguna cosa, especialmente granos, provisiones, frutas, etc.) ^{38/}, forma parte inicial del gran sistema de abasto alimentario.

Sin embargo, existe una actividad (la comercialización) - que se encuentra presente en todos los sistemas, aunque en algunos es más notoria que en otros, por lo que consideramos - conveniente dar su definición y, además, agregar algunos comentarios acerca de los productos agropecuarios o perecederos.

3.1.1 La Comercialización.

El concepto de lo que significa el término "comercialización" se ha ampliado considerablemente en las últimas décadas.

^{38/} Enciclopedia Salvat. Tomo 1, Salvat Editores, S.A., México, 1976.

Los estudiosos de esta función comercial incluyen ahora bajo este término todas las actividades económicas que lleva consigo el curso de bienes y servicios desde la producción al consumo. Abarca así todos los diferentes sentidos en que puede emplearse el término "comercialización". Esta expresión significa para el agricultor la venta de su producto; ciertos funcionarios podrán pensar en entenderla como un descubrimiento de mercados extranjeros para artículos producidos en sus países respectivos; otros verían en ella los servicios e instalaciones de los mercados públicos; para las empresas es la técnica de vender sus productos. Todos estos conceptos reflejan diferentes aspectos del proceso de comercialización.

Múltiples son las definiciones de comercialización que podrían citarse, entre éstas: "puente entre la producción y el consumo" y "la comercialización crea la utilidad del producto, plaza, promoción, precio, tiempo y disfrute del bien" ^{39/}; - "actividad de abasto, distribución y venta final" ^{40/}; "la comercialización es una fuerza reguladora del mercado que influye sobre la asignación de recursos limitados y sobre la distribución y el monto de los ingresos de los particulares y las - empresas" ^{41/}. A nosotros nos parece apropiada la siguiente - definición ya que está relacionada con nuestro objeto de estudio:

"La comercialización, dentro del proceso alimentario, cons

^{39/} Citadas por Ryan William, Principios de Comercialización, México 1979, Ed. Ateneo, p. 1.

^{40/} Solís, Leopoldo y Montemayor, Aurelio. "Modernización Comercial y Desarrollo Económico", en Revista de Comercio y Desarrollo, México, Nov/Dic. 1977, p. 4.

^{41/} Ryan, William, op. Cit, p. 3.

tituye el eslabón que articula las fases de consumo, producción y transformación. Comprende desde el acercamiento de los insumos necesarios para la producción primaria, incluye la captación de ésta, o sea su acopio, almacenamiento y transportación hasta hacerla accesible a la industria y al consumidor. La comercialización es la parte del proceso que no modifica la naturaleza de los productos, sólo los moviliza o guarda para entregarlos con oportunidad al siguiente eslabón de la cadena". 42/

La comercialización de perecederos agrícolas, hortalizas y frutas está condicionada por la rigidez del ciclo productivo y por un largo proceso de intermediación entre el campo y las zonas urbanas y, dentro de éstas, hasta los consumidores. Algunas de las etapas de la cadena comercial en este tipo de productos son necesarias porque agregan valor, pero otras resultan inútiles, recurrentes y especulativas, porque sólo buscan la obtención de ganancias desproporcionadas.

Algunas empresas industriales participan también en el proceso de comercialización por medio del envasado de hortalizas y frutas, otorgando financiamiento e insumos y actuando como centros recopiladores o de acopio de la producción, - mediante la operación de instalaciones y plantas de empaque, bajo la condición de entrega de cosechas.

42/ Antología de la Planeación en México, 1917-1985. Tomo XI, Secretaría de Programación y Presupuesto y Fondo de Cultura Económica. México, 1985.

El peso e importancia de la actividad de comercialización varía en los distintos productos alimentarios y generalmente es mayor cuando más dispersos están los productores y los consumidores. En estos casos, los intermediarios acopian el producto de un gran número de unidades de producción, para distribuirlos entre una gran cantidad de consumidores.

3.1.2 Los productos agropecuarios. Características especiales.

Algunas características especiales de estos productos tienen importantes consecuencias en las demandas que se hacen a los sistemas y organizaciones de comercialización. Los productos del campo tienden a ser muy voluminosos y pesados para su valor, en comparación de muchos artículos fabricados. Exigen facilidades de transporte y de almacenamiento amplias y especializadas. A consecuencia de ello, el costo de suministrar transporte y almacenamiento adecuado para estos productos tiende a ser elevado en relación con su valor. Más aún, si no fuera por los grandes adelantos técnicos realizados desde la revolución industrial, muchos productos agrícolas no podrían trasladarse lejos de su lugar de origen.

El desarrollo de los ferrocarriles y de las carreteras y la extensión del transporte motorizado han traído al radio de la producción agrícola zonas antes aisladas económicamente.

Asimismo, con su flexibilidad de movimiento, el camión se adapta especialmente bien al transporte de las cosechas y animales del campo desde lugares de producción aislados.

Los productos agropecuarios son, además, perecederos en su mayor parte y no pueden estar mucho tiempo en camino hacia el consumidor final sin sufrir pérdidas y deterioro en su calidad. Algunas cosechas, como las de arroz, conservan su calidad durante mucho tiempo.

Por el contrario, los melocotones, las uvas, los tomates y muchas otras frutas y hortalizas se "pasan" rápidamente y se echan a perder si no se las consume enseguida o se las guarda en almacenamiento especial.

La carne sólo se conserva breve tiempo en los climas cálidos. Hasta el advenimiento de los barcos y vagones de ferrocarril refrigerados, el comercio de carne se hacía en la forma de animal vivo. Se empleaban muchas semanas en la carretera y generalmente morían algunos animales y otros perdían peso.

La leche es un importante artículo agropecuario excepcionalmente perecedero. En los climas cálidos su vida efectiva, si no se la somete a ningún tratamiento especial, puede durar sólo unas horas. Se requiere de una cuidadosa atención en la

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

limpieza en todas las etapas de su manipulación y el uso de técnicas especiales tales como refrigeración mecánica, pasterización, esterilización u otros tratamientos similares, para que la leche pueda viajar en buenas condiciones desde la granja al consumidor.

3.1.3 Variabilidad de la producción agrícola en contraste con las necesidades del consumidor.

En los climas templados casi todas las cosechas maduran durante un período del año relativamente corto. La venta de animales para carne se concentra también en períodos culminantes a consecuencia de la escasez estacional de pastos, las sequías del verano y el asalto inicial de invierno. Esta afluencia estacional de la producción impone gravosas exigencias al sistema de comercialización. Cada recolección trae consigo - demandas excepcionales de facilidades de comercialización - transporte, almacenamiento, crédito para compradores- que frecuentemente pueden no necesitarse en gran medida durante otras épocas del año.

Frente a esta periodicidad de la oferta está la estabilidad que caracteriza a la demanda de los productos agrícolas, como alimentos o como materia prima para la industria. El consumo necesita los alimentos básicos en calidad relativamente iguales a lo largo de todo el año.

3.2 Preparación para el consumo.

Los cambios de forma que adaptan un producto agrícola a las necesidades y a los gustos del consumidor pueden considerarse como una preparación para el consumo. La mayor parte de los productos agropecuarios experimentan cambios considerables hasta quedar listos para el comprador final. Algunos artículos, como los granos, el ganado y la caña de azúcar no pueden usarse en absoluto sin previa elaboración. A los animales para carne hay que sacrificarlos, desollarlos y dividirlos en cortes convenientes. Mucha leche se pasteuriza, se embotella, o se convierte en mantequilla, queso, yoghurt, cajeta, dulces, etc.

Parte de esta elaboración se lleva a cabo, no porque los consumidores la pidan directamente, sino porque es necesaria para que el producto conserve su calidad. "Un factor decisivo en este caso es la duración del período durante el cual un producto puede esperar la venta. Las frutas y hortalizas sobrantes de la demanda inmediata, o las que se cultivan para ser consumidas en otras estaciones del año, tienen que conservarse en latas, secarse, exprimirse para jugos, o elaborarse de algún otro modo, si han de comercializarse con éxito". ^{43/}

Las principales empresas industriales en la ZMG que participan en este proceso, son las siguientes:

^{43/} Problemas de la comercialización. op. cit. p. 14

EMPRESA

GIRO

ACEITERA LA GLORIA, S.A.	aceites comestibles
ACEITES GRASAS Y DERIVADOS, S.A.	aceites comestibles
ANDERSON CLAYTON & CO, S.A.	productos alimenticios
BIMBO DE OCCIDENTE, S.A.	pan
CHOCOLATERA DE JALISCO, S.A.	chocolates
CREMERIA EUGENIA, S.A.	alimentos
EMBOTELLADORA DE OCCIDENTE, S.A.	refrescos
EMBOTELLADORA LA FAVORITA, S.A.	refrescos
FABRICA DE ACEITES LA CENTRAL, S.A.	aceites comestibles
INDUSTRIA EMBOTELLADORA DE JALISCO, S.A.	refrescos
LECHE INDUSTRIALIZADA CONASUPO, S.A. DE C.V.	leche reconstituida
LECHERA GUADALAJARA, S.A.	pasteurización de leche
MAIZ INDUSTRIALIZADO CONASUPO, S.A.	alimentos
MALTA, S.A.	alimentos
MEZQUITAL DEL ORO, S.A.	alimentos
PANIFICACION BIMBO, S.A. DE C.V.	artículos de panificación
PRODUCTOS DE MAIZ, S.A.	productos alimenticios
REFRESCOS PASCUAL, S.A.	refrescos
SABRITAS, S.A. DE C.V.	botanas
MARINELA DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V.	alimentos
CHOCOLATE "IBARRA"	CHOCOLATES

FUENTE:

Tomado de la publicación: Mercamétrica de 75 ciudades Mexicanas, México, 1982.

NOTA: Asimismo, existen otras empresas más pequeñas que se dedican a la elaboración de conservas, fruta en vinagre, chiles, caca huates, dulces, mazapán, etc., que no se incluyen en este -- cuadro.

Con excepción de los granos de consumo directo, y de las frutas, hortalizas y carnes; todos los demás alimentos se sujetan a algún tipo de proceso industrial o de transformación. Parte importante del mismo sigue efectuándose en las unidades domésticas o en pequeñas industrias familiares.

Mediante los sistemas de conservación, la industria permite asegurar la disponibilidad de productos estacionales durante todo el año, lo que facilita a su vez su traslado a los centros de consumo tanto urbanos como de exportación. Asimismo, por medio de determinados procesos se hace posible el aprovechamiento, para propósitos alimenticios, de ciertos productos que en forma original difícilmente podrán ser consumidos.

El proceso industrial facilita la introducción de nuevos alimentos en las dietas y la adición de enriquecedores y extensores a los alimentos naturales, aspecto particularmente importante para suplir deficiencias nutricionales específicas de ciertos grupos o regiones.

En ocasiones, sin embargo, las múltiples ventajas del tratamiento industrial de los alimentos se transforma en desventaja, por el encarecimiento injustificado de los productos y por la inducción al consumo de alimentos de escaso o nulo valor nutritivo.

Sobre este punto, en particular, se puede abundar; sin embargo, sólo se hacen los siguientes comentarios:

Hasta hace algunos años, la participación de las empresas extranjeras en el procesamiento de alimentos en países subdesarrollados era insignificante. No tenían por qué molestarse pues contaban con florecientes mercados en sus propios países y los consumidores urbanos de los países subdesarrollados eran escasos. Sorpresivamente, de repente los procesadores multinacionales empezaron a cambiar de parecer pues el estrato más acomodado de la población en los países subdesarrollados se convirtió en una nueva clase de consumidores (al carecer de los sirvientes que antes hacían innecesarios "los alimentos preparados").

Al mismo tiempo, en los países industriales el mercado de alimentos preparados, procesados y caros se había saturado.

Los gigantes de la industria respondieron a la depresión del mercado norteamericano de tres maneras: primero, diversificándose en productos de consumo no alimentarios; segundo - tratando de controlar fuentes más baratas de abastecimiento en otros países; y tercero, expandiéndose en los nuevos mercados urbanos de América Latina, Asia y Africa.

México fue considerado como uno de los mercados más grandes y dinámicos para las compañías procesadoras de alimentos,

por lo que la General Foods adquirió plantas elaboradoras de café y sopas.

Las corporaciones en Estados Unidos han alcanzado proporciones gigantescas no tanto por su capacidad de ofrecer - mejores productos y mayor eficiencia sino por su "fuerza local de conquista" y su experiencia en publicidad. Exactamente de ese modo se expanden en el mundo subdesarrollado.

Los países subdesarrollados son tan sólo los últimos mercados a conquistar por las empresas que son grandes y que se vuelven cada vez mayores porque le han atinado a una fórmula para obtener amplios márgenes de ganancias: utilizar un máximo de procesamientos y publicidad.

"Por lo menos un 92% de los costos de 'investigación y desarrollo' de estas grandes compañías se destina a crear productos de rápida preparación y atractivo para el consumidor".^{44/} Tomemos por ejemplo la papa, un producto básico en la dieta del hombre desde hace siglos. De hecho, contiene una gama - tan amplia de vitaminas, minerales y proteínas que prácticamente se podría vivir a base de papa. Pero se trata del tubérculo tal y como sale del suelo; un alimento barato y nutritivo, "cuyo costo puede ser unos 20 centavos de dólar por Kilo. Sin embargo, al agregarle varias etapas de procesamiento aumenta su precio y se reduce su valor nutritivo; se obtienen

^{44/} Moore, Francis. Comer es primero. Más allá del mito de la escasez. Siglo XXI Editores, México, 1988, p. 280.

más grasas y elementos químicos por papa. Las papas fritas - congeladas Birds Eye (General Foods) se venden a 1.30 dólares el kilo, y las papas fritas de Pringle (Procter and Gamble) - se llevan la palma a más de 4.20 dólares el kilo. Cada nueva etapa de procesamiento constituye una oportunidad adicional de ganancia". ^{45/}

En los alimentos altamente procesados, la frescura, el color, la forma y la textura se inducen con frecuencia por medios químicos; esto hace posible que los grandes procesadores empleen productos agrícolas de inferior calidad.

La publicidad es el otro elemento de la fórmula de expansión de las empresas gigantescas. En líneas de productos dominadas por sólo tres o cuatro corporaciones la publicidad - permite que cada una aumente su volumen de ventas sin que los precios queden por debajo de los del competidor.

En México, General Foods adquirió una compañía de sopa - deshidratada para que le sirviera como vehículo promocional de Jell-O. Se trataba de un expediente promocional muy usado: adherir a cada caja de tres paquetes de gelatinas una figurilla plástica de Walt Disney y saturar los medios masivos con mensajes alentando a los niños a ser "el primero en reunir - las 24".

^{45/} Ibidem p.281

También en México, General Foods encontró una forma genial para hacer que los mexicanos pagaran más por uno de sus alimentos más tradicionales: el chile en polvo. Agregó unas cuantas hierbas - orégano y mejorana - calculó cuán pequeños debían ser los paquetitos para que su costo quedara al alcance de los compradores de bajos ingresos y diseñó unos sobres llamados "triangulitos" imitando un sazón popular en el mercado. "General Foods coronó todo esto con una inmensa campaña publicitaria, con un estribillo cantado, carteles en miles de pequeñas tiendas en todo el país y medios promocionales, como una lotería y un concurso por televisión". 46/

Aunque la mayoría de los procesadores transnacionales de alimentos orientan sus productos al mercado de los pequeños - grupos de altos ingresos, algunos se muestran decididos a vender algo a los pobres, incluso a los más pobres. ¿Es posible encontrar un producto que ellos lleguen a desear, que tenga - un precio al alcance de millones de personas y que, al mismo tiempo, produzca ganancias en tal magnitud que permitan cubrir los gastos de publicidad que hagan que los pobres lo deseen? Nada corresponde mejor a esta descripción que los refrescos. Los ingredientes cuestan poco, son básicamente azúcar y agua. Pero puede lograrse que los pobres piensen en los refrescos como símbolo de buena vida.

"El más amplio impacto de las corporaciones extranjeras

46/ Ibidem, p. 284

sobre la dieta de los países subdesarrollados proviene, sin duda, de los refrescos. Los mexicanos han llegado al prodigioso nivel de 14 mil millones de botellas al año, o sea, - casi cinco botellas por hombre, mujer y niño cada semana. El país tiene ya el campeonato mundial en el consumo de refrescos por persona": 47/

Con mercados tan amplios, aunque la utilidad por botella sea pequeña, permite grandes presupuestos de publicidad y - abultadas ganancias; la publicidad de saturación determina la diferencia en las regiones más pobres de México en donde dominan las marcas internacionales Coca-Cola y Pepsi-Cola y no las locales.

Además de los refrescos llegan ya a los pobres algunos - de los alimentos menos nutritivos que las compañías han sido capaces de concebir. Como es obvio, nunca será posible venderles alimentos congelados y latas de aerosol. Existen, sin embargo, otros productos que se les puede vender en pequeñas cantidades.

Basta visitar buena parte de los tendajones de los barrios pobres o de las áreas rurales para darse cuenta de la situación. Será posible encontrar chicles que se venden por unidad e incluso por mitades; galletas Ritz de una por una; hojuelas azucaradas de kellogg's vendidas por taza; paletas heladas partidas;

47/ Ibidem, p. 284

un tubo de Charms que se vende por pastilla; un paquete de dos pastelillos Hostess Twinkies, abierto para su venta por separado. En México, país rico en piña, (ver cuadro siguiente) hay tiendas que venden la piña enlatada de Del Monte por rebanadas.

CUADRO 3

LAS SEIS PRINCIPALES FRUTAS MEXICANAS

Fruta	Consumo Nacional (porcentaje)	Exportación (porcentaje)	Plantaciones en México (hectáreas)	Producción (toneladas)
Plátano	98	2	75,000	1'176,000
Aguacate	90	10	47,769	367,000
Mango	98	1.8	42,102	401,000
Piña	94	6	100,000	374,000
Guayaba	100	-	11,500	120,000
Papaya	93	7	10,915	265,000

Fuente: Raúl Mosqueda Vázquez: Logros y aportaciones de la investigación agrícola en el cultivo de frutas tropicales y subtropicales.

México, Instituto Nacional de Investigaciones Agrícolas, 1983.

Como hemos visto, la fuerza de las compañías multinacionales no radica en los alimentos que venden, sino en las estra

teguas de publicidad y comercialización, ya que la publicidad llega hasta las aldeas más remotas del mundo subdesarrollado.

4.3 El sistema de acopio de productos perecederos.

El canal tradicional de concentración está constituido por acopiadores rurales. Compran generalmente en la zona de producción y, en algunas ocasiones, se abastecen en los mercados regionales. Ellos financian, en muchos casos, al productor y venden a mayoristas ubicados en centrales de abasto.

Según los resultados de una investigación ^{48/} se puede determinar una tipología de comercialización de la pequeña producción de la manera siguiente:

a) Compra anticipada. El productor vende su huerta o parte de ella, antes de la cosecha, para solventar los costos productivos y de manutención de la familia. La negociación se hace con intermediarios locales y regionales que adelantan una cantidad a cuenta del producto a entregar durante la temporada de cosecha. Es la negociación más desfavorable para el productor, pues el precio que se paga alcanza un promedio de 50% abajo de lo que se paga en la plaza durante la temporada de cosecha.

b) Venta ejidal a comisionistas que rutean. Son emplea-

^{48/} Galeana Rodríguez, José Velino y Ma. Elena. Las Adecuaciones del Sistema Diconsa en la Búsqueda de la Modernización Comercial. Tesis FCPyS. UNAM, México, 1989.

dos de intermediarios regionales que cubren la función de trasladar el producto a las básculas de las cabeceras municipales, cuando el productor no puede llevar la cosecha de forma directa. El precio pactado se reduce por descuentos (de flete, maniobras) y por la comisión, quedando al productor una cantidad del 30% - al 40% abajo del precio que se paga en la plaza más cercana.

c) Ventas a pie de camino. El productor sale a las carreteras más cercanas para ofrecer el producto a transportistas, coyotes y comisionistas de centrales de abastos y agroindustria; el precio es inferior el 20% a 30% al de la plaza.

d) Ventas en básculas. Los intermediarios regionales se ubican en las básculas para comprar volúmenes importantes a los agricultores que cuentan con transporte o sacaron la producción rentando vehículos; el precio que prevalece es fijado por los intermediarios de la región.

También existen los pequeños productores transicionales que trabajan con agroindustrias pero dependen del crédito de avío de estas empresas para producir, y mediante contratos comprometen la venta de su cosecha bajo requisitos establecidos. El mismo mecanismo prevalece cuando trabajan con bodegueros que financian el cultivo. En ambos casos el excedente que queda al productor no le permite desprenderse de estas fuentes de crédito, por lo que año con año se ve obligado a recurrir a ellas.

Por su parte los empresarios agrícolas establecen negociaciones directas con intermediarios regionales, agroindustrias, centrales de abasto y mercados de exportación bajo mejores condiciones, pues la calidad y volumen de su producción, así como los recursos de infraestructura y financieros, les permiten una mayor holgura en las negociaciones y mejores precios para sus productos.

A lo largo del proceso de comercialización, se pueden observar operaciones en tres tipos de mercados, el de acopio, el de concentración y el de distribución.

En el primero, actúan como vendedores los productores, los acopiadores, los procesadores, empacadores, los mayoristas de gran escala y como compradores los mayoristas, los detallistas integrados y algunos procesadores. Aunque pareciera extraño que los mayoristas de gran escala aparecieran como vendedores, hay casos de comerciantes que manejan volúmenes importantes que actúan también como productores; tal es el caso del plátano en algunas partes del estado de Chiapas, de la manzana en el Norte del país, del jitomate en zonas de Sinaloa y en el bajío, entre otros.

El poder de los participantes en este primer mercado se acentúa en función de la dificultad para entrar. Los mayoristas que manejan grandes volúmenes están protegidos, por la ha-

bilidad administrativa que manejan, por el control de la información y por el excesivo capital de trabajo que se necesita para operar. Todo esto, les permite tener relaciones importantes en las áreas de producción y también en los centros de distribución y de consumo. Asimismo, la industria procesadora y empacadora está protegida por los factores anteriores, aunado al tamaño de la planta, la tecnología y la diferenciación del producto.

En el segundo mercado actúan como vendedores los mayoristas de gran escala y algunos procesadores y empacadores. Como adquirentes, participan los mayoristas de línea amplia, los tradicionales, los medio mayoristas, los detallistas integrados y asociados y los consumidores institucionales. El poder parece estar de lado de los procesadores y de los mayoristas, mientras que los otros están atomizados y con menor poder de negociación.

A nivel mayorista, puede señalarse que actualmente existe una disolución en las funciones. En cierta manera, los mayoristas han "sub-contratado" algunas de ellas. Por ejemplo, subcontratan la función de introducción, o sea la compra en la zona de producción para su posterior envío al centro de consumo. También lo hacen con respecto a la venta a detallistas, ya que en muchos casos existen medio-mayoristas que les venden a los menudistas. De cualquier forma, esto señala que

el mayorista no desempeña la actividad que se espera de él en toda su capacidad. Sin embargo, en muchos casos mantienen el control del canal.

En el tercer mercado, los vendedores son los mayoristas de línea amplia: los tradicionales, los medio mayoristas y la industria procesadora. Los compradores, mientras tanto, son los detallistas independientes. En el caso de los alimentos perecederos, la atomización predomina tanto en la compra como en la venta.

En el medio rural, este mercado actúa con altos costos. Los traslada, mediante mayores precios, a los compradores rurales. Entre sus características principales cuentan:

- Un irregular e inadecuado abastecimiento de productos;
- La existencia de precios excesivamente elevados;
- Una baja calidad y valor nutricional de algunos productos.

Por lo anterior podemos concluir que el sistema de acopio comercial, si bien se ha modificado, no ha sido en beneficio del sector social. Por tanto sigue arrastrando buena parte de los viejos vicios. Sobre todo en lo que se refiere a la excesiva intermediación, que se traduce en bajos ingresos para el productor y en altos precios para el consumidor.

4.3.1 El subsistema de acopio en el estado de Jalisco.

Es obvio que la acción del acopio va supeditada a la existencia del producto que se va a reunir; por lo que hablaremos de la producción de alimentos perecederos en el estado para conocer el origen de los nutrimentos básicos.

La actividad agrícola en Jalisco es de gran importancia a tal grado que es uno de los sustentos fundamentales de su economía; en este sector destaca el cultivo del maíz que coloca al estado entre los principales productores a nivel nacional.

La producción de bienes agropecuarios para la población, así como el lugar que ocupa a nivel nacional, se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 4

BIENES QUE PRODUCE EL ESTADO DE JALISCO Y LUGAR QUE OCUPA A NIVEL NACIONAL

- Aves productoras de carne (cabezas)	1°
- Porcinos (cabezas)	1°
- Porcinos (animales sacrificados)	1°
- Avícolas (animales sacrificados)	1°
- Maíz	2°
- Azúcar	2°
- Apícola (colmenas)	2°
- Bovinos (animales sacrificados)	2°
- Sorgo	3°
- Bovinos (cabezas)	3°
- Aves productoras de huevo (cabezas)	3°
- Cunicula (prod. carne)	4°
- Apícola (miel)	4°
- Cártamo	5°
- Aguacate	5°
- Mango	5°
- Cunicula (cabezas)	5°
- Limón agrío	6°
- Trigo	7°
- Ajonjolí	7°
- Café	8°
- Durazno	8°
- Frijol	9°
- Caprinos	9°
- Caprinos (animales sacrificados)	9°

Fuente: México Social 1987. Indicadores seleccionados, Banamex, México, 1987, p. 47

Esto no quiere decir que Jalisco tenga una agricultura especializada en el maíz, ya que en el cuadro encontramos con una diversificación de importancia que incluye a la caña de azúcar entre los perennes y el sorgo entre los cíclicos, debido a la política agrícola que durante los dos últimos sexenios ha derivado en cambios considerables de los patrones productivos, apreciándose una tendencia de los campesinos temporaleros a sembrar cultivos comerciales (caña de azúcar, sorgo, etcétera), en sustitución de los tradicionales como el maíz; al mismo tiempo que se ha acrecentado las superficies de hortalizas y frutas de exportación.

En el cuadro siguiente figura la superficie cultivada en tierras de riego y de temporal en el estado, así como el tipo de cultivo.

CUADRO 5

SUPERFICIE DE LA PRODUCCION AGRICOLA (HAS.) 1983-1987					
Cultivo	1983	1984	1985	1986	1987
Arroz	2 641	3 058	2 108	1 523	1 828
Maiz	847 112	770 426	740 968	715 702	769 423
Frijol	37 461	70 226	65 848	18 740	34 564
Trigo	18 020	29 228	41 760	41 816	45 195
Cebada grano	3 440	1 279	4 929	196	2 692
Ajonjolí	823	1 396	1 095	1 018	1 330
Cartamo	3 815	4 358	2 006	2 191	2 411
Sorgo grano	191 122	171 071	192 008	188 265	204 689
Otros (57) cultivos diferentes	109 627	106 628	79 086	118 293	135 946
Sub total	1 214 061	1 157 724	1 129 808	1 087 744	1 198 078
Perennes:					
Caña de azúcar	46 550	56 419	49 219	58 400	62 487
Otros	104 011	69 537	98 422	110 700	97 048
Sub-total	150 561	125 956	147 641	160 100	159 535
Total	1 364 622	1 283 680	1 277 449	1 256 844	1 357 213

Fuente: V Informe de gobierno. Enrique Alvarez del Castillo, Guadalajara, Jal., 1988.

En la entidad existen 7 regiones hidrológicas en la que sobresale el Lago de Chapala, que es el vaso natural más importante del país y hace las veces de regulador del sistema Lerma-Santiago. Las posibilidades de uso del lago son agricultura, abastecimiento de agua, pesca y generación de energía, principalmente.^{49/} En lo que se refiere a la agricultura, cuando baja de nivel el agua del lago las tierras aledañas al vaso -que son de propiedad federal- son arrendadas a los campesinos para la producción de legumbres y hortalizas como brócoli, apio, etc. Estas tierras "descubiertas" son muy fértiles por causa del limo que las cubre cuando desciende el nivel acuífero, por lo que son muy apreciadas.

Asimismo, el estado está dividido en 29 distritos de riego en los cuales se cultivan los productos que a continuación se mencionan:

CUADRO 6

PRINCIPALES PRODUCTOS EN LOS DIFERENTES DISTRITOS DE RIEGO DEL ESTADO DE JALISCO

PERIODOS ESTACIONALES/PRODUCTOS		
Primavera - verano	Otoño - invierno	Perenne
Maíz, hortalizas, sorgo	trigo, avena, hortalizas	frutales
Avena		
Chile, frijol	Garbanzo	
	Frijol	Fresa
Frijol ejotero	Maíz, papa	
Maíz (elote)		Caña de azúcar
Melón, arroz	Cártamo	
	Melón, tomate cáscara	
	Cebada	

FUENTE: México 1987. Indicadores Económicos Seleccionados. Banamex, México, 1989.

^{49/} Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), SPP, México, 1986.

En Jalisco existen pocos centros de población especializados en la distribución de ciertos bienes y servicios para la población o -- algún sector productivo. Además se da cierta competencia entre centros distribuidores en lugar de una complementación en las funciones comerciales. Esto provoca que algunas zonas no cuenten con abastecimiento de la forma más adecuada y con precios relativamente bajos.

Asimismo, existe una desigualdad notoria entre poblaciones enclavadas en áreas rurales fértiles que producen con tecnología moderna productos agrícolas para mercados regionalmente amplios y las que habitan en zonas poco fértiles donde la tierra está dividida en minifundios y cuya producción es principalmente para autoabasto. Para -- comprender mejor esta situación, describiremos enseguida las características más sobresalientes de cada una de las 10 regiones del estado.

La Región Ameca reviste gran importancia por su producción agrícola comercial orientada a la industria local, como es el caso de la caña de azúcar y el maguey de mezcal. Para el primer cultivo su producción está supeditada a la capacidad de procesamiento de los ingenios ubicados en los municipios de Ameca, Tala, Villa Corona y Estipac.

Entre los cultivos más importantes están: maíz, sorgo, garbanzo y cacahuate; en especial los primeros sufren el problema de almacenamiento y la baja captación de CONASUPO, lo que implica su alto índice de intermediación. Su producción ganadera es también importante, se encuentra entre los tres primeros lugares del estado, en particular por el número de cabezas de ganado bovino, porcino y avícola.

Autlán de Navarro, es un centro retroalimentador de más de trece municipios tanto de la región sur como de la costa, demostrando gran importancia comercial para la región. Su producción agrícola se basa en los cultivos de maíz, sorgo (forrajero), caña de azúcar y alfalfa. Entre los frutales más importantes sobresale el melón, aguacate, mango, plátano y coco de agua. Su producción está ligada en parte a la industria local, en función de la cual se elaboran azúcar y aceites.

"Se observa además, que el desarrollo de la agricultura se encuentra obstaculizado por los problemas existentes en la comercialización, tomando preponderancia el intermediarismo en frutas y maíz". 50/

En Ocotlán y La Barca aún cuando su extensión territorial no es muy grande, la importancia de su comercio es significativa por el número de habitantes de esa zona y por las actividades industriales que ahí se desarrollan. La característica principal de su comercio es la correlación que guarda entre los sectores productivos.

La actividad pesquera, en el Lago de Chapala, condiciona en gran medida que el sistema de comercialización se realice a pie de playa por la falta de organización e infraestructura.

Ciudad Guzmán y Sayula, por su extensión territorial es una de las áreas de influencia de comercio más importantes y sirve de centro retroalimentador a más de 15 municipios.

50/ Plan Director de Desarrollo Socioeconómico. Sectores de Apoyo. Gobierno del Estado de Jalisco, Guadalajara, Jal., México, 1982, p. 25.

Sayula, después de operar como centro distribuidor interno a su área de influencia, debe al uso de su red carretera que es aprovechada para el traslado de productos agropecuarios y forestales, el desarrollo de su comercio, por tener en las regiones de Guadalajara y Cd. Guzmán sus principales centros comerciales.

Ciudad Guzmán se considera como el segundo centro de distribución e intercambio de bienes y servicios, después de la ZMG en el estado y representa en la región sur de Jalisco el centro más importante. La relevancia de la mayoría de los municipios que comprenden la Región Guzmán, radica en su producción agropecuaria y forestal.

En la región Tepatitlán las localidades más importantes por su nivel de actividad comercial son: Tepatitlán, Arandas, Jalostotitlán y San Miguel el Alto.

"La región contribuye al producto agrícola total del estado con el 15.1% tomando importancia los cultivos del maíz, maguey de mezcal, frijol, alfalfa y chile verde. Es de mayor importancia su producción pecuaria, ya que se ubica en el primer lugar regional en cuanto a la producción de ganado bovino, porcino y aviar". 51/

En la región Lagos, su actividad comercial más importante está orientada a la producción de leche y carne; ya que aquí se localiza una de las cuencas lecheras más importantes del estado y del país.

51/ Ibidem, p. 26.

El principal problema que destaca entre la comercialización de productos en el estado es el excesivo intermediarismo en los productos del agro. Como se verá posteriormente, el tema redunda en la baja capacidad de compra y consecuentemente de almacenamiento, así como en la pérdida de eficacia en los trámites que se tienen que realizar para vender a empresas estatales. Por otra parte los mercados cautivos que engendra la industria dedicada a la transformación de los productos del campo, frena en algunas regiones el desarrollo efectivo de esta actividad.

En otro orden de ideas, se ha escrito que los patrones alimentarios..."son el resultado del ajuste histórico de los pueblos a las condiciones del medio en que viven, a sus posibilidades y capacidades productivas, a los productos que tradicionalmente han tenido a su alcance y a la influencia recibida de otras culturas". ^{52/} Los hábitos alimentarios se inducen en los niños mediante la conducta de la madre, de la observación y participación de los patrones de comportamiento de otros miembros del grupo y, en los últimos años, particularmente para ciertos estratos de población, de la información proporcionada por los medios masivos de comunicación.

El fuerte desarrollo de los medios de información a nivel mundial ha facilitado la divulgación de ciertos patrones de consumo y ha reforzado las tendencias a la imitación de dietas características de determinados estratos poblacionales o de países que son considerados como prototipos de un desarrollo digno de imitar.

^{52/} Antología de la ... op. cit., p. 283.

En cuanto a hábitos alimentarios, al igual que en muchos otros aspectos, México presenta una gran heterogeneidad resultado de la diversidad regional, de las diferencias en la evolución tecnológica alcanzada por las comunidades que lo integran y la desigual distribución del ingreso y del bienestar social.

Dentro del espectro alimentario del país una primera gran división se da entre las dietas urbanas y las rurales. Las primeras son dietas más diversificadas debido a la disponibilidad de una amplia gama de productos, tanto naturales como procesados, generados en muy distintas regiones. El maíz tiende a perder importancia dentro de ellas, sin embargo, a corto y mediano plazos, seguirá siendo la base de la alimentación nacional. Las dietas rurales, en cambio, si bien son menos diversificadas en productos industrializados, incluyen una variedad de alimentos vegetales y animales provenientes del aprovechamiento de especies locales.

Por la importancia que representa aún el maíz, nos parece adecuado detenernos para abordar con mayor detalle la situación que prevalece en torno a este artículo de primera necesidad.

3.3.1.1. El maíz

Jalisco es una entidad en la cual más del 80 por ciento de su superficie agrícola es de temporal, por lo que las condiciones de la precipitación pluvial son determinantes en sus volúmenes y rendimientos agrícolas anuales. Sin embargo, en años recientes, factores como la baja rentabilidad de los cultivos básicos y la sustitución de los tradicionales por los comerciales han deteriorado la producción estatal de maíz.

El hecho de que se continúe ocupando los primeros lugares en la producción de maíz a nivel nacional no significa que los volúmenes de producción se sigan manteniendo constantes o crecientes; lo que sucede es que, al igual que en todo el país, la producción de maíz sigue disminuyendo. Muestra de ello es que mientras en 1980 se sembraron en el estado un promedio de 930 mil hectáreas de maíz, para 1987 la superficie se redujo a 786 mil 233. "Esto se tradujo en una menor participación de la entidad en la producción nacional del cereal, ya que de participar con el 17.9 por ciento en 1980, para 1987 su participación fue de 16.8 por ciento, situación que tiene que ver con la caída interna de los volúmenes de producción, ya que mientras en 1980 se produjeron 2 millones 224 mil 157 toneladas de maíz, para 1987 fueron alrededor de 1 millón 941 mil 922". 53/ (Ver cuadro siguiente)

CUADRO 7

SUPERFICIE COSECHADA Y PRODUCCION DE MAIZ Jalisco, 1982 - 1987			
Año	Superficie cosechada (hectáreas)	Volumen de producción (toneladas)	Rendimiento (toneladas por hectárea)
1982	744 359	1 339 661	1.8
1983	831 359	1 955 454	2.5
1984	770 359	2 025 315	2.6
1985	741 468	1 936 009	2.8
1986	713 273	1 863 864	2.6
1987*	786 233	1 941 922	2.4

* Estimaciones
FUENTE: Elaborado con base en datos de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, Delegación Jalisco

53/ Carta Económica Regional. Año 1, núm 2, INESER, Guadalajara, México, 1989, p. 15.

Entre algunas de las causas de la pérdida de importancia de la producción estatal de maíz, es posible señalar la ampliación de las superficies dedicadas al cultivo de caña y sorgo sobre tierras de temporal. Al mismo tiempo, las superficies para el cultivo de forrajes y hortalizas han manifestado una importancia creciente en las actividades agrícolas de la entidad. "De ocupar éstas una superficie de 59,600 hectáreas en 1986, su superficie se incrementó a 78,600 para el ciclo agrícola primavera-verano de 1987" 54/ Lo anterior necesariamente está asociado con la mayor rentabilidad que ofrecen al productor.

En el caso particular de las superficies de riego para el cultivo de frutales (principalmente melón y sandía) éstas han cobrado también importancia reciente; de cultivarse un total de 63 mil hectáreas en 1982 la superficie se amplió a casi 111 mil hectáreas para 1986. Esta ampliación de la superficie ha colocado al estado de Jalisco como uno de los principales productores y exportadores de sandía a nivel nacional.

3.3.1.2 La producción pecuaria

Otro sector importante en la producción de productos perecederos lo constituye el sector pecuario, de cuyas características a continuación se darán detalles:

"La superficie de Jalisco dedicada a las actividades agropecuarias se han mantenido prácticamente constante en alrededor de 4.7 millones de hectáreas, de las cuales 3.2 millones se ocupan diferenciadas en cuanto a producción pecuaria; las zonas áridas y semiáridas comprenden 25 por ciento de la superficie dedicada a la ganadería, las tierras templadas ocupan el 10 por ciento, las

54/ Ibidem, p. 17.

tropicales secas 15 por ciento y las zonas montañosas constituyen el 50 por ciento". 55/

En cuanto al volumen de los productos pecuarios, en el cuadro siguiente se puede observar la productividad por especie:

CUADRO 8

VOLUMEN DE LA PRODUCCION PECUARIA 1983-1987						
Especie	Unidad	1983	1984	1985	1986	1987
Carne bovino	Tons.	119 870	117 586	120 839	145 910	122 413
Porcinos	Tons.	132 160	139 005	140 000	156 890	163 135
Aves	Tons.	40 850	45 954	48 537	114 910	91 859
Huevo	Tons.	283 120	295 877	300 000	223 550	186 487
Miel	Tons.	6 508	5 135	7 742	7 295	4 491
Leche bovinos	Mil. Lts.	850	928	962	1 016	950

Fuente: V Informe de Gobierno. Enrique Alvarez del Castillo. Guadalajara, Jal., 1988.

Las empresas ganaderas que se dedican a la engorda en corral se concentran principalmente en la zona centro del estado, mismas que cuentan con bodegas, depósitos de agua y maquinaria para la elaboración de alimentos. La producción de especies menores es la que presenta mayores niveles de capitalización, ya que para llevar a cabo su proceso productivo emplean tecnología moderna tanto en sus instalaciones como en el equipo.

55/ Carta Económica..., año 1, Núm. 3, p. 26

Respecto a las empresas dedicadas a producir leche de bovino se pueden distinguir tres tipos de explotación: a) la establecida o tecnificada, b) la lechería familiar, que es la más representativa de esta actividad; y c) la de doble propósito, que es básicamente de autoconsumo: vende y procesa los excedentes en la época de abundancia forrajera.

En la producción de carne de ganado bovino se pueden diferenciar dos tipos de explotaciones, las dedicadas a generar pie de cría que se localizan en la costa de Jalisco y las de engorda que se ubican en la parte centro del estado.

Para la actividad pecuaria Jalisco cuenta con recursos naturales susceptibles de explotación, asimismo puede procurarse mayor eficiencia de los que se están aprovechando en la actualidad. Las tendencias a mediano plazo de la actividad pecuaria indican que se puede incrementar la productividad sobre todo en lo relativo a bovinos de leche a nivel de lechería familiar, que es la que registra menores niveles de tecnificación, pero que tiene gran importancia por el volumen que aporta a la producción estatal.

3.3.1.3 La producción pesquera

La pesca es una actividad que requiere todavía de mayores incentivos para que los litorales y aguas interiores de Jalisco obedezcan cada vez a mejores sistemas de explotación ya que el estado cuenta con 320 Km. de litoral y una plataforma continental de 30,772 Km. Asimismo, tiene 68,000 has. de lagunas y esteros en donde se incluye el Lago de Chapala, que es

el más grande de la república.

Sin embargo, las principales zonas de actividad pesquera están muy localizadas: Puerto Vallarta, Barra de Navidad, Chapala y la zona del río Lerma-Santiago, en donde se capturaron sólo 24,000 toneladas en el año de 1987.

En el siguiente cuadro se puede apreciar el volumen de producción por especie.

CUADRO 9

VOLUMEN DE LA PRODUCCION PESQUERA 1983-1987 (toneladas)					
Especie	1983	1984	1985	1986	1987
Carpa	1 179	1 555	681	1 655	1 380
Charal	2 639	3 985	2 004	3 423	3 750
Tiapia	2 498	3 888	2 336	4 221	4 570
Guachinango	291	1 303	233	452	490
Lisa	40	233	107	541	269
Tiburón-Cazón	99	97	51	274	365
Otras	8 020	8 380	15 908	12 594	13 176
Total	14 766	19 441	21 320	23 160	24 000

Fuente: V Informe de Gobierno. Enrique Alvarez del Castillo. Guadalajara, Jal. 1988.

La infraestructura pesquera en el estado es deficiente en todos sentidos, ya que hacen falta, entre otros medios, frigoríficos, talleres de reparación, puertos apropiados para esta actividad y embarcaciones suficientes y modernas. Aunado a esta situación, el intermediarismo provoca problemas serios, lo que desde luego no es privativo de Jalisco, ya que todo el país se enfrenta al mismo fenómeno.

Con base en las cifras y cuadros presentados se puede concluir que Jalisco es un importante productor de granos básicos, en los que ocupa un lugar preponderante el maíz y le siguen otros productos perecederos como sorgo, trigo, frijol, arroz, cántamo, cebada, caña de azúcar, papaya, sandía, melón, cebolla, fresa, tomate, papa, naranja, plátano, aguacate, entre otros.

De ahí que el subsistema de acopio local esté dirigido hacia la concentración de los productos agropecuarios señalados, con el fin de proporcionar alimentos principalmente a los habitantes de la zona metropolitana y, en menor medida, a los moradores de otras ciudades de la república, a través del sistema de distribución que más adelante se detallará.

3.3.2 El subsistema de acopio en otras entidades federativas.

La producción de perecederos en la república mexicana está condicionada por los ciclos productivos y por las condiciones de sequía y escasez o demanda que priven en determinado momento de la producción. De esta manera podemos observar que según la estación del año se encontrarán en el mercado un determinado tipo de productos, así como la posibilidad de adquirir otros en cualquier época del año.

Para apreciar con mayor claridad la variación de la existencia de productos agropecuarios se añade el siguiente cuadro:

CUADRO 10
CALENDARIO FRUTERO DE MEXICO

ESTACION	TIPO DE FRUTA	LUGAR DE ORIGEN	EPOCA
a) PRIMAVERA	-Chicozapote -Guanábana -Mamey -Melón -Papaya -Toronja	Ver., Oax., Camp. Morelos Camp., Oax. Michoacán Ver., Gro., Jal. Ver., N.L., S.L.P. Tamps.	abril-mayo marzo-abril febrero-marzo marzo-abril abril-mayo febrero
b) VERANO	-Ciruela -Coco -Durazno -Fresa -Mango -piña -Sandía -Tamarindo -Tuna -Uva	Puebla Gro., Col., Tab., Oax., Mich. Gto., Zac., Ags., Son., Mich. Gto., Mich. Ver., Sin., Oax. Nay., Jal., Gro. Oax., Ver. Gro., Mich., Jal. Guerrero Méx., Pue., Gro., Hgo., S.L.P. Son., Coah., Zac., Ags. Qro., B.C.	mayo-junio junio, julio agosto junio-julio mayo-junio mayo, junio, julio, agosto mayo-junio mayo-junio mayo-junio mayo, junio, julio, agosto junio-julio
c) OTOÑO	-Aguate -Chirimoya -Granada -Pera -Perón	Mich., Pue., Mor., Jál., Gto. Chih., Coah. Puebla Michoacán Pue., Chih.	jul., ags., oct., nov. sep., oct. ago., sept. Sept., oct., agosto., sept
d) INVIERNO	-Guayaba -Jícama -Mandarina -Tejocote -Zapote	Aguascalientes Michoacán Ver., N.L., S.L.P. Tamps. Tlax., Mich. Campeche	nov., dic. nov., dic. noviembre diciembre oct., nov. nov., dic.

Fuente: Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. Revista, Año 1, vol. 1, No. 6, México, junio de 1984.

Asimismo, hay un determinado tipo de frutas que es posible adquirirlas en el mercado durante todo el año, según como se aprecia en el siguiente cuadro:

CUADRO 11

FRUTAS QUE SE PRODUCEN TODO EL AÑO EN MEXICO

TIPO DE FRUTA	LUGAR DE ORIGEN	EPOCA
-Lima	Colima	ene-dic.
-Limón	Colima	ene-dic.
-Manzana	Chih., Dgo., Zac.	ene-dic.
-Naranja	Ver., N.L., S.L.P.	ene-dic.
-Plátano	Tamps. Col., Mich., Ver., Chis. Oax., Nay.,	ene-dic.

Fuente: Ibidem.

Guadalajara, por su situación geográfica, está ubicada en un punto clave que la convierte en un centro natural de acopio de la producción de varios estados de la república. Con base en esta información detallada tenemos el marco de referencia para apreciar los diferentes tipos de perecederos que llegan del Noroeste del país, de la propia producción del estado de Jalisco y estados circunvecinos y de la zona sureste, productora frutícola de gran importancia.

En el siguiente cuadro se puede observar con mayor claridad el origen y el tipo de productos que se acopian en diferentes estados de la república para satisfacer las necesidades alimentarias de la zona metropolitana de Guadalajara.

CUADRO 12

ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

ACOPIO DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS PERECEDEROS POR TIPO
Y ESTADO DE ORIGEN.

TIPO DE PRODUCTO	ESTADO DE ORIGEN
FRUTAS	
Aguacate	Mich., Jal.
Cacahuate	Chih., Sin., Oax., Mor., Nay.
Durazno	Ags., Zac.
Fresa	Mich., BCN., Gto.
Guanábana	Nay., Col., Mor.
Guayaba	Zac., Ags.
Lima	Jal., Col.
Limón	Colima
Mandarina	Ver., N.L.
Mango	Oax., Nay., Jal.
Manzana	Chih., Dgo., Zac.
Melón	Coah., Mich., Son., Nay.
Naranja	Ver., Tamps., N.L.
Nuez	Chih.
Papaya	Gto., Jal.
Pera	N.L., Mich.
Piña	Ver., Oax.
Plátano	Col., Jal., Mich.
Sandía	Coah., Mich., Son., Nay., Jal.
Tamarindo	Col., Nay., Mich., Oax.
Toronja	Ver., N.L., Mich., Tamps., Sin., Son., Ags.
Uva	Zac., Coah.
Otros (Coco)	Colima

Fuente: Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG.
Agosto de 1989.

Asimismo, Guadalajara es paso obligatorio de las producciones frutícolas provenientes de los distritos de riego de Sonora y Sinaloa. También es un polo de atracción para los altiplanos de Chihuahua y de Durango que encuentran aquí el centro de consumo más importante y cercano.

Del mismo modo, juega un papel muy importante como centro reexpedidor de productos perecederos tanto para satisfacer

necesidades locales como de otros mercados de consumo, como el de la ciudad de México. Esta actividad se explica de la siguiente forma:

Por una parte, dado que en la zona Noroeste la producción de fruta es escasa y para su abastecimiento depende del Sureste (Veracruz, Tabasco, Chiapas, etc.) surgió un flujo de intercambio continuo en ambas regiones, siendo Guadalajara el centro natural.

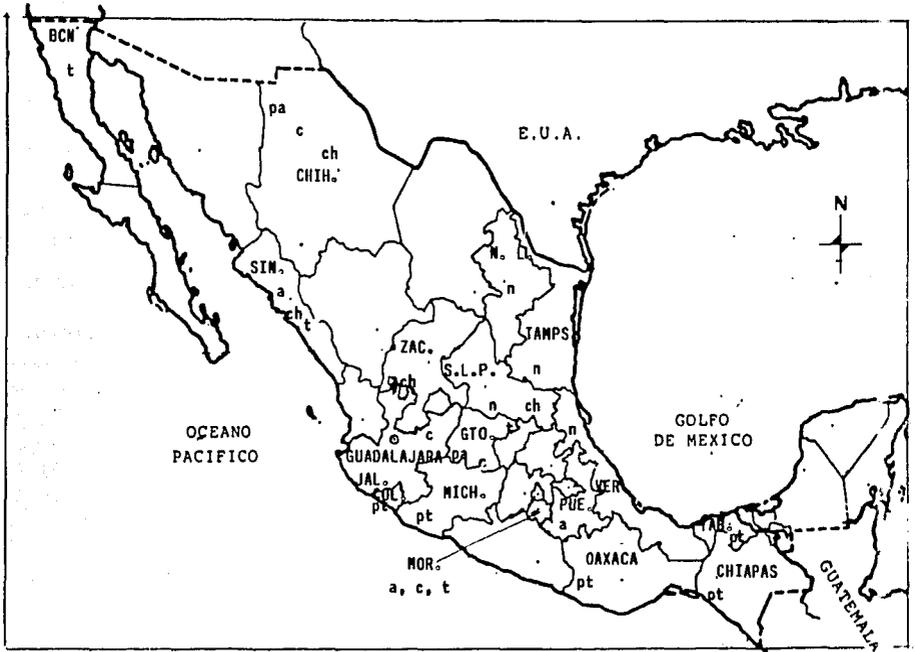
En el mapa N° 2. se presenta la ubicación de la ciudad de Guadalajara con respecto a las principales zonas de producción de los productos objeto del presente estudio. En éste se observa que su ubicación es favorable para su abastecimiento de hortalizas, dado que, además que Jalisco se considera entre los estados de mayor producción de cebolla, se encuentra situado entre Zacatecas, Guanajuato y San Luis Potosí, que son de los principales productores de chile, cebolla, tomate rojo y papa.

Haciendo referencia al abastecimiento de fruta, los estados vecinos: Colima y Michoacán son grandes productores de plátano, los cuales son de los principales abastecedores de estos productos. En el caso de la naranja, Guadalajara se abastece del estado de Veracruz, principalmente.

Por otra parte, la producción de tomate rojo y chile provenientes de los estados de Baja California, Sonora y Sinaloa, así como la producción de frutas procedentes del Sur tienen como paso obligatorio la ciudad de Guadalajara para su distribución.

MAPA No. 2

PRINCIPALES AREAS DE PRODUCCION DE PERECEDEROS
QUE SE DISTRIBUYEN Y REDISTRIBUYEN EN LA ZMG



Simbología:

- a = aguacate
- n = naranja
- pt = plátano
- c = cebolla
- ch = chile verde
- pa = papa
- t = tomate rojo

FUENTE: Torres, Sistema de ..., op., p. 7.

De esta manera, presentamos un panorama general del sistema de acopio en el estado de Jalisco y en otros estados de la república, mencionando las formas más usuales de reunir las cosechas originadas en las diferentes unidades de producción así como los lugares en donde se cultivan y producen los perecederos.

Ahora bien, ¿cómo llegan hasta la zona metropolitana de Guadalajara estos productos? ¿cuáles son los medios más importantes de que se valen las personas que participan en el proceso de comercialización de productos alimenticios para proporcionar los nutrientes necesarios a los habitantes de la ciudad? En el próximo capítulo se abordarán estos aspectos para conocer otro de los sistemas que conforman el gran sistema de abasto alimentario.

CAPITULO IV

EL SISTEMA DE SERVICIOS DE APOYO A LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS PERECEDEROS

Para llevar a cabo los procesos principales de la comercialización se requieren varios servicios subsidiarios. Estos servicios facilitan la concentración en puntos convenientes de los -- productos originarios de unidades de producción diseminadas, su adaptación a una forma adecuada para el consumo y distribución a los consumidores. Se agrupan en dos clases: "servicios de manipulación física, que se emplean para cambiar la forma de un producto y trasladarlo de un lugar a otro, y servicios que se refieren a la transmisión de la propiedad". 56/

Este sistema de servicios de apoyo al proceso de comercialización está integrado por los subsistemas de transporte, almacenamiento, clasificación y normalización, envasado, formas de contacto entre compradores y vendedores y financiación para realizar la actividad comercial.

4.1 El subsistema de transporte.

El transporte o traslado del producto de un lugar a otro es

56/ Problemas de la Comercialización. BIRF. Washington, D. C. - 1969, p. 17.

uno de los servicios comerciales más importantes. Forma parte de todas las fases de comercialización desde la unidad de producción hasta el punto de consumo final.

"El transporte es importante no sólo porque es indispensable para el funcionamiento de todo el sistema de comercialización, sino también porque explica una parte muy considerable del costo total de la comercialización". 57/

De hecho la comercialización organizada de los productos depende en gran medida de las facilidades de transporte, que hacen posible trasladar grandes cantidades de artículos desde las regiones donde las condiciones naturales favorecen su producción hasta las zonas de población densa.

Los productos agrícolas requieren con frecuencia servicios de transporte extraordinariamente especializados. El acarreo de animales de granja exige camiones y vagones construidos ex profeso, y pueden ser necesarias además instalaciones permanentes de carga, abrevamiento y pasto. El traslado de la fruta, las hortalizas y la leche requiere una manipulación pronta y cuidadosa y posiblemente refrigeración en ruta. Muchos de los males y mucha de la fuerza de los diferentes sistemas de comercialización tienen su origen en los métodos de transporte. Si las en-

57/ Ibidem, p. 18.

tregas son lentas y el equipo inadecuado, los productos se deterioran antes de llegar al mercado. Las tardanzas y una manipulación descuidada pueden tener por resultado graves daños y pérdidas e imponer costos gravosos a la parte de la carga que llega al mercado en buenas condiciones.

Con el fin de abundar sobre este punto, enseguida hablaremos de la infraestructura ferroviaria y carretera existente en el estado de Jalisco.

4.1.1 El transporte ferroviario en Jalisco.

Dando un ligero vistazo a su pasado, se anota que en abril de 1887* se aprobó el plano de localización de la estación del ferrocarril en Guadalajara, la cual, debido al crecimiento físico de la ciudad así como a la gran demanda de este medio de transportación, tuvo que ser cambiada de ubicación en 1944 a su actual lugar de operación.

La red ferroviaria en el estado se amplió entre 1889 y 1908 cuando se ligó Guadalajara al Puerto de Manzanillo por Cd. Guzmán y Colima. "La configuración del sistema ferroviario desde esa fecha no ha variado en gran proporción; entre 1983 y 1986 sólo se han construido 73 km de vía férrea del tramo Guadalajara-Encarnación de Díaz". 58/

* Hasta mayo de 1888 quedó Guadalajara integrada a la red ferroviaria.

58/ Castro Vázquez, José, Ponencia "El Transporte Ferroviario en Jalisco". Foro: Distribución y Consumo, Guadalajara, Jal. Mayo 1987, p. 122.

4.1.1.1 Líneas férreas en el estado.

En Jalisco convergen dos ejes ferroviarios de importancia nacional: Ferrocarriles Nacionales de México y Ferrocarril del Pacífico con 484 y 223 km. de vías respectivamente; además de - 356.5 km. de vías auxiliares, patios, espuelas, etc., que sumadas nos reportan un total de 1 063.5 km. para el estado. 59/

A través del sistema Ferrocarriles Nacionales se conectan 27 municipios y se tiene comunicación con la capital de la república, con Ciudad Juárez, con la zona industrial más importante del Occidente de México, con los mercados del centro, norte y - frontera este del país; este mismo sistema comunica por el sur la estación de Guadalajara con el Puerto de Manzanillo, Col.

El sistema de Ferrocarril del Pacífico que conecta a 13 - municipios, comunica a Guadalajara con el Noroeste del país has ta Nogales, Son., tiene, a su vez, conexión con el ferrocarril Sonora-Baja California en la ciudad de Benjamín Hill, Son., y - con el Ferrocarril Chihuahua al Pacífico en estación Sufragio, - Sin.; éstos movilizan grandes volúmenes de carga procedente de todo el estado de Jalisco y otras entidades, facilitando la entrada de mercancía a los mercados del Noroeste y frontera Oeste del país, así como a los mercados internacionales por vía marí-

59/ Ibidem, p. 121.

tima, utilizando el Puerto de Mazatlán, Sin. 60/ (ver mapa 3).

En la actualidad las líneas férreas que atraviesan y unen regiones y poblaciones en el estado son las siguientes:

- a) México-Ciudad Juárez (Ferrocarriles Nacionales de México) - que recorre un tramo de 115 km. dentro del estado y conecta a tres municipios.
- b) México-Guadalajara-Manzanillo (Ferrocarriles Nacionales de México), que recorre dentro del estado 334 km. por la vía México-Guadalajara y une 24 municipios.
- c) Guadalajara-Nogales (Ferrocarril del Pacífico), recorre 157 km. y cuenta con un ramal de 52 km. a Ameca y otro de 34 -- km. de Etzatlán que suman un total de 223 km. de vía en el estado y enlaza 13 municipios. 61/

4.1.1.2 Características del transporte ferroviario.

Dentro del contexto nacional, el sistema de Ferrocarriles Nacionales de México reviste una gran importancia por el apoyo que proporciona a las actividades productivas.

60/ Castro, op. cit., p. 121.

61/ Ibidem, p. 123.

RED FERROVIARIA NACIONAL



FUENTE: Secretaría de Comunicaciones y Transportes,
 Dirección General de Ferrocarriles; Estadística Ferroviaria Nacional 1982, México 1984.

La ruta Manzanillo-Colima-Guadalajara-Irapuato-Celaya-Mariscala-Querétaro-México, además de conectar a la ciudad de México con Guadalajara -segunda ciudad del país- entronca en esa estación con el Ferrocarril del Pacífico, que proporciona servicio a la zona agrícola del Noroeste, y abastece en proporción importante las necesidades del país en cuanto a trigo, maíz, semillas oleaginosas, etc. Además, esta línea mueve las mercancías que se importan y exportan por el Puerto de Manzanillo. Transporta productos agrícolas que provienen principalmente de Colima que constituyen en conjunto el 26.8% del total de toneladas recibidas. 62/

Asimismo, la transportación de animales y sus productos hacia el estado representó el 0.5% del total y sus principales remitentes fueron los estados de Coahuila y Tamaulipas.

Cabe recalcar que la importancia que tiene Guadalajara como centro comercial de relevo y distribución se manifiesta en el movimiento ferroviario, ya que mientras se recibieron 28 millones de toneladas de los diversos productos ya mencionados, se envían fuera del estado 895 mil toneladas. 63/

La ventaja que presenta este tipo de transporte en comparación con otros, reside en el movimiento de carga donde el volu-

62/ Ibidem, p. 126.

63/ Ibidem, p. 128.

men transportado es mucho mayor con relación al espacio necesario y el costo es más reducido; en contraposición, sus desventajas se encuentran en lo rígido de sus líneas debido a su desarrollo sobre sitio propio y paso reservado, así como las grandes instalaciones que necesitan sus centrales y los pocos puntos que conecta.

4.1.2 La infraestructura caminera y el transporte de carga en Jalisco.

Guadalajara por ser el centro de intercambio comercial más importante del Occidente de México es paso obligado entre el Pacífico y el Distrito Federal, Monterrey, el Golfo y la Frontera Noreste (ver mapa 4).

Por su ubicación se encuentra enlazada a una red de carreteras nacionales, entre las que sobresalen las siguientes:

- a) Guadalajara-Culiacán-Nogales, que permite la comunicación con la costa del Pacífico.
- b) El enlace con la carretera Panamericana (Nogales-Tapachula) que pasa por Guadalajara.
- c) La unión con la vía corta a México (Guadalajara-La Piedad--México).

MAPA 4
CARRETERAS PRINCIPALES EN LA REPUBLICA MEXICANA



FUENTE: Secretaría de Comunicaciones y Transportes,
Departamento de Cartografía y Representación,
México 1981.

d) Guadalajara-Monterrey-Nuevo Laredo, para comunicarse con la frontera Noreste.

En lo que respecta a la infraestructura estatal, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática proporciona datos interesantes sobre la infraestructura de Jalisco respecto de la del resto del país. Es así como nos dice que en 1982 Jalisco era de los 10 estados con mayor longitud de carreteras, 10,056 kms. de los 213,702 kms. con los que cuenta la República. El 35.47% estaban pavimentadas, el 45.84% revestidas y el 18.69% eran de terracería. También nos hace la apreciación de que las áreas con mayor densidad de carreteras en el estado se localizan en el noroeste, en el centro y en el suroeste, correspondiéndose con las regiones de mayor crecimiento económico. 64/

Por nuestra parte podríamos abundar en este renglón dándonos los siguientes datos por regiones:

Regiones de Tepatlán y Lagos. Cuentan con la red caminera pavimentada más completa en cuanto a integración regional, - siendo atravesadas por el eje Zapotlanejo-Lagos de Moreno, que las comunica con Guadalajara y con los estados de Aguascalientes, San Luis Potosí y Guanajuato. Convergen a este eje los ca-

64/ Jalisco en síntesis. Secretaría de Programación y Presupuestos. INEGI, México, 1985, p. 13.

minos Jaralillo-San Miguel el Alto-San Julián-San Diego de Alejandría-San Francisco del Rincón, Gto.; y Tepatitlán-Arandas--Ciudad Manuel Doblado, Gto.

Región de La Barca. También cuenta con ejes de importancia. Su infraestructura caminera es la de mayor grado de utilización en el Estado. Los principales ejes que la conectan son el de --Guadalajara-La Piedad-México; el tramo Zapotlanejo-Degollado; - el de Guadalajara-Jiquilpan-Morelia; y tramo Jocotepec-Tizapán-el Alto. Dentro de la misma región tenemos la carretera Santa - Rosa-La Barca-Atotonilco, de gran importancia por comunicar el corredor industrial con Guadalajara por la carretera Guadala-jara-Chapala-Jocotepec.

Región de Ciudad Guzmán. Tiene a su servicio dos ejes co--rrespondientes a la ruta Guadalajara-Manzanillo vía Ciudad Guzmán y a la ruta Jiquilpan-Colima, que constituyen la red tron--cal de la Región, a la cual confluyen caminos de terracería que comunican a la mayor parte de las cabeceras municipales que la integran.

Región de Sayula. Unicamente cuenta con el eje Guadalajara Manzanillo vía Ciudad Guzmán, en el tramo Zacoalco-Sayula, al - cual convergen ramales provenientes de Atoyac, Teocuitatlán, --Amacueca, Tapalpa, Atemajac de Brizuela y Venustiano Carranza.

Región de Colotlán. Es la que presenta menos infraestructu

ra caminera.

Región de Ameca. Cuenta con el eje Guadalajara-Nogales. A éste se unen las carreteras troncales a Ameca y San Marcos, con intersección en Tala, que permiten accesos a la zona productiva de la región eminentemente cañera del estado. La parte sur de la misma es atravesada por el eje Guadalajara-Barra de Navidad, que comunica a los municipios de Acatlán de Juárez, Cocula, Villa Corona y San Martín Hidalgo.

Región de Puerto Vallarta. No obstante la importancia de este centro turístico, presenta deficiencias en cuanto a su integración con el estado, pues su acceso tiene que realizarse a través del estado de Nayarit. Por medio de la carretera costera Puerto Vallarta-Barra de Navidad se comunica con la región de Autlán.

Región de Autlán. Gracias al eje Guadalajara-Barra de Navidad, tiene comunicación con todos sus municipios. Además, la región cuenta con gran número de caminos de terracería, que intercomunican a diversas zonas productivas de toda la Región.

Región Guadalajara. Ni qué decir que es una de las regiones del país con mayor infraestructura en todos los sentidos, ya que cuenta tanto con vías férreas como red caminera.

Por otra parte, durante 1985, 1986, 1987 y 1988 la inver--

sión en el estado en la rama de caminos fue de 13,875, 17,883, 61,801 y de 171,469 millones de pesos, respectivamente. (ver -- cuadro). Se notan claramente los recursos que se han inyectado en los últimos dos años al proyecto de la super carretera -- Guadalajara-Manzanillo; dicha obra dará fluidez a las mercan-- cías que arriban o salen del país por vía marítima, al mismo -- tiempo que se fortalece la actividad turística en las costas de Colima y del sur de Jalisco. 65/

CUADRO 13

INVERSION PUBLICA EN CAMINOS				
Jalisco, 1985-1988				
(millones de pesos)				
Programas	1985	1986	1987	1988
Normal Federal	9,181	13,158	45,052	107,796
Obra Directa	2,711	3,035	8,549	10,693
Convenio Unico de Desarrollo	1,983	15,067	8,200	19,507
Créditos	33,473			
Total	13,875	17,883	61,801	171,469
FUENTE: Elaborado con base en datos de los Informes de Gobierno, administración 1983-1989.				

65/ Carta Económica Regional. año 1, núm. 5, INESER, Guadalajara, Jal., México, 1988, p. 35.

El transporte de personas y mercancías es un factor fundamental de cohesión social y económica. Por vía terrestre se mueve el 97 por ciento de las personas que viajan y el 70% de la carga. Por ello, el fortalecimiento de la red de carreteras es un instrumento básico para propiciar el desarrollo y es una actividad estratégica para todo el país.

En particular el transporte de mercancías da impulso a la actividad económica y enlaza la producción y el consumo; es así el medio de distribución de los bienes elaborados. Jalisco, en proporción a su importancia económica en el ámbito nacional, participa con 6.8 por ciento del valor de los servicios de - - - - -transportación prestados. En la actualidad diariamente salen de Guadalajara aproximadamente 500 vehículos con un promedio de 22 toneladas por camión, principalmente con destino al noroeste -- (40 por ciento), Monterrey y noreste (30 por ciento), y el Distrito Federal (20 por ciento). 66/

Por su parte el movimiento de carga hacia Guadalajara es - del orden de 300 vehículos diarios, procedentes principalmente de Monclova, Monterrey, Laredo, Reynosa, Matamoros, Tampico, Durango, Michoacán y el Distrito Federal.

En la actualidad la falta de inversión deja sentir ya un rezago en la infraestructura vial. Existe saturación de cami---

66/ Ibidem, p. 36.

nos, muchos de ellos han sobrepasado su capacidad ideal desde hace por lo menos 10 años, y sólo en ocasiones el mantenimiento ha sido adecuado. Esta situación origina retraso y altos costos en el traslado de personas y mercancías, lo cual de no corregirse en lo futuro será un cuello de botella para el desarrollo -- del país.

De los resultados obtenidos en la encuesta aplicada en la Zona Metropolitana de Guadalajara se pueden obtener datos que -- muestran la preferencia por el uso de determinados medios de -- transporte para el traslado de productos perecederos.

CUADRO 14

MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS EN LA ZMG

GIRO COMERCIAL	TIPO DE VEHICULO		
	CAMION	TRAILER	CAMIONETA
FRUTAS	60%	28%	12%
LEGUMBRES	90%	8%	2%
CARNES (ROJAS)	75%	25%	--
CARNES (BLANCAS):			
POLLO	70%	20%	10%
PESCADO	50%	30%	20%
ABARROTOS (CEREALES)	60%	20%	20%

FUENTE: Investigación directa. Encuesta en la ZMG. Agosto 1989.

Como se puede notar, en el muestreo realizado prepondera el uso del camión y es notoria la ausencia del uso del ferrocarril.

Por otra parte, otro aspecto de relevancia que conviene -- mencionar es el referente al incremento promedio que sufre el precio del producto por parte del transportista. Según los resultados de la muestra, éste se da de la siguiente manera:

CUADRO 15

INCREMENTO PROMEDIO DE PRODUCTOS PERECEDEROS
ORIGINADO POR LOS TRANSPORTISTAS DE LA ZMG

TIPO DE PRODUCTO	PORCENTAJE PROMEDIO
Frutas	18%
Legumbres	13%
Carnes blancas (aves, pescados y mariscos)	11%
Abarrotes (cereales)	10%

FUENTE: Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG. Agosto de 1989.

Del mismo modo, se aplicó una encuesta a diferentes líneas de transportistas que operan en la ZMG y los resultados obtenidos son los siguientes:

-Los transportistas encuestados utilizan para el traslado y transporte de mercancías y productos perecederos el camión -- (60%) y el trailer (40%), y algo que se debe destacar es el hecho de que le incrementan un 15% en promedio al precio del producto transportado.

-Los principales riesgos que corren son los siguientes: -- asaltos, fallas mecánicas, voladuras de llantas, accidentes, -- mercancía mojada, tránsito por carreteras en mal estado.

-Los principales clientes que solicitan sus servicios son: los productores, los intermediarios, los comerciantes, las industrias paraestatales, cervecerías, distribuidores del Mercado de Abastos, distribuidores Conasupo, ISSSTE, IMSS y Anderson -- Clayton.

-A todos los transportistas se les hace una revisión de su cargamento durante su trayecto o a la llegada a su destino que consiste principalmente en verificar la temperatura, la ventilación, que no se moje la mercancía.

-Es frecuente que sufran extorsiones económicas o en especie durante el traslado de sus productos por parte de la Policía Judicial Federal (en retenes), por la Policía Federal de Caminos, por la Policía Judicial Federal (narcóticos), por la Policía del Estado de México y del Distrito Federal, por la Policía Bancaria y por los Inspectores del Registro Federal de Ve

hículos.

-De las situaciones que actualmente no les permiten trabajar adecuadamente y que quisieran que cambiaran son las siguientes: que controlen más a los agentes de tránsito, que se modifiquen los retenes; que se les deje de extorsionar en las carreteras; que los trámites para placas no sean tan lentos; que se ponga mayor cuidado en el mantenimiento de las carreteras; que se bajen las cuotas de peaje; que haya más vigilancia en las carreteras y que tengan acceso a refacciones más baratas.

Asimismo, proporcionaron información acerca de los productos perecederos y abarrotes comestibles que transportan, ya sea dentro del mismo estado o de otros estados de la república. Estos datos se detallan en el cuadro siguiente. (ver cuadro 16).

4.1.3 Transportación aérea y marítima.

En lo que se refiere a los aeropuertos, que son indicadores de gran importancia para medir el grado de modernización de una entidad, dice la propia fuente:

"Los aeropuertos internacionales con que cuenta el estado de Jalisco son el "Miguel Hidalgo", ubicado a 18 km. de Guadalajara por la carretera Guadalajara-Chapala, y el "Díaz Ordaz". - en Puerto Vallarta. Existen además 43 pistas adicionales --

CUADRO 16
 PRODUCTOS TRANSPORTADOS HACIA LA ZMG
 Y ESTADO O REGION DE ORIGEN

TIPO DE PRODUCTO	ESTADO O REGION DE ORIGEN
a) FRUTAS Mandarina Mango Melón Piña Plátano Uva Ciruela	Veracruz Jalisco, Nayarit Coahuila, Nayarit Oaxaca Chiapas, Tabasco Coahuila Puebla
b) LEGUMBRES, HORTALIZAS, VERDURAS Y TUBERCULOS Cebolla (blanca, morada) Chile pimienta Repollo (col blanca y morada)	Chihuahua Puerto Vallarta, Chihuahua Zacatecas
c) CEREALES Avena Arroz Cebada	Jalisco Nayarit Mexicali
d) GRANOS Y SEMILLAS Ajonjolí Chile seco Frijol Garbanza	Mexicali Nayarit Tepic, Culiacán Hermosillo
e) CARNES Y SUS DERIVADOS Vísceras Pescado	Hermosillo, Chiapas, Yucatán, Coahuila Sonora, B. C., Nayarit, Mazatlán.
f) ABARROTES Huevo	Tepatitlán

FUENTE: Investigación directa.
 Encuesta aplicada en ZMG, Agosto de 1989.

que se distribuyen por todo el estado."67/

Como resumen da el siguiente cuadro:

CUADRO 17

AEROPISTAS EN EL ESTADO DE JALISCO, 1984				
Estatales				Locales
Internacionales	Pavimentadas	Revestidas	Tierra	Total
2	8	14	21	45

FUENTE: Jalisco en síntesis, SPP., INEGI, México, 1985.

Es importante mencionar a la Base Aérea Militar ubicada en el municipio de Zapopan, porque cuenta con un aeropuerto totalmente equipado, aunque no tenga relación con nuestro objeto de estudio.

En lo referente a la transportación marítima, el estado -- cuenta con un puerto, el de Vallarta, que actualmente presenta las siguientes características: puede recibir buques hasta de -- 35,000 toneladas; su muelle de pasajeros tiene una longitud de atraque de 200 m.; cuenta con edificio terminal, patio de servicios, bodega de tránsito, área especial para operación de -- transbordadores e instalaciones complementarias para servicio -- turístico.

67/ Jalisco en síntesis, op. cit., p. 18

Respecto al movimiento de carga marítima, tanto de exportación como de importación, se lleva a cabo principalmente a través de los puertos de Manzanillo y Mazatlán.

Como conclusión de este apartado, podemos decir que la infraestructura que se localiza en el territorio jalisciense es - considerable; sin embargo no cubre todas las necesidades de manera satisfactoria, no al menos desde el punto de vista óptimo.

4.2 El subsistema de almacenamiento.

El almacenamiento de los productos agrícolas durante períodos considerables de tiempo es otro servicio indispensable por lo percedero de aquéllos, generalmente, y por la necesidad de conservar una producción concentrada estacionalmente para atender largos períodos de demanda relativamente estable. "La duración del almacenamiento requerido puede variar entre unos pocos días, mientras el producto espera la venta, y más de un año, -- cuando los sobrantes de una buena cosecha se arrastran a la temporada siguiente". 68/

La clase del almacenamiento requerido varía mucho, según el carácter del producto y el ambiente climático. El grano precisa protección contra la humedad y contra las plagas de insectos.

68/ Problemas de la ... op. cit., p. 19.

tos o animales. La carne suele almacenarse en frío. Otros productos se guardan en diferentes condiciones especiales: los huevos en frigorífico o rebozándolos de una capa de aceite o de ja lea de sílice que restringe el paso del vapor a través de la cáscara; las patatas y demás tubérculos en pilas cubiertas de tierra en algunas regiones de baja temperatura, o en locales frescos en las zonas cálidas.

El aguacate, además de su consumo como fruta fresca, se utiliza en la elaboración de perfumes, cosméticos y otros productos de tocador, así como en la industria aceitera. El problema principal relacionado con este producto perecedero es su conservación, debido fundamentalmente a su alto contenido de grasa y a su alto grado de oxigenación, disminuyendo con esto las posibilidades de comercializarlo con mayor alcance.

De los servicios e instalaciones de almacenamiento se hace uso en diferentes estadios de la comercialización. Muchos productores conservan una parte de su cosecha en graneros y silos dentro de la propia granja. Casi todos los comerciantes que retiran el producto comprado, disponen también de instalaciones de almacenamiento para tener libertad de elección en cuanto se llegue el momento de la reventa.

Sobre el tipo de almacenamiento utilizado en la ZMG, los comerciantes de productos perecederos, proporcionaron la siguiente información:

CUADRO 18

TIPO DE ALMACENAMIENTO UTILIZADO EN LA ZMG.

GIRO COMERCIAL	ESTABLECIMIENTOS CON INSTALACIONES DE ALMACENAMIENTO	TIPO DE INSTALACION	COMERCIOS CON EQUIPO DE CARGA Y DESCARGA
Frutas	32%	Cámara de Refrigeración	44%
Legumbres, Hortalizas	44%	Cámara de Refrigeración, bodegas	44%
Carnes (rojas, blancas pollo, pescados)	100%	Cámara de Refrigeración	(manual)
Abarrotes (cereales)	15%	Bodegas	50%

FUENTE: Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG. Agosto de 1989.

El almacenamiento es necesario en todos los centros de mercado más importantes, a fin de que los productos que quedan sin vender puedan estar disponibles para ulteriores oportunidades de venta sin temor a que se deterioren, ya que los comerciantes deben disponer siempre de existencias adecuadas de todos sus artículos de venta para satisfacer las necesidades cotidianas de los consumidores.

4.3 El subsistema de clasificación y normalización.

"La clasificación consiste en separar el producto en lotes diferentes, cada uno de ellos con las mismas características -- con respecto a su calidad comercial, y cada uno con su etiqueta o nombre correspondiente. Estas características pueden ser el tamaño, la forma, el sabor, grado de madurez, longitud de la fibra, u otro rasgo cualquiera mensurable que afecte al valor mer

mercantil del producto ". 69/

El propósito de la clasificación es ayudar a los compradores a elegir el producto más conveniente para el uso que se proponen hacer de él, induciéndoles así a pagar precios más altos de los que abonarían en cualquier otro caso.

Por su parte, "la normalización implica el establecimiento de especificaciones uniformes de calidad válidas en diferentes lugares y tiempos para compradores y vendedores, las cuales sirven de base para la separación en grados o clases". 70/

La clasificación permite al comprador comprar con mayor exactitud lo que quiere y lo que está dispuesto a pagar, y en esta medida aumenta su satisfacción y hace más eficiente el sistema de comercialización. Si no se emplea, el posible comprador tiene que examinar la totalidad del artículo ofrecido, para poder saber lo que compra.

En la ZMG los bodegueros o locatarios (encuestados) clasifican en lotes sus productos para ofrecer mayor calidad a sus clientes. Para esta clasificación, consideran los siguientes aspectos:

69/ Problemas de la ... op. cit., p. 19.

70/ Ibidem, p. 20.

CUADRO 19

CLASIFICACION DE PRODUCTOS PERECEDEROS EN LA ZMG.

GIRO COMERCIAL	PORCENTAJE DE BODEGUEROS O LOCATARIOS	ASPECTOS CONSIDERADOS PARA LA CLASIFICACION						
		TAMAÑO	CALIDAD	MADUREZ	COLOR	FORMA	SABOR	TIPO DE PRODUCTO
Frutas	70%	43%	--	21%	19%	10%	7%	--
Legumbres	55%	33%	--	22%	11%	14%	9%	11%
Carnes (rojas,	100%	--	100%	--	--	--	--	--
blancas: pollo,	100%	100%	--	--	--	--	--	--
pescado)	100%	60%	--	--	--	20%	--	20%
Abarrotes (cereales)	100%	40%	--	40%	--	--	--	20%

FUENTE: Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG. Agosto de 1989.

La clasificación pierde mucho de su valor para facilitar el intercambio si no se observan las mismas especificaciones en todos los tiempos del año. En consecuencia, la clasificación, - para ser eficaz, requiere que se formulen determinadas especificaciones en términos precisos, que todos estén de acuerdo sobre ellas, y que se den a conocer a todos los interesados.

4.4 El subsistema de envasado.

La mayor parte de los productos agrícolas tienen que ser - empaquetados en alguna clase de envase si han de comercializarse amplia y eficientemente. Estos envases llenan varios fines - de importancia; sirven para manipular los artículos de un modo conveniente; ayudan a impedir el deterioro; hacen más difícil el robo, la adulteración y la sustitución; aseguran la limpieza; facilitan la medición y la colocación de etiquetas, instrucciones de venta y descripciones; también pueden fomentar las --

ventas con su aspecto atractivo para el consumidor y como un medio adecuado de publicidad.

El tipo de envase empleado varía ampliamente según el carácter del artículo, el ambiente físico y climático y la fase de la comercialización en que se emplee. Generalmente el envase cambia en el curso del movimiento del productor al consumidor. Así, un producto puede salir de la granja en sacos o cestos; durante el transporte a larga distancia y durante el almacenamiento puede manipularse en masa; y para su distribución a los compradores individuales para presentarse en paquetes pequeños de forma atractiva, en lata o embotellado.

Las cajas de madera para empaque de frutas son fabricadas con desperdicios de madera de aserraderos. Las canastas y arpillas son de plástico y de ixtle, las bolsas y botellas de plástico son elaboradas a partir del polietileno de baja densidad y se usan, sobre todo, para el embotellamiento de productos líquidos perecederos y no perecederos; los principales usuarios son los productores de aceite, leche, vinagre, aguas minerales, mieles y jarabes.

Las cajas de plástico son elaboradas a partir de polietileno de alta densidad, sirven para envasar y transportar diferentes productos, principalmente los de la rama alimenticia.

Los envases de hojalata además de servir como protectores de productos, sobre todo de origen orgánico, son empleados y --

aceptados por diversas industrias destacando la alimentaria donde su empleo se acostumbra en forma permanente, ya que son más resistentes a la intemperie y a la humedad, tienen un menor peso, no necesitan mantenimiento y dan mayor protección al producto.

Las cajas de cartón son elaboradas principalmente a partir de dos tipos de papeles: el kraft que va en la parte lisa de la caja y el semikraft que va en las partes onduladas. El uso principal de este artículo es de embalaje final de una amplia gama de productos y artículos comerciales.

Para el empaquetado de frutas y legumbres, los productos por procesar pasan por un tratamiento de conservación por medios físicos y/o procedimientos químicos que lo hacen llamar "en conserva".

Los principales procedimientos de conservación empleados son el Método Appert y el Método Mixto de los cuales se obtiene los siguientes tipos de conserva: jugos naturales, jugos concentrados, jugos de fruta azucarada, néctar de frutas, frutas en almíbar, ensalada de frutas y legumbres en conserva.

En la ZMG se envasan o empaquetan los productos de la siguiente manera:

CUADRO 20

ENVASADO DE PRODUCTOS EN LA ZMG.

GIRO COMERCIAL	PORCENTAJE	TIPO DE ENVASE UTILIZADO					
		Cajas de madera	Bolsa de plástico	Canasta	Sacos	Cajas de Unicel	Papel
Frutas	72%	48%	24%	20%	8%	--	--
Legumbres	78%	33%	11%	33%	23%	--	--
Carnes (rojas)	60%	--	50%	--	--	10%	40%
blancas (pullo)	80%	--	100%	--	--	--	--
pescado)	90%	--	90%	--	--	10%	--
Abarrutes (cereales)	55%	--	10%	--	80%	--	10%

FUENTE: Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG. Agosto de 1989.

4.5 El subsistema de contacto entre compradores y vendedores.

Un servicio indispensable de la comercialización es la puesta en contacto del comprador y el vendedor y la facilitación del intercambio. Incluye dos fases: "la puesta en contacto de posibles vendedores y compradores de productos determinados en un momento dado, y la negociación de las condiciones del intercambio". ^{71/}

La plaza del mercado de la población es escenario de una serie ininterrumpida de transacciones entre productores y consumidores. Aquí cada productor carga con toda la responsabilidad-

^{71/} Problemas de la op. cit., p. 21.

de anunciar su producto, de encontrar compradores y de obtener información que le oriente en sus tratos sobre el precio.

En los mercados mayores, y cuando el productor y el consumidor están separados por la distancia, el tiempo y las exigencias de la elaboración, los servicios de compra y venta pueden administrarse juntamente con otros, como los del transporte, el almacenamiento y la elaboración. O pueden encargarse de todos los intermediarios o comisionistas que sin manipular ni adquirir ellos las mercancías que venden, intervienen así en el proceso de comercialización.

Uno de los servicios que necesitan las personas que se ocupan de la compra y venta es el de información sobre el carácter intrínseco y la adaptación de un producto para fines diversos, y sobre su precio en otros posibles mercados. Los compradores no quieren pagar a ningún vendedor más de lo que pagarían en otra parte y los vendedores, por su parte, buscan una información análoga.

En la ZMG el contacto entre los vendedores y compradores de productos perecederos, se formaliza del siguiente modo: (ver cuadro siguiente).

CUADRO 21

FORMAS DE CONTACTO ENTRE COMPRADORES Y VENEDORES DE PRODUCTOS PERECEDEROS EN LA ZMG.

FORMA	GIROS COMERCIALES			
	Frutas	Legumbres	Carnes Rojas Blancas	Cereales
a) El bodeguero o locatario acude a tratar directamente con el productor.	30%	32%	--	-50% (pescado) 25%
b) Utiliza el servicio telefónico para cerrar el trato.	26%	25%	--	-30% 25%
c) El productor acude al bodeguero o locatario.	24%	33%	--	-20% 20%
d) Por intervención de terceras personas (intermediarios, comisionistas).	20%	10%	100%	100% (pollo) 30%

FUENTE: Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG. Agosto de 1989.

El criterio establecido en todos los casos para negociar - el precio de compra-venta del producto está basado en la oferta y la demanda existentes en el momento de la negociación.

4.6 El subsistema de financiación.

El paso de mercancías a través del sistema de comercialización no puede realizarse sin apoyo financiero. El dueño de la mercancía, en cualquier estadio de la comercialización, tiene que usar su propio capital o tiene que pedir prestado a alguien el capital requerido. El agricultor necesita capital o crédito para la fase durante la cual está en posesión de su producto, esperando venderlo para tener ingresos. Los mayoristas tienen que financiar sus existencias y ciertas facilidades permanentes

de comercialización como sus instalaciones de elaboración y almacenamiento, equipo de transporte y locales de exposición.

Los minoristas, a su vez, tienen también que financiar sus locales de venta, la parte de sus existencias que no les surten a plazo los vendedores al por mayor y, en algunos casos, las -- compras de sus clientes al por menor. Todas estas necesidades -- de financiación llevan consigo gastos e intereses que pueden -- ser muy elevados cuando escasea el capital y donde los riesgos son grandes.

Los bodegueros y locatarios encuestados en la ZMG, resuelven sus necesidades financieras de la siguiente manera:

CUADRO 22

OBTENCION DE RECURSOS FINANCIEROS EN LA ZMG PARA EL
DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

GIRO COMERCIAL	ORIGEN DE LOS RECURSOS			
	Recursos propios.	Préstamos bancarios	Préstamos particulares	Créditos del productor
Frutas	42%	40%	10%	8%
Legumbres	33%	55%	7%	5%
Carnes (rojas	--	100%	--	--
blancas: pollo	100%	--	--	--
pescado)	30%	40%	20%	10%
Abarrotes (cereales	25%	45%	18%	12%

FUENTE: Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG. Agosto de 1989.

Cabe destacar que la mayoría de los comerciantes que reciben préstamos bancarios consideran que los intereses son "blandos".

4.6.1 Riesgos.

Asumir los riesgos es distinto que proveer medios de financiación. Hay importantes riesgos de la comercialización que las entidades financieras no tomarán sobre sí, y habrá de correr -- siempre con ellos el propio comerciante. La carga de estos riesgos contribuye también al costo de comercialización y debe compensarse con la esperanza de una ganancia equivalente. Uno de los mayores riesgos de la comercialización es el de una baja de precios. Si el nivel general de precios para un artículo está en posesión del productor o del manipulador del mercado, serán ellos los que tendrán que aceptar esta pérdida. Tales variaciones de precio son mayores tratándose de productos agrícolas ya que son sometidos al impacto de la sequía, la lluvia y las heladas, a diferencia de otros muchos artículos comerciales que no son perecederos. Los riesgos de deterioro de la calidad son muy importantes en el caso de productos perecederos tales como la leche y algunas frutas y hortalizas.

Los principales riesgos que corren los bodegueros y locatarios de la ZMG, son los siguientes:

CUADRO 23

RIESGOS QUE SE ASUMEN EN LA ZMG DURANTE EL PROCESO DE COMERCIALIZACION

TIPO DE RIESGO	GIRO COMERCIAL					
	Frutas	Legumbres	Carnes Rojas Blancas		Cereales	
a) Baja de precios	34%	32%	40%	45%	50%	40%
b) Deterioro de la calidad del producto.	32%	36%	42%	41%	25%	30%
c) Pérdida parcial o total del producto.	20%	18%	--	--	15%	20%
d) Accidentes en carretera, descomposturas, clientes morosos, etc.	14%	14%	14%	14%	10%	10%
					(pollo)	(pescado)

FUENTE: Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG. Agosto de 1989.

Cabe agregar que el porcentaje promedio de merma en los diferentes productos perecederos, se manifiesta de este modo:

Frutas: 10%; legumbres y hortalizas: 16%; carnes (rojas: .03%), blancas (pollo: 10%, pescado: .03%); abarrotos (cereales: .03%).

Asimismo, el porcentaje promedio de incremento que sufren los precios de los productos por parte de los bodegueros o locatarios, se muestra enseguida:

CUADRO 24

INCREMENTO EN LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS EN LA ZMG

GIRO COMERCIAL	PORCENTAJE
Frutas	27%
Legumbres	20%
Carnes: rojas	20%
blancas (pollo, pescado)	11%
Abarrotes (cereales)	30%

FUENTE: Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG.
Agosto de 1989.

Al principio de este capítulo se enunciaron los subsistemas que integran el sistema de servicios de apoyo a la comercialización de productos perecederos y se señaló que se agrupaban en dos clases: servicios de manipulación física que se emplean para cambiar la forma de un producto y los servicios que se refieren a la transmisión de la propiedad.

Estimamos que ahora se puede advertir con mayor claridad que el primer grupo quedaría compuesto por los subsistemas de transporte, almacenamiento, clasificación y normalización, y envasado; y el segundo, por los subsistemas de contacto entre compradores y vendedores y financiación.

Es importante resaltar la interrelación existente en estos subsistemas y la conformación final del sistema de servicios, - ya que los costos y calidad originados por su injerencia en el proceso de comercialización tienen un efecto directo en la eficiencia de la distribución y comercialización de los productos perecederos, pues ahí se nota la diferencia del precio que se paga al productor original de los nutrimentos y el que paga el consumidor final de los bienes.

Ahora bien, una vez reunidos los bienes comestibles en sus diferentes lugares de producción y acopio (sistema de acopio), - y trasladados por diferentes medios y vías (sistema de servicios de apoyo), continúa la forma en que llegan a manos del consumidor; por tal motivo, en el capítulo siguiente explicaremos el sistema de distribución de productos perecederos.

CAPITULO V.

EL SISTEMA DE DISTRIBUCION DE PRODUCTOS PERECEDEROS.

5.1 Diagnóstico de las diferentes formas de distribución.

5.1.1 El comercio mayorista.

En países de menor desarrollo y crecimiento económico como México y en el resto de América Latina, todavía predomina el mayorista tradicional como pieza central del sistema de distribución de productos perecederos. Su influencia es determinante para el funcionamiento de los canales comerciales y la fijación de los precios; sin embargo, la actividad del mayorista responde a las características de los mercados rurales y a la estructura y prácticas de los comerciantes al menudeo y toma lugar dentro de un sistema de interrelaciones comerciales claramente establecido.

La necesidad del comercio al mayoreo aparece con el crecimiento de las grandes ciudades. En etapas anteriores, los pueblos u otras concentraciones urbanas eran abastecidas por productores que llegaban a los mercados y ferias o bien por comerciantes al detalle que se abastecían directamente en las zonas de producción. "A medida -

que las sociedades se urbanizaron, se crearon nuevas necesidades que fueron cubiertas por un nuevo tipo de comerciante: el mayorista".^{72/}

Merece mencionarse en particular el crecimiento de una demanda urbana de alimentos -en cantidad y calidad- que ya no podía satisfacerse con las tradicionales zonas de abastecimiento circundantes. El comerciante mayorista fue el encargado de ampliar las zonas de aprovisionamiento urbano, las que podían rebasar las fronteras nacionales mediante un comercio a larga distancia. Era ésta una función que no podían cumplir los productores locales, generalmente pequeños, ni los comerciantes al detalle.

La costumbre ha sido que los mayoristas de alimentos se congreguen en grandes y medianos mercados centrales o centrales de abasto. En cada capital latinoamericana existen varios mercados mayoristas, generalmente especializados por productos.

"El mayorista tradicional es un intermediario que tiene un gran poder como comprador en mercados rurales --atomizados y como vendedor oligopólico (controla una parte significativa de los alimentos totales que ingresan a las grandes urbes). Mediante esta doble función, el gran

^{72/} Rello Fernando y Sodi, Demetrio. Abasto y Distribución de Alimentos - en las Grandes Metrópolis. El caso de la ciudad de México. Editorial Nueva Imagen, 1989, p. 73.

mayorista logra ganar fortuna en poco tiempo, lo que no -
tendría mayor importancia social si ello no se tradujese_
en elevados márgenes brutos de comercialización, precios_
altos y en relaciones comerciales atrasadas e ineficien--
tes".^{73/}

Como ya se mencionó, el gran mayorista se especiali_
za en uno o muy pocos productos (frutas, legumbres o aba-
rrotes) y abastece a otros mayoristas menores y a otras -
plazas de ciudades pequeñas. Existen otros mayoristas me-
nores que no tienen contactos directos con los producto--
res, pero que ofrecen servicios de mezclado de productos_
y venden en cantidades adecuadas al pequeño comercio. Es-
tos atienden a las necesidades de los canales minoristas_
tradicionales.

Como muestra de la especialización en un determina-
do producto, podemos presentar las características del ma-
yorista en abarrotes.

El negocio abarrotero cubre una amplia gama de mer-
cancías, desde las tradicionales como semillas, granos, -
chiles secos, pescados secos, frutas secas y especias, has-
ta las que recientemente la industria agregó, tales como
alimentos en conserva, latería, aceites y grasas, alimen-

^{73/} Rello F. y Sodi D., op. cit., p. 75.

tos empacados y artículos de limpieza personal y del hogar.

Según Héctor Castillo B. ^{74/} se puede precisar una tipología de mayoristas en abarrotes de acuerdo con su giro comercial.

a).- Semilleros, que se dedican a la compraventa de granos básicos y de otros productos industrializados, como leches en polvo y evaporadas, sardinas, aceites, chiles enlatados, atún, pastas para sopas, etc.

b).- Mayoristas chileros. Este tipo de mayoristas vende los ingredientes básicos para hacer mole y otros platos de la comida mexicana; todas las variedades de chiles secos, semillas (pepita, almendra, nuez ...), especias y pescados secos entre otros; se trata de un comerciante que usa técnicas ancestrales, y dispone de molinos para preparar mezclas.

c).- Mayorista huevero. Sólo vende huevo a locatarios, oferentes, tiendas de barrio, restaurantes y comedores industriales.

^{74/} Castillo Berthier, Héctor. Estructura de poder de los comerciantes mayoristas de abarrotes de la Ciudad de México, s. f., citado por Rello, op. cit., p. 98.

d).- Mayoristas de quesos y lácteos. Vende, además de todo tipo de quesos, mantequilla, crema, ates, embutidos, aceite, miel, cajetas, mermeladas y carnes frías. Es el ramo mayorista más competido y con menores márgenes.

e).- Proveedores de restaurantes y comedores industriales. Manejan todos los productos de abarrotes industrializados y disponen de equipo de transporte para entregar a domicilio.

f).- Mayoristas especialistas en frutas secas. También conocidos como cacahuateros, se especializan en frutas secas, nuez, cacahuates, uvas, pistaches, almendras, piñones; sólo venden de contado a locatarios, oferentes, tianguis y otras ferias regionales, fábricas de dulces y pastelerías.

g).- Mayoristas especializados en semillas para siembras.

h).- Mayoristas especializados en dulces. Venta de dulces, chocolates, etc.

Conviene aclarar que estos mayoristas se caracteri-

zan por ser grandes compradores y, a pesar de sus métodos modernizados, no constituyen empresas de servicio comercial, tal y como sucede en países desarrollados. Su sentido innovador se limita casi a sus métodos de almacenamiento y administración y no ejerce un impacto positivo sobre el comercio al menudeo.

Los actuales márgenes brutos de comercialización (utilidades sobre ventas) no apoyan la extendida idea de que existen ganancias excesivas si las comparamos con las que se obtienen en países con sistemas comerciales más modernos en el negocio mayorista de abarrotes (en promedio, estos márgenes oscilan entre ocho y quince por ciento).

En resumen. los principales instrumentos de que se valen los grandes mayoristas para abastecerse son:

-La propiedad de predios o el control de tierra ejidal rentada y el ejercicio de una agricultura moderna y capitalizada.

- Control de la producción de pequeños productores mediante convenios hablados que implican asistencia técnica y suministro de insumos.

- Convenios con grandes y medianos agricultores con los que se comparten riesgos y ganancias.

- Control de la producción de pequeños productores de bajos recursos mediante el financiamiento y compras por adelantado de la cosecha. Esta es una forma muy usada para garantizar el acopio y compras a bajos precios.

- Dominio de los centros de compraventa regionales compartido y en mancuerna con intermediarios regionales.

- Empleo de un gran número de comisionistas.

- Concentración en manos de bodegueros de las instalaciones de empacado y procesamiento agroindustrial primario (seleccionadoras y lavadoras de papas, empacadoras de limón, etc.) - necesarias para colocar el producto en el mercado debidamente presentado.

El poder del gran mayorista, como eje central del sistema de abastecimiento urbano, se basa en sus conexiones comerciales y, en última instancia, en su capacidad de colocar enormes cantidades de mercancías en los mercados medio mayoristas y al

detalle. El gran mayorista es esencialmente un abastecedor de ciudades, un introductor de alimentos en gran escala. Esta es su principal función.

5.1.2 El comercio menudista.

En cuanto a la forma de distribución al menudeo, con el crecimiento de las grandes ciudades se hizo muy grande y complejo. Los pequeños comercios de alimentos proliferaron por todas partes y en casi todos los países. Estos comerciantes no pueden tratar directamente con un gran número de productores y procesadores de alimentos, generalmente especializados en una o pocas mercancías, y surtirse de la amplia gama de bienes que suelen vender.

Por otro lado, los productores y procesadores de alimentos tampoco pueden tratar directamente con una gran cantidad de tiendas dispersas. Una ancha base de alimentos, producidos por un sinnúmero de productores y procesadores, tiene que acopiarse, transportarse y distribuirse ordenadamente, a través de vasos comunicantes que suelen ser mayoristas.

La consolidación en los países desarrollados de los grandes supermercados y cadenas de tiendas, establecimientos con sus propios mecanismos de abastecimiento, redujo la importancia de los mayoristas tradicionales. Como resultado de una mayor competencia, éstos iniciaron un proceso de modernización -

que abarcó a los minoristas tradicionales, que también se hallaban amenazados por los grandes y modernos comercios.

Surgieron entonces las cadenas voluntarias que ligan a un mayorista y varias tiendas menudistas, a través de un abastecimiento seguro y a buenos precios, acompañado de una serie de servicios comerciales que el mayorista proporciona, tales como crédito, asesoría en técnicas comerciales, publicidad y contabilidad.

Resulta evidente que los intercambios de alimentos en la ciudad se realizan, unos, en comercios que tienen una larga -- historia, y otros en establecimientos de nuevo tipo. Esto da -- motivo para hablar de dos comercios, uno tradicional y otro -- moderno, ambos vivos y actuantes en la estructura comercial ur bana actual.

Los conceptos tradicional y moderno pueden provocar confu siones o interpretaciones equivocadas. "Su diferencia esencial consiste en sus raíces históricas tan distintas y en lo diver so de las relaciones sociales que favorecen el desarrollo de -- uno u otro. Lo tradicional no significa ineficiencia, ni tampo co puede afirmarse con razón que el comercio moderno es más -- eficaz para distribuir alimentos entre la gran diversidad de -- consumidores de la ciudad".^{75/} Por ejemplo, el más moderno de

^{75/} Rello F. y Sodi D., op. cit., p. 77.

los supermercados no ofrece mejores precios ni mayor variedad de productos hortofrutícolas que un mercado sobre ruedas o un tianguis.

Habría que comenzar por definir estos dos tipos de comercio partiendo de una comparación de sus rasgos más importantes. Así el comercio tradicional estaría compuesto por establecimientos comerciales con las siguientes características: son negocios de corte familiar con uso intensivo de la mano de obra familiar y con capital y escalas de operación reducidos. Sus radios de influencia no rebasan los 600 metros; en cambio, los comercios modernos son empresas con gran intensidad de capital que utilizan el autoservicio y la integración vertical como métodos para vender en gran escala. Sus radios de influencias son mucho mayores (más de dos kilómetros).

Tomando como base la clasificación censal del comercio minorista de alimentos y bebidas, así como los criterios de clasificación anteriormente descritos, las clases de actividad más importantes que corresponderían a cada tipo de comercio serían las siguientes:

Comercio tradicional

- Frutas y legumbres (comercios que se ubican en mercados públicos, tianguis, mercados sobre ruedas y recauderías).

- Carnicerías.
- Pollerías.
- Tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas.
- Establecimientos especializados, tales como panaderías, tortillerías, dulcerías ...

Comercio moderno

Supermercados, centros comerciales y, en general, tiendas que usan el autoservicio como método de ventas.

Varios factores contribuyeron al extenso predominio del comercio tradicional. En primer lugar debe señalarse una larguísima historia de formas simples de comercio de alimentos, orientadas hacia la subsistencia del grupo familiar de comerciantes, en una sociedad que siempre tuvo dificultades para crear nuevos empleos. En otras palabras, "la simplicidad del comercio de alimentos y la poca inversión e infraestructura representaron una atractiva fuente de ocupación urbana".^{76/}

Las características de las ciudades y los hábitos de consumo y compra de alimentos en fases más tempranas del crecimiento urbano también reforzaron el comercio tradicional. La

^{76/} Ibidem, p. 79.

estructuración del espacio urbano en torno a una zona central que crecía agrupando residencias y comercios favorecía la compra a pie y al comercio tradicional.

Los hábitos de compra, basados en frecuentes viajes a las tiendas y en adquisiciones relativamente pequeñas de mercancías de consumo básico, estaban estrechamente vinculadas al comercio tradicional. El abasto y la distribución de alimentos frescos que dominaban las dietas de los consumidores se hacían a través de redes comerciales viejas y ya muy establecidas. Todo esto servía para consolidar el comercio tradicional; sin embargo, cambios profundos en la estructura económica y el tejido social de la ciudad fueron creando condiciones propicias para el crecimiento rápido de los supermercados, arquetipo del comercio moderno.

La ciudad creció de prisa y en número de habitantes y nuevos barrios y colonias, cada vez más alejados del centro comercial tradicional, ensancharon sus contornos. Nacieron y se consolidaron clases medias, beneficiarias de un crecimiento económico desigualmente repartido, con acceso cada vez más frecuente al automóvil, al refrigerador y a presupuestos familiares de consumo crecientes y estables, todo lo cual fue creando nuevos hábitos de compra que a su vez favorecieron el aumento de los supermercados.

Nuevos hábitos de consumo de alimentos y nuevos productos -alimentos industrializados, empacados, preservados- impulsaron a los supermercados; también habría que agregar la compra de nuevos productos de consumo no duradero, como textiles, papel, artículos de limpieza. Los supermercados fueron los establecimientos especializados en distribuir estos productos en grandes cantidades en los barrios de las clases medias, aprovechando sus economías de escala y el autoservicio como forma de aumentar sus ventas y ganancias.

Para complementar y finalizar este inciso, Fernando Rello y Demetrio Sodi ^{77/} exponen una visión global de los canales minoristas de distribución de alimentos dividiendo al sistema en canales comerciales. Cada canal es un grupo específico de establecimientos comerciales que se diferencian de otros por su tamaño, funcionamiento, rasgos estructurales y objetivos, por lo que existen los siguientes canales: mercados públicos, tianguis, mercados sobre ruedas, pequeño comercio independiente, autoservicios privados y autoservicios públicos. En el cuadro que se anexa en seguida se aprecia con mayor claridad este resumen de canales comerciales.

^{77/} Rello F. y Sodi D., op. cit., p. 130.

CUADRO 25

RESUMEN DE CANALES COMERCIALES

TIPO DE CANAL	DEFINICION
Mercado fijo	Mercado Público Mercado con instalaciones permanentes, construidas por el Gobierno.
	Concentraciones Mercado de tipo informal, con instalaciones precarias, construidas por los locatarios y localizado en zonas urbanas -- marginales.
Mercado móvil	Tianguis Mercado itinerante, con rutas fijas y precios controlados.
	Mercado sobre ruedas Mercado itinerante, con rutas fijas y precios controlados.
Autoservicios	Públicos Tienda moderna de tamaño variable, pero con aprovechamiento de economías de escala y métodos de venta masiva, como el autoservicio.
	Privados
Pequeño comercio independiente	Pequeñas tiendas de barrio que trabajan independientemente -- (misceláneas, carnicerías, tor tillerías, etc.).

Fuente: Fernando Rello y Demetrio Sodi, op. cit., p. 131.

Después de haber presentado un panorama general del comercio mayorista y minorista, pasaremos a describir ambos subsistemas en la zona metropolitana de Guadalajara en los siguientes apartados.

5.2 Modalidades del subsistema de distribución mayorista.

México, en los momentos actuales es un país en vías de desarrollo que está situado en una economía de mercado a la que se le ha llamado economía mixta. Esta ha sido definida como una (economía) "... en la que predomina la inversión privada y su forma típica, la empresa privada, con un grado apreciable de intervención del Estado. La llaman economía mixta porque el nivel de actividad económica y el volumen de ocupación están determinados, conjuntamente, por la inversión pública y la inversión privada".^{78/}

Además, "... en las economías mixtas, es el funcionamiento del mercado el que continúa desempeñando el papel de asignación básica de los recursos y la orientación de la producción a través de la fijación de precios".^{79/}

En una economía como la de México, la producción de bienes y servicios se hace llegar a su destino final, el consumo, a través de dos formas de comercio: "1) la primera modalidad consiste en que el propio productor distribuye directamente sus mercancías hacia el consumidor; 2) la segunda, y predominante, la realizan personas especializadas en la práctica del comercio que no tienen que ver directamente con el proceso pro

^{78/} Padilla Aragón, Enrique. México, Desarrollo con pobreza. Siglo XXI - Editores, México, 1980, p. 18.

^{79/} Saldaña, Adalberto. Teoría y Práctica del Presupuesto por Programas en México. (Un caso concreto). Ediciones INAP, México, 1979, p. 38.

ductivo; son los que hacen llegar al demandante los bienes y servicios generados por los distintos sectores del aparato -- productivo".^{80/}

La primera forma de distribución en la cual los productores venden directamente al consumidor, representa varias ventajas para ellos: en primer lugar, les permite llegar con mayor oportunidad al consumidor; en segundo término, a través de su propio canal o canales de comercialización, conocen y dominan mejor el mercado al permitirles estar en contacto directo con el consumidor y su comportamiento a la vez que dejan de depender del o de la cadena de intermediarismo que caracteriza generalmente al comercio; en tercer lugar, tienen una doble opción: aumentar su margen de ganancia y a la vez llegar al consumidor con prácticas menos encarecedoras.

La segunda forma de distribución, como consecuencia del último razonamiento, se realiza a través del comercio (entre el productor y el consumidor) propiamente dicho, el cual involucra una cierta cadena de intermediación.

El subsistema de distribución por el cual transitan los bienes del productor al consumidor son variados. El primer eslabón va del productor al concesionario, representante, distribuidor o almacenista, los que en cualquier caso son mayoristas; el segundo intermediario lo es normalmente el medio mayo-

^{80/} Torres, Jalisco desde la ..., op. cit., p. 28.

rista, y finalmente, el comerciante al detalle, que es el que llega al consumidor final.

Los comerciantes "mayoristas", para dedicarse a esta forma de distribución requieren de un fuerte capital, pues necesitan una infraestructura importante así como un considerable capital en giro; normalmente tienen una vasta zona de influencia y una gran cartera de clientes.

Los "medio mayoristas" trabajan a escala inferior, pero también requieren cierta capacidad financiera. De hecho, gran parte del valor de las ventas comerciales se realizan a través de los anteriores dos canales que, por otra parte, representan una proporción muy reducida del total de establecimientos del sector.

Por último, la gran masa de comerciantes, los detallistas, son minicomerciantes con escala de ventas y capital generalmente reducidos, con sistemas de comercialización atrasados y tradicionales y, por ende, poco eficientes; con una gran cercanía geográfica respecto a su escaso número de clientes, lo que significa que su cobertura de influencia es muy reducida. --
"Habría que destacar la dualidad de este canal de comercialización donde coexisten esa gran población de pequeños y medianos comercios con las tiendas de autoservicio (supermercados), -- también detallistas, pero con una gran capacidad económica, --

una escala considerable de operación, así como variadas y numerosas mercancías". 81/

También se añade que el medio natural para desarrollar esta actividad comercial lo constituyen los grandes mercados o centrales de abasto.

5.2.1. El Mercado de Abastos.

El movimiento de construcción de centros de abasto en México se inició en el año de 1967 al inaugurarse en Monterrey - el primer mercado de abasto de la república. En el mismo año, bajo el gobierno de Francisco Medina Ascencio se construyó el Mercado de Abastos de Guadalajara constituyéndose desde entonces en un gran centro nacional de distribución de productos -- perecederos, cuya actividad es complementada por el mercado -- Felipe Angeles y, en líneas más especializadas por el mercado -- Alcalde.

Dicho mercado de abasto fue construido al sur de la ciudad (en el Sector Juárez). Tal ubicación se consideraba propicia dada su cercanía a la carretera internacional que comunica a Guadalajara con las ciudades de México y Nogales, así como - su contigüidad con la carretera que enlaza a esta ciudad con la capital del país, vía Morelia, y a su proximidad al Anillo Periférico.

81/ Ibidem, p. 31.

La Central de Abastos actualmente ocupa un área de 280 738 m²., los cuales se encuentran divididos en dos secciones: la - sección privada, que cubre el 44% y la sección municipal, que ocupa el 56% de la superficie total. En el cuadro siguiente se observan varias características importantes referentes a la -- utilización de esta superficie.

CUADRO 26

DISTRIBUCION DE LA SUPERFICIE QUE OCUPA EL
MERCADO DE ABASTOS DE GUADALAJARA

CONCEPTO	AREA TOTAL (M2.)	AREA MUNICIPAL (M2.)	AREA PRIVADA (M2.)
BODEGAS	81 439	36 939	44 500
CAMARAS FRIGORIFICAS	8 500	2 500	6 000
OFICINAS Y BASCULAS	3 726	2 526	1 200
ALMACENES Y FABRICACION DE EMPAQUES	3 200	200	3 000
OTROS SERVICIOS Y TALLERES	3 000	600	2 400
VENTA AL MENUDEO	7 320	3 820	3 500
CALLES Y ESTACIONAMIE <u>N</u> TO	148 553	101 685	46 868
AREAS DE RESERVA	25 000	10 000	15 000
TOTAL	280 738	158 270	122 468

FUENTE: Abelino Torres. Sistema de distribución de productos perecederos en la zona metropolitana de Guadalajara y su influencia en el -- país. Depto. de Programación y Desarrollo del Gobierno del Estado de Jalisco. Guadalajara, México, 1982, p. 24.

En este cuadro se aprecia la presencia preponderante del área privada en todas las actividades que se realizan en este mercado.

Asimismo, en el cuadro siguiente se puede observar la -- utilización del total de bodegas según su giro comercial.

CUADRO 27

MERCADO DE ABASTOS DE GUADALAJARA
DISTRIBUCION DE LAS BODEGAS POR GIRO COMERCIAL

G I R O	TOTAL		AREA PRIVADA		AREA MUNICIPAL	
	No. de Bodegas	%	No. de Bodegas	%	No. de Bodegas	%
Frutas y Hortalizas	420	72	133	58	287	80
Huevo	6	1	2	1	4	1
Semillas y cerea-- les <u>1/</u>	45	8	20	9	25	7
Otros giros <u>2/</u>	92	15.5	51	22	41	12
Bodegas refrigera-- dor	3	0.5	3	1		
No especificado	20	3	20	9		
T O T A L	586	100	229	100	357	100

1/ Trigo, frijol, cacahuete, arroz, camote, etc.

2/ Dulcería, plásticos, fondas, mueblerías, jarcierías, ser--
vicios para auto, lonas, etc.

Fuente: Ibidem, p. 26.

En cuanto a la superficie que ocupa cada bodega, el promedio alcanzado es de 100 m²; sin embargo, el 65% de estas -- tienen una superficie menor o igual al promedio mencionado. -- Por otra parte, de las 287 bodegas en que se comercializan -- frutas y hortalizas, el 66% tiene superficie menor o igual a 100 m². Por lo anterior, se estima que la superficie que actualmente se destina a la comercialización de frutas y hortalizas, en conjunto cubren aproximadamente el 35% de la superficie de bodegas.

Analizando la situación que prevalece en la sección privada es necesario mencionar que actualmente existen 229 bodegas, de las cuales el 58% expenden frutas y hortalizas. A continuación se presenta un cuadro comparativo de la participación de cada área, sobre la comercialización de los productos mencionados.

CUADRO 28
CENTRAL DE ABASTOS DE GUADALAJARA
COMERCIALIZACION DE FRUTAS Y HORTALIZAS

G I R O	AREA MUNICIPAL		AREA PRIVADA		TOTAL	
	No. de Bodegas	%	No. de Bodegas	%	No. de Bodegas	%
Frutas	129	60	87	40	216	100
Hortalizas y verduras	79	69	35	31	114	100
Frutas y verduras asociados	79	88	11	12	90	100

Fuente: Ibidem, p. 27.

Analizando el cuadro anterior, se advierte la especialización que guarda cada sección en la venta de los productos - perecederos, dado que, del total de bodegas especializadas en estos giros comerciales, aproximadamente el 70% se encuentran establecidas en el área municipal. Esta situación nos permite concluir lo siguiente: aunque los establecimientos ubicados - en la sección privada se dedican principalmente a la venta de estos productos, hay mayor tendencia a la comercialización de productos no perecederos que en la sección municipal.

Cabe agregar que las bodegas del área municipal son rentadas a los locatarios con una tarifa establecida en la Ley - de Ingresos del Municipio de Guadalajara.

Generalmente, se advierte una insuficiencia del área -- destinada a la comercialización de perecederos, sobre todo si se consideran las necesidades crecientes de la población local y foránea que presionan constantemente hacia el aumento - en el volumen de productos para el mercado; de hecho, las instalaciones e infraestructura se encuentran a un alto grado en el uso de su capacidad.

En el funcionamiento de la central destacan y contrastan las dos situaciones siguientes: un alto porcentaje de los volúmenes comercializados son consumidos en la ZMG principalmente, y en el resto del estado en menor proporción; por el - contrario, la mayor parte de dichos productos provienen de --

los estados y un porcentaje minoritario (20%) corresponde al de Jalisco. Dentro de los estados proveedores destacan Michoacán, Colima, Veracruz y Sinaloa. (Ver cuadro siguiente).

CUADRO 29

ORIGEN DE LA PRODUCCION COMERCIALIZADA EN EL
MERCADO DE ABASTOS, EN TERMINOS PORCENTUALES,
DE CUATRO PRODUCTOS SELECCIONADOS

ESTADO	TOMATE	PAPA	NARANJA	PLATANO
Jalisco	15%	20%	20%	15%
Michoacán	5%	40%		
Colima	10%			45%
Veracruz			45%	20%
Tabasco				10%
Sinaloa	60%			
Nuevo León		10%	25%	
Guanajuato	5%	10%		
Otros:	5%	20%	10%	10%

Fuente: Ibidem, p. 29.

Por otra parte, considerando su destino, aproximadamente el 65% se distribuye en el mercado local; el 14% se consume en el resto del estado y el 21% en otros estados. (Ver -- cuadro).

CUADRO 30

DESTINO DE LA PRODUCCION COMERCIALIZADA EN EL
MERCADO DE ABASTOS

PRODUCTO	LOCAL (Z. M. G.)	RESTO DEL ESTADO	OTROS ESTADOS
Tomate	50%	10%	40%
Papa	60%	15%	40%
Naranja	70%	20%	10%
Plátano	80%	10%	10%

Fuente: Encuesta en el Mercado de Abastos, realizada por ---
Torres, op. cit. p. 29

Por las condiciones climáticas y de localización geográfica respecto a las áreas de producción, la ciudad de Guadalajara no ha desarrollado grandemente la utilización de equipos adicionales para los fines que se señalan y es así como en lo referente a bodegas-refrigerador cuenta aproximadamente con - 32 mil metros cúbicos que deben de satisfacer todas las demandas existentes.

El mayor uso de estas bodegas se da en la conservación de frutas (manzana, durazno y plátano, preferentemente), correspondiendo el 30% del total para plátano, por su alto grado de perecibilidad.

Los locatarios del Mercado de Abastos cuentan, además con 19 lavadoras seleccionadoras de las cuales 8 se dedican para el manejo de naranja y 11 para la papa. De estos equipos 8 se localizan dentro del área municipal del mercado, otro tanto en el área circundante y las 3 restantes en bodegas que se localizan en el área del mercado Alcalde, antiguo asiento del abasto de productos perecederos a la ciudad.

En cuanto al servicio de transporte para la introducción de los productos comercializados en el Mercado de Abastos, éste es realizado principalmente por la empresa "Unión de Transportistas del Mercado de Abastos de Guadalajara". Dicha empresa está integrada por locatarios de ese mercado y por algunos comerciantes que operan en su periferia y utilizan cada unidad para uso exclusivo del propietario.

Como transporte complementario se considera el que realizan algunos productores en sus propios vehículos y el de otras empresas transportistas que operan para dicho mercado.

El transporte de la mercancía requiere cierta especialización de acuerdo al tipo de productos que se manejan; esto es, por tratarse de productos perecederos es necesario para su traslado el uso de equipo con servicio de refrigeración y de esta forma evitar en lo posible, se acelere el grado de maduración de estos productos en el trayecto de las áreas de producción a las zonas de consumo.

El pago por el transporte de la mercancía de los centros de producción hacia la Central de Abastos, debe corresponder a la tarifa general para el servicio público de carga, en autotransportes por caminos federales, la cual está dada por el kilometraje y la clase de producto que se transporta; sin embargo, "este pago por lo general se incrementa entre 10 y 15% más que lo que se señala en las tarifas mencionadas." 82/ Por otra parte, la descarga de la mercancía representa otro costo, el cual es cubierto por el concesionario o arrendatario de la bodega.

Por otra parte, la Central de Abastos presenta cierta problemática, debido a que la Zona Metropolitana de Guadalajara ha tenido un acelerado desarrollo urbanístico, por lo cual se ha desplazado con mayor intensidad hacia el sur, por las características topográficas favorables; debido a lo anterior, la Central de Abastos cada vez se encuentra mejor comunicada con el centro de la ciudad, a su vez que las zonas re-

82/ Ibidem, p. 30.

sidenciales cubren la periferia. Lo anterior dificulta el -- acceso a dicha central para los camiones que transportan los productos que en ella se comercializan.

Otro problema que se presenta es en cuanto a la viali-- dad de la Central de Abastos, ello se explica por las siguien-- tes razones:

Los andenes para maniobras de carga y descarga son muy reducidos, tanto que en algunos casos alcanzan 17 metros de ancho. Tales circunstancias propician que dichas operaciones se realicen lentamente y obligan a que los camiones permanezcan demasiado tiempo dentro de la central. Otro motivo importante es que una gran parte del mercado se dedica al comercio a nivel -- detallista: los tianguis y el mercado de detalle. Este tipo -- de comercio además de que no tienen ningún interés dentro del área por ser un lugar exclusivo para mayoreo, contribuyen de manera muy importante al congestionamiento del tráfico en dicha central.

Otro tipo de problemas que se presenta en la central, es con respecto al equipo auxiliar para la conservación de la -- mercancía. Algunos mayoristas de frutas y legumbres han instala-- do equipo frigorífico en sus bodegas; actualmente también -- se dispone de un frigorífico público de poca capacidad que -- está ubicado en el área privada. Sin embargo, considerando -- los grandes volúmenes comercializados en esta Central de Abas

tos, la capacidad instalada de este equipo ya es insuficiente.

Acercas de esta problemática existente en el Mercado de Abastos, en encuesta realizada en la ZMG, se pidió la opinión de los Bodegueros y locatarios y los resultados fueron los siguientes:

CUADRO 31

PREGUNTAS DE OPINION ACERCA DE LA PROBLEMÁTICA EN EL MERCADO DE ABASTOS DE GUADALAJARA.

COMERCIAN- TES ASPECTOS	FRUTAS		LEGUMBRES, HORTALIZAS Y VERDURAS		ABARROTOS (CEREALES Y SEMILLAS)	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO
RECOLECCION DE BASURA	24%	76%	56%	44%	50%	50%
LOCALES COMERCIALES SUFICIENTES	56%	44%	55%	45%	60%	40%
BODEGAS AMPLIAS	60%	40%	55%	45%	30%	70%
AGUA	76%	24%	67%	33%	95%	5%
DRENAJE	64%	36%	55%	45%	100%	-
LUZ	80%	20%	67%	33%	100%	-
TELEFONO	76%	24%	44%	56%	80%	20%
VIALIDAD	24%	76%	67%	33%	60%	40%
ESTACIONAMIENTOS	60%	40%	44%	56%	25%	75%
SEGURIDAD	44%	56%	78%	22%	85%	15%
BANCOS	80%	20%	78%	22%	75%	25%
HIGIENE EN GENERAL	36%	64%	67%	33%	50%	50%

FUENTE: Investigación directa. Encuesta realizada en la ZMG. Agosto de 1989.

En este cuadro se pueden observar los aspectos positivos y negativos que señalan los comerciantes del Mercado de Abastos acerca de los problemas más comunes que enfrentan cada día.

En la actualidad, su función redistribuidora le permite a Guadalajara establecer relaciones comerciales con la mayoría de los estados del país; su influencia prácticamente es de alcance nacional y se extiende hasta ambos extremos fronte rizados.

Guadalajara importa especialmente frutas y legumbres de otros estados como Chihuahua, Veracruz, Sonora, Baja California, Nayarit y Michoacán.

En el estado de Jalisco, algunas zonas de extensión limitada se especializan en la producción de legumbres y sobre to do de frutas: Chapala (aguacate y frijol), Puerto Vallarta -- (frijol y chile), Mascota y Tomatlán (chile y cacahuate)*, Ti zapán (pepinos), Atotonilco (limas y naranjas), Cihuatlán -- (plátanos), etc., sin embargo, su producción es débil en rela ción con la demanda.

Para tener una visión general del papel de distribución de Guadalajara, se señala que "cerca del 14% del frijol que se produce en el estado se consume en la ZMG y el principal centro de consumo del frijol que pasa por Guadalajara es el Dis trito Federal (80%). La mitad de la producción de cebollas se dirige a Sonora y Baja California, igualmente el 50% de la pro

* También en esta zona se produce la guayaba.

ducción de papas va hacia el Distrito Federal. La demanda de la industria y las emparadoras es, por lo contrario, relativamente débil, limitándose a unos pocos cultivos".^{83/}

La situación de Guadalajara le ha permitido ser un lugar de concentración y de distribución sin competencia en el centro-oeste y la costa del Pacífico, se comprueba que, paradójicamente, así como no hay un verdadero cinturón lechero alrededor de la ciudad, tampoco existe un cinturón de legumbres y frutas. Se ha visto que algunas regiones de Jalisco participan en el aprovechamiento de la ciudad gracias a la exportación de algunos productos en los que están especializadas. En cambio la parte de estas regiones en la compra en el mercado de Guadalajara de legumbres o de frutas que ellas no producen es extremadamente reducida. Hay incluso incoherencias sorprendentes en el mercado regional: la zona costera que provee de frijol durante un período del año, exporta al máximo su excedente, a menudo sin prever las necesidades locales. Llega a suceder a veces que en verano la costa carece totalmente de este alimento básico y se ve constreñida a reimportar lo que los mayoristas habían almacenado en Guadalajara a fin de librarse de la especulación en períodos de escasez. Este producto se revende evidentemente a un precio más elevado en la misma zona donde fue producido.

^{83/} Plan Director ... op. cit., p. 30.

"Se puede afirmar que de todos los comerciantes de Guadajlajara, son los mayoristas del Mercado de Abastos los que más extensa presencia le han dado a la ciudad en todo el territorio nacional. Constituyen el grupo más organizado y compacto de comerciantes junto con los de la Cámara de Comercio, y está integrado por comerciantes que en su mayoría son locales, aunque se advierte la presencia de algunos que proceden de las zonas de producción de otros estados".^{84/}

La función de comercialización de mayoreo de perecederos que realiza la Central de Abastos de Guadalajara, tiene casi carácter monopólico en la ZMG y en el estado; sin embargo, esa actividad, como ya se había señalado, es complementada por dos mercados públicos municipales de la ciudad: el Alcalde y el -- Felipe Angeles. El primero realiza funciones de ventas al detalle y funciones de medio mayoreo y mayoreo en una línea especializada que es la de cítricos; esta actividad es ya tradicional en ese mercado; mientras que en el segundo se practican -- ambos tipos de comercialización de productos perecederos. El -- Felipe Angeles tiene gran importancia para el abastecimiento -- de la ZMG, un volumen importante de frutas y legumbres es comercializado por los propios productores, tanto a nivel medio mayoreo como minorista.

^{84/} Torres, Jalisco desde la ..., op. cit., p. 323.

5.3 El subsistema de distribución minorista.

Este subsistema esta integrado por varios canales de distribución en los que se agrupan establecimientos, tiendas y comercios claramente distinguibles, así como determinados tipos de personas que participan en la actividad comercial. Estos canales de distribución son los siguientes: mercados fijos o permanentes; mercados móviles (tianguis y mercados sobre ruedas);-pequeño comercio independiente; autoservicios; y vendedores ambulantes.

5.3.1 Mercados fijos o permanentes. (mercados públicos).

Se dividen en dos: "Los mercados públicos, son grupos de locatarios o pequeños comerciantes agrupados en una instalación permanente construida por el gobierno y que están regulados por reglamentos oficiales y sometidos a un control y vigilancia municipales estrechos a través de los ayuntamientos" 85/ Por otro lado, se encuentran las "concentraciones", que son "grupos de pequeños comerciantes que se van juntando espontáneamente con algunas cajas de mercancías en zonas pobres y marginadas y van construyendo poco a poco, y con sus propios recursos, sus locales de cartón o madera ". 86/

85/ Rello F. y Sodi D., op. cit., p. 130

86/ Ibidem, p. 130

Los mercados también se distinguen por la mezcla de mercancías vendidas. Existen algunos mercados especializados en ropa-hecha, muebles, flores, artículos para el hogar, fierros viejos, comidas y otros bienes. La gran mayoría de los mercados se dedica a vender bienes básicos, alimentarios y no alimentarios, aunque casi siempre se encuentran ofertas de otros artículos. -- Puede decirse que un mercado público típico ofrece una gran gama de artículos alimenticios, aunada a una oferta complementaria de otras mercancías.

Actualmente existen en la ZMG 113 mercados públicos; Guadalajara centraliza el 80% con sus 81 mercados. La mayoría de ellos se localiza en las zonas densamente pobladas y de menos o de bajos ingresos; 38 de ellos, que representan el 47%, se encuentran distribuidos en el sector Libertad, 16 en el Reforma, que significa casi el 20%, y 14 y 13 en los sectores Hidalgo y Juárez respectivamente; en estos dos últimos la mayoría se localiza en las zonas de medios y bajos ingresos, ubicadas en las partes más antiguas de la ciudad. Zapopan cuenta con 12 mercados, Tlaquepaque con 14 y Tonalá con 6 .^{87/}

En el siguiente cuadro se aprecia la distribución por sectores de los mercados de la ciudad de Guadalajara.

^{87/} Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG. Agosto. 1989.

CUADRO 32

GUADALAJARA

DISTRIBUCION POR SECTORES DE LOS MERCADOS PUBLICOS Y DE LOS TIANGUTS

1987

Sector	Mercados		Total	Tianguts						Mercados + tianguts	
	Número	%		Primer cuadro		Segundo cuadro		Periferia		Número	%
				Número	%	Número	%	Número	%		
Hidalgo	14	17.3	22	3	13.6	6	27.3	13	59.1	36	19.8
Juárez	13	16.0	18	1	5.5	5	27.8	12	66.7	31	17.0
Libertad	38	47.0	39	-	---	6	---	33	59.1	77	42.3
Reforma	16	19.7	22	1	4.5	7	31.8	14	63.7	38	20.9
Total	81	100.0	101	5	4.9	24	23.8	72	71.3	182	100.0

FUENTE: J. Abelino Torres M., con base en los datos de la Tesorería de Guadajara, en Jalisco desde la ... op. cit., anexo.

Una parte importante de los puestos o expendios se dedica a la comercialización de productos no perecederos; en general, - existe una relación inversa entre el tamaño del mercado y el - - porcentaje de superficie y de puestos destinados a la venta de perecederos. En promedio, sólo el 30.5% del total de puestos en los mercados de la ciudad se dedican a la venta de perecederos, incluidas las carnicerías, ya que sólo 3,125 puestos de los - - 10,210 existentes se dedican a esa actividad. Lo anterior es resultado de la transformación de los giros por la poca rentabilidad de los perecederos.

En el cuadro 33 se pueden observar el porcentaje y número - de puestos de carnicerías (715 y 7.0%) que sumados a los correspondientes de frutas y verduras (2,410 y 23.5%) nos dan el total de 3,125 puestos dedicados a la venta de productos perecederos, los cuales representan el 30.5% del total existente.

CUADRO 33

GUADALAJARA

Categorías de los mercados públicos y estructura de sus giros 1986

Categoría	Valor	Número de mercados*	Superficie (m ²)	ESTRUCTURA DE LOS GIROS									
				Total de		Carnicerías		Frutas y verd.		Fondas		Varios	
				locales		Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
Primera	Valor promedio		7 570	497	17	3.5	134	27.0	56	11.5	290	58	
	Valor mínimo		899	37	3	--	3	--	7	--	1	--	
	Valor máximo		40 929	1 851	60	--	279	--	294	--	1 372	--	
	Valor total	7	52 993	3 476	120	6.3	935	27.0	390	11.3	2 031	58.4	
Segunda	Valor promedio		1 264.9	121	8	6.6	28	23.1	24	19.8	61	50.5	
	Valor mínimo		536	45	6	--	8	--	3	--	24	--	
	Valor máximo		6 259	287	15	--	65	--	56	--	150	--	
	Valor total	24	30 359	2 916	204	7.0	673	23.1	585	20.0	1 454	50.0	
Tercera	Valor promedio		587.6	77	8	10.0	16	20.0	19	24.7	35	45.4	
	Valor mínimo		2 886	272	21	--	75	--	82	--	116	--	
	Valor máximo		49	28 791	3 818	291	10.0	802	21.0	920	25	1 705	44.0
	Valor total	49	28 791	3 818	291	10.0	802	21.0	920	25	1 705	44.0	
	Valor promedio		1 401.8	208	15	7.2	49	23.5	39	18.5	106	51.0	
	Valor total	80	112 143	10 210	715	7.0	2 410	23.5	1 895	18.5	5 590	51.0	

FUENTE: J. Abelino Torres M., con base en los datos de la Tesorería de Guadalajara, en Jalisco desde la ... op. cit., anexo.

* Se excluye el tianguis del Mercado de Abastos.

Por la actividad comercial que se desarrolla en sus instalaciones se considera conveniente hablar específicamente del -- mercado Felipe Angeles.

El Mercado Felipe Angeles, con 5,000 m². cubiertos, se dedica al comercio a nivel minorista y medio mayorista de productos perecederos. En lo que se refiere a esta última actividad, -- tiene gran importancia por su nivel de abastecimiento a la ciudad, dado que un volumen importante de frutas y legumbres se comercializan directamente por los productores, tanto a medio -- mayorismo como a minoristas.

En cuanto a los volúmenes comercializados, no son compara-

bles los de este mercado con los que maneja la Central de Abastos, pues mientras la Central de Abastos recibe mercancía de todo el estado, así como de algunos estados del Norte y Sur, el Mercado Felipe Angeles por lo general, concentra a los productores de las áreas cercanas a la Zona Metropolitana de Guadalajara y en algunos casos de comerciantes que se surten en la Central de Abastos.

Sin embargo, lo que da mayor importancia a este mercado es el hecho de que la comercialización se lleve a cabo directamente por el productor. Este fenómeno declara la necesidad que tienen los productores de buscar un lugar para comercializar gran variedad de productos, dada la ausencia de un lugar reservado para ellos en la Central de Abastos, con instalaciones especiales para la conservación.

5.3.2 Mercados móviles. (tianguis y mercados sobre ruedas)

A diferencia de los mercados fijos, "estos mercados son -- itinerantes, es decir, se establecen un día a la semana en un barrio y el siguiente en otro, de acuerdo con una ruta preestablecida. Se dividen en dos: tianguis y mercados sobre ruedas"88/

88/ Rello F. y Sodi D., op. cit., p. 132.

5.3.2.1 Tianguis.

Los mercados itinerantes urbanos heredan una ancestral tradición que se remonta a los tianguis prehispánicos. De ahí su nombre actual. La compraventa callejera en locales no permanentes es una costumbre muy arraigada. El fuerte de los tianguis son los alimentos, sobre todo las frutas y las legumbres, aunque venden todo tipo de productos básicos y existen algunos especializados en artículos no alimentarios diversos. Los mercados sobre ruedas se especializan en alimentos.

El origen moderno de los tianguis en la ZMG se ubica en la década de los años cincuenta, pero es a partir de 1970 cuando se inicia su proliferación la cual coincide con la falta de construcción de mercados públicos necesarios para satisfacer las necesidades básicas de consumo de la población de menores recursos. Su característica itinerante permite a sus comerciantes más volúmenes de venta que a los de los mercados; su estancia en un lugar por una mañana a la semana induce a los consumidores a proveerse de víveres para toda la semana en vez de hacerlo diariamente o varias veces en el mercado o en expendios especializados.

La ubicación de estos comerciantes por día, es la siguiente:

CUADRO 34

UBICACION DE LOS TIANGUIS EN LA ZMG SEGUN EL DIA DE SEMANA

D I A	L U G A R
Lunes:	Miravalle-Santa María-Analco
Martes:	Talpita-San Antonio
Miércoles:	Calle 50 y Gómez Farías-Canal 6-Alcalde
Jueves:	San Andrés-18 de Marzo-Parroquia de Jesús
Viernes:	Sta. Cecilia-Calle 66 y Gigantes-Chapalita
Sábado:	Hermosa Provincia
Domingo:	Agua Azul-Calle 34 y D. Rodríguez-Sta. Teresita.

FUENTE: Torres, Sistema de ..., op. cit., p. 45.

Los tianguis, por los giros que comercializan, ofrecen las mismas opciones que las de un mercado y en algunos casos los superan con otros giros diferentes que incluyen artículos de lujo e importados. En general se expenden alimentos, vestidos, calzado, y en algunos casos perfumería y artículos electrodomésticos, además de otros giros. Existen tianguis que venden frutas y verduras, preferentemente, y los que expenden otro tipo de artículos.

Su ubicación ha seguido casi el mismo patrón de los mercados, pero más flexible; "de los 104 tianguis que actualmente -- funcionan en Guadalajara, 39 lo hacen en el sector Libertad, 25

en el Reforma y en el Hidalgo y sólo 10 en el Juárez; de todos ellos, el 70% se ubica en la periferia de la ciudad. Predominan, pues, los que se localizan en áreas residenciales de ingresos medios y altos, pero en menor proporción". 89/

Laboran casi 21,500 tiangueros en la ciudad, pero si se toma en cuenta que algunos comerciantes trabajan los 7 días de la semana en diferentes paradas, y otros lo hacen de 1 a 5 días, podría considerarse un promedio de un comerciante que opera cuatro días a la semana; se tiene, entonces, que existen, en realidad, aproximadamente 5,300 tiangueros. De ese total el 35% se dedica a la venta de frutas y verduras, el 36% a ropa y el resto a giros diversos. 90/

CUADRO 35

GUADALAJARA

Distribución de los comerciantes de tianguis por giro comercial 1987.

Valor	Número de tianguis 100%	Estructura de los giros										Número comerciantes promedio por tianguis		
		Ropa		Fayuca		Verduras		Fruta		Loza y artículos domésticos			Varios	
		Número	%	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%		Número	%
Valor Promedio	100	7 738	36.0	1 461	6.8	5 911	27.5	1 612	7.5	430	2.0	4 344	20.2	224
Valor máximo	--	90		50		90		60		20		80		600
Valor mínimo	0	0		0		0		0		0		0		20
Total														21 496

FUENTE: J. Abelino Torres M., con base en los datos de la Tesorería de Guadalajara.

NOTA: Por falta de información se excluyen 4 tianguis, entre ellos el mayor y más antiguo de todos conocido como "baratillo".

89/ Torres, Jalisco desde la ..., op. cit., p. 328.

90/ Ibidem, p. 329.

El 35% de la venta de perecederos en los tianguis, es ligeramente mayor que el que existe en los mercados, del 30.5%, pero suficiente para haberse constituido en un canal de comercialización de mayor importancia que los mercados públicos. En los tianguis se expende cerca del 30% del total de las frutas y verduras que se consumen en la ZMG.

Debe considerarse que los productos que se expenden en los tianguis son de un grado de maduración elevado, lo que significa que pueden expendirse a precios de oferta, incrementándose esta oportunidad por la elevada saturación de ventas; ya que -- por lo general agotan su existencia al día.

La forma de operar de estos agentes es variado, en la mayoría de los casos son personas conectadas con los mayoristas del Mercado de Abastos, quienes funcionan como compradores de sus ofertas, "frutas o verduras a punto" por las que obtienen buen precio, otros son compradores directos de los productores de la periferia de la ciudad o pueblos cercanos y finalmente hay concesionarios o "empleados" de los locatarios del Mercado de Abastos quienes en esta forma localizan una rápida manera de venta de sus productos a punto de iniciar su período de deterioro.

5.3.2.2 Mercado sobre ruedas.

Por lo que respecta al mercado sobre ruedas, se puede definir como "... un mercado móvil que, como los tianguis, se en---

cuentra normado por el ayuntamiento en lo que respecta a su ubi cación geográfica y su funcionamiento reglamentario, pero a di- ferencia de éstos tiene precios fijados por la Secretaría de Co mercio y Fomento Industrial". 91/ Los precios de los tianguis, - en cambio, son libres y flotan en el mercado.

Existen otras diferencias entre ambos como el mayor con--- trol oficial de los mercados sobre ruedas (hay básculas de repe so para que los consumidores puedan verificar el peso de sus -- compras e inspectores que reciben quejas). Por otro lado, los- tianguistas venden mezcla de hortofrutícolas, mientras que los- oferentes de mercados sobre ruedas se especializan en la venta- de un solo producto.

Sobre este asunto de los mercados móviles y con base en -- los resultados de la encuesta aplicada en la ZMG, se pueden re- sumir las siguientes observaciones: 92/

- En cuanto a la invasión de vialidad por parte de los tian- guis y mercados sobre ruedas, en tres municipios señalan- que no afecta al servicio de transporte público ya que se- analiza el croquis del lugar para que no obstruya ninguna- ruta. Sin embargo, en el municipio de Tonalá sí afecta en-

91/ Rello F. y Sodi D., op. cit., p. 134.

92/ Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG. Agosto- 1989.

gran medida al servicio público al invadir los espacios de paradas establecidas.

- El problema de la recolección de basura que dejan los tianguis y los mercados sobre ruedas es resuelto de la siguiente manera:

En Tonalá existe un Departamento de Aseo Público que se encarga de la recolección de basura;

En Tlaquepaque el ayuntamiento lo realiza a través del Departamento de Aseo Público;

En Guadalajara hay trabajadores que llevan la basura a depósitos en el mercado dedonde el Departamento de Aseo Público la recoge; y

En Zapopan se manda el Servicio de Recolección de Basura - el mismo día del tianguis o un día después.

- Las quejas más comunes que se reciben de la ciudadanía en relación con los tianguis son la invasión de zonas prohibidas, la basura que dejan al término de sus labores, la invasión de los accesos principales a los establecimientos comerciales reglamentados y a los domicilios de los habitantes de la zona, y la falta de aseo y de seguridad.

- En cuanto a la evasión fiscal de los tianguistas en el Municipio de Tlaquepaque no son considerados como contribuyentes; para controlar la evasión fiscal están realizando estudios para incorporarlos al padrón de contribuyentes.

- En el Municipio de Tonalá sí existe la evasión fiscal y -- tratan de controlarla por medio de un grupo de recaudadores e inspectores.

- En los municipios de Guadalajara y Zapopan señalan que no se da la evasión fiscal ya que es controlada por inspectores de la Tesorería y personal del Departamento de Supervisión Fiscal.

5.3.3 Vendedores Ambulantes.

Los vendedores ambulantes tienen la característica común con los tiangueros de ser itinerantes; la diferencia radica en que los primeros son independientes y fijan sus propias rutas diarias de ventas. Este grupo de vendedores tradicionalmente ha sido muy copioso en la ZMG; sus giros de ventas los ocupan frutas y algunas verduras, que cambian con la estacionalidad de los productos; a estos vendedores habría que agregar los vendedores de puestos fijos con escala de operaciones superiores a los anteriores, pero sin dejar de ser pequeños. "En 1981 existían en Guadalajara 8,500 de esos comerciantes y su tasa de crecimiento anual es del orden del 2.1% de tal suerte que para ini

cios de 1987 existían 11 mil ". 93/ en su gran mayoría se encuentran en las zonas alejadas del centro de la ciudad, pero es en la periferia en donde se ubica el mayor porcentaje, y -- donde operan los ambulantes. (ver cuadro)

CUADRO 36

GUADALAJARA

Comercio de puestos fijos y semifijos 1987

Años	Total de permisos	Estructura según área de operación en la ciudad %				
		Zona restringida	Primer cuadro	Segundo cuadro	Zona periferica	Ambulantes
1981	8 500 ₂	2.1%	8.4%	17.3%	43.3%	28.9%
1982	8 500 ₂	2.1%	8.4%	17.3%	43.3%	28.9%
1983	9 000 ₂	2.1%	8.4%	17.3%	43.3%	28.9%
1984	9 000 ₂	2.1%	8.4%	17.3%	43.3%	28.9%
1985	10 000 ₂	2.1%	8.4%	17.3%	43.3%	28.9%
1986	11 000 ₃	2.1%	8.4%	17.3%	43.3%	28.9%
1987	11 000 ₃	2.1%	8.4%	17.3%	43.3%	28.9%

FUENTE: Administración General de Mercados del Ayuntamiento de Guadalajara.

NOTA 1: En los giros de los permisos otorgados predominan la venta de comida, antojitos y frutas en estado natural. En particular, los vendedores ambulantes cambian de giro durante el año, en mayoría, comercializando los productos de acuerdo con la estación.

NOTA 2: Datos estimados por la administración de mercados del Ayuntamiento de Guadalajara.

NOTA 3: Permisos otorgados a inicio de año.

NOTA 4: Los porcentajes reales sobre la estructura de los permisos, según área de operación, corresponden a inicios de 1987. A partir de ahí se supuso una estructura constante para años anteriores, por considerar que poco pudo haber cambiado y por no tener datos disponibles.

"Para inicios de 1987 el número de estos comerciantes triplica a los más de 3 mil vendedores de los mercados públicos y duplica a los aproximadamente 5,300 tiangueros. En total pueden existir entre 19 y 21 mil comerciantes de frutas, verduras y -- carnes en la ZMG". 94/ En todos ellos, la mayor productividad -- corresponde a los comerciantes de tianguis, y la menor a los -- vendedores fijos y ambulantes de tianguis, aunque por la gran -- población que representan, su participación en las ventas es -- comparable a la de los mercados públicos. La única ventaja que -- para el consumidor representa este último canal de ventas es la -- comodidad del servicio a domicilio.

Los vendedores ambulantes operan en gran medida en la Zona Metropolitana de Guadalajara y tienen lugares semifijos en las -- áreas de influencia de los mercados municipales, por lo que -- aprovechan las horas de mayor venta en los mismos; posteriormente, recorren calles prosiguiendo su venta hasta la tarde.

Como se especificó anteriormente, en los tianguis se expenden cerca del 30% de las frutas y verduras que se consumen en -- la ZMG; este porcentaje, sumado al 20% en promedio que corres-- ponde al de los vendedores ambulantes en sus ventas de frutas -- y hortalizas, nos lleva a la conclusión de que este grupo de co-- merciantes venden aproximadamente el 50% del volumen total que--

94/ Ibidem, p. 332.

se consume en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

5.3.4 Pequeño comercio independiente.

Se puede definir este canal "... como todo aquel pequeño - comercio que no se encuentra agrupado en mercados públicos y móviles". 95/

Este canal de comercialización que existe en todo el estado se concentra también en la ZMG; se trata de tiendas de abarrotes y expendios de frutas y verduras. Los expendios pueden ser especializados o asociados a la venta de abarrotes, y que se localizan en todas las direcciones de la ciudad y de preferencia lejos de los mercados; El aumento de expendios de frutas y verduras ha sido notorio: para 1982 existían en la ZMG 1,414 establecimientos, y actualmente son 2,703. 96/ Su importancia como canal de comercialización es modesta pero no imperceptible. En muchos casos estos negocios se comparan a la tienda abarrotera de esquina, cuando se trata de expendios especializados, y se ubican por lo general cerca de las tiendas. Su radio de influencia es reducido, comparable al de la tienda abarrotera.

El pequeño comercio independiente es particularmente impor

95/ Rello F. y Sodi D., op. cit. p. 134.

96/ Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG. Agosto-de 1989.

tante en el ramo de los abarrotes. Hay 6,302 tiendas de abarrotes y misceláneas independientes en la Zona Metropolitana de -- Guadalajara. 97/

Las carnicerías independientes también representan un número importante en el total del pequeño comercio especializado, - con 1814 establecimientos en la ZMG.

Finalmente, cabe mencionar las 1,167 tortillerías, los 138 expendios de masa, las 238 lecherías y las 1,695 panaderías que operan en toda el área metropolitana de la ciudad de Guadalajara. 98/

La principal diferencia entre los establecimientos especializados (un sólo giro comercial) y los asociados (dos o más giros), es en cuanto a la ubicación; dado que para el primer caso se ubican en la cercanía de una tienda de abarrotes y en el segundo la venta de abarrotes y frutas y verduras se realiza en el mismo establecimiento, pero en ambos casos suele suceder que se encuentren en la cercanía de una carnicería, con la que se logra la integración de venta de los principales alimentos.

Estos establecimientos se localizan en todas las áreas de la ciudad, sobre todo en las áreas periféricas.

97/ Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG. Agosto - de 1989.

98/ Ibidem

5.3.5 Centros de autoservicio.

"Los centros de autoservicio se dividen en públicos y privados; también pueden clasificarse de acuerdo con su tamaño y radio de influencia en autoservicios barriales, supermercados y centros comerciales". 99/

Existen varias diferencias entre los autoservicios, pero las principales son el tamaño del negocio y la variedad de productos ofrecidos. En uno de tipo barrial se encuentra sólo un reducido número de alimentos y abarrotes no comestibles. Los supermercados son más grandes y ofrecen una gran gama de alimentos y abarrotes, tanto en calidades como en marcas comerciales, así como algunos artículos para el hogar y el aseo personal. Supermercados típicos son los Superamas o las tiendas tipo A de CONASUPO; en cambio, los centros comerciales (Aurrerá, Gigante o los grandes almacenes de CONASUPO) son los comercios más grandes. Además de los productos que se encuentran en los supermercados, ofrecen al comprador un extenso surtido de ropa, ferretería, perfumería y artículos para el hogar.

Este canal de comercialización multivariado tiene en sus líneas de ventas la de productos perecederos; éstos constituyen el canal por el cual la población de ingresos medios y altos de

99/ Rello F. y Sodi D., op. cit., p. 136.

la ZMG se abastece. Asimismo, estos centros utilizan la línea de artículos básicos generalmente como artículos gancho para -- promocionar la venta de otro tipo de mercancías. En el próximo capítulo se hablará de este canal de comercialización con más -- detalle.

5.3.6 Producción y venta de carne (ganado bovino) y huevo.

La Zona Metropolitana de Guadalajara, actualmente cuenta -- con instalaciones para matanza de ganado en cuatro rastros que se encuentran instalados en las siguientes localidades: Guadala jara, Zapopan, San Pedro Tlaquepaque y las Juntas, Tlaquepaque.

La capacidad que tienen estos rastros en conjunto para sa-- crificio de ganado bovino es de 770 cabezas por día, de la -- cual, la capacidad que corresponde a cada rastro es la siguien-- te:

CUADRO 37

CAPACIDAD DE SACRIFICIO DIARIO EN LOS RASTROS DE LA ZMG

R A S T R O	C A P A C I D A D
Guadalajara	600
Tlaquepaque	50
Zapopan	100
Las Juntas, Tlaquepaque	20

FUENTE: Torres, Sistema de ... , op. cit., p. 52.

Considerando la capacidad instalada en dichos rastrós -- actualmente sólo se utiliza el 67% (400 cabezas aproximadamente) en días de matanza normal: sólo los viernes y días festivos el sacrificio de ganado es duplicado para satisfacer la demanda del día festivo posterior.

Entre el equipo auxiliar: el Rastro Municipal de Guadalajara cuenta con 6 cámaras de refrigeración con capacidad de 400 canales cada una, habiendo otra en construcción.

El funcionamiento de los rastros municipales de Tlaquepaque y Zapopan operan en forma semejante al de Guadalajara, su matanza diaria promedio es de 35-40 cabezas en el primero y 70-75 en el segundo municipio. La comercialización del producto se realiza en los establecimientos (carnicerías) que se localizan distribuidas en los cuatro municipios; sin embargo, se da el caso de los supermercados y tiendas de autoservicio que se abastecen para todos sus establecimientos en el rastro de Guadalajara, independientemente del municipio en que se ubiquen.

En cuanto al aspecto operacional de los rastros, éste se efectúa del siguiente modo:

Los ganaderos entregan sus reses en pie a los comisionistas, quienes a su vez en algunos casos son engordadores; esta operación puede realizarse en los terrenos mismos del rastro, en los ranchos de los ganaderos o en lugares de comercialización como-

son: La Huasteca, Aguascalientes, etc.

Los comisionistas "tratan" al mejor precio posible el lote de ganado con los introductores, por lo que obtienen una comisión la cual varía según sea el tamaño del lote, las dificultades mismas de "la plaza" y de la regularidad que tenga en sus operaciones.

Los introductores son los dueños del ganado en pie que entra al rastro y son quienes tienen el contacto en el propio rastro, vendiendo los canales en el andén del mismo matadero; esto es, al inicio del transporte de los canales a las carnicerías. Uno de estos introductores es el que tiene el contrato de abasto a las cadenas de autoservicio o supermercados.

A continuación se presenta en forma esquemática la comercialización de carne dentro del estado.

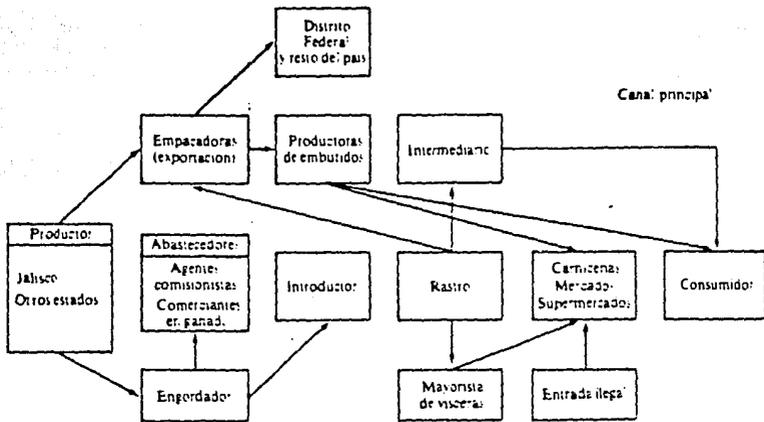
Analizando el sistema de comercialización del producto mencionado, se puede apreciar cierta relación entre introductores y los líderes de matanza quienes forman un grupo de poder dentro del sistema de abasto de carne para Guadalajara.

En la regulación de precios se ha establecido el precio oficial para la venta de carne al consumidor; sin embargo, no existe reglamento para la compra-venta de ganado en pie o en ca

CUADRO 38

Estado de Jalisco

Canales de comercialización ganado y carne.



FUENTE: Investigación directa de Torres, en Sistema de ..., op. cit., p.- 54 y apuntes sobre mercado agrícola. Escuela Nacional de Agricultura, Chapingo y FAO. Departamento de Desarrollo del Estado de Jalisco.

nal. A esto se debe la existencia de ciertas anomalías, por ejemplo: que los grupos de poder exijan la venta de dos tercios de la producción de vísceras y menudos para el abasto de la Unión Menudera a precios muy reducidos, quedando el resto para la venta libre.

El grado de intermediación de este artículo de primera necesidad es muy largo y responde a una inercia de muchos años, en-

la cual se obstaculizan unos a otros canales en cada fase del proceso de ventas; el resultado final es el encarecimiento, producto del gran margen comercial que se reparte entre todo el intermediarismo.

En lo que respecta al huevo, podemos señalar que para la-producción de huevo en el estado, "actualmente se cuenta con -- una población aproximada de 16.4 millones de aves de postura; - de dicha población se espera una producción de 202.3 toneladas- de huevo, la cual comparada con los requerimientos para satis-- facer la demanda actual, excede a estos en 154.1 toneladas. Di- cho de otra forma, los requerimientos de consumo para el estado en el presente año, representan el 24% de la producción". 100/

Para llevar a cabo la comercialización de este producto actualmente existen 228 expendios (especializados y asociados), - considerándose además, las tiendas de autoservicios que también contribuyen a su distribución. Dichos establecimientos contribuyen a su comercialización de la siguiente manera:

100/ Torres, Sistema de ..., op. cit., p. 55.

CUADRO 39

CENTROS DE DISTRIBUCION DE HUEVO EN LA ZMG

CENTROS DE DISTRIBUCION	PORCENTAJE DE PARTICIPACION
Mercados municipales	16
Tiendas de autoservicio	8
Establecimientos especiales	11
Establecimientos asociados	47
Vendedores ambulantes y de tianguis	18

FUENTE: Ibidem, p. 57.

Además de la producción del estado, dentro de éste también se comercializa producción procedente de los estados de Sonora y Puebla; sin embargo, dichos volúmenes sólo representan el -- 20% del volumen total de huevo que se comercializa en el estado de Jalisco.

Desde hace varias décadas Jalisco es un gran productor avícola y de huevo; su producción rebasa ampliamente las necesidades del consumo estatal siendo enviado el resto al Distrito Federal. Los canales de comercialización al detalle son variados; de hecho es la misma estructura que existe en los productos pe recederos agrícolas.

5.4 El intermediarismo.

Uno de los problemas de grandes dimensiones y que mayor perjuicio origina al consumidor y a la economía en general es el intermediarismo excesivo; que se presenta en mayor o menor medida en función de los sistemas de producción y al tipo de producto, agudizándose en los casos de dificultad para la conservación de los perecederos que se dan solamente en determinadas épocas del año y también en el caso de organización y de acceso directo al mercado.

La presencia del intermediarismo se acentúa en la comercialización de productos agrícolas básicos para la alimentación, al aprovechar la inexistente o deficiente organización de los productores o bien la falta de recursos financieros, colocándose ventajosamente para realizar una o varias funciones que van desde el financiamiento para la producción, hasta la adquisición de la cosecha. Ello les permite controlar los resultados de las transacciones que realizan y con ello obtener elevadas utilidades. Esta disfuncionalidad también se observa en las realizaciones del intermediario con el detallista, lo que se traduce en escasos ingresos y una dependencia para con el intermediario.

Como resultado de la intermediación, el comercio que se realiza en el medio rural, lesiona altamente al productor agrícola en ambos sentidos de la compra-venta, ya que se les detecta tam

bién en la distribución de los artículos para consumo básico y la de los instrumentos de trabajo para la producción.

En los centros urbanos de Jalisco, sobre todo en la ZMG, la cadena de intermediarios es bastante grande, lo que hace que los productos alimenticios lleguen al consumidor muy encarecidos. - Lo mismo sucede con los productos elaborados que se envían a -- las zonas rurales. Este intermediarismo redundará en efectos siempre negativos para el sector alimentario.

El número de intermediarios en la cadena comercial que va - del productor hasta el consumidor final, ha variado de una época a otra y difiere de un artículo a otro; por su parte, las comunicaciones tienen su participación en ese proceso, y quizá -- también en algunos influye la cercanía o lejanía de las unida--des productoras con respecto al mercado; por ejemplo, la importación de alimentos enlatados de Estados Unidos normalmente necesita de concesionarios o distribuidores para que éstos a su - vez los proporcionen a los detallistas, mientras que una empresa local similar tiene la posibilidad de hacer llegar sus productos directamente al consumidor o al detallista.

Lo cierto es que entre mayor sea la cadena de intermedia---ción, mayor es el margen de ganancia (aunque repartido) y, por ende, mayor el encarecimiento de las mercancías; esto es a la - vez un signo de ineficiencia y atraso que va asociado a una - - gran atomización de los establecimientos comerciales en la base

de la pirámide intermediaria, esto es, en el comercio al detalle.

En encuesta realizada en la ZMG se detectó la siguiente composición de órganos en la comercialización de productos perecederos:

CUADRO 40

ORGANOS DE LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS PERECEDEROS EN LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

DESCRIPCION	FRUTAS	LEGUMBRES HORTALIZAS Y VERDURAS	CARNES			ABARROTES (CEREALES Y SEMILLAS)
			ROJAS	BLANCAS		
				PESCADOS Y MARISCOS	POLLO	
<u>COMPRADORES RURALES</u> (que reúnen inicialmente el producto en las granjas ó en mercados rurales)	11%	13%	-	5%	-	15%
<u>COOPERATIVAS RURALES</u> (que compran en cantidades menores y lo concentran para su traslado al mercado)	10%	8%	-	10%	-	-
<u>COMISIONISTAS</u> (que compran y venden para otros productores que están lejos del mercado y reciben un porcentaje de las ventas)	20%	20%	50%	45%	100%	35%
<u>CORREDORES</u> (que ponen en contacto a los posibles vendedores y compradores)	13%	13%	-	-	-	-
<u>PEQUEÑOS COMERCIANTES</u> (que compran a mejor precio para surtir tiendas, hoteles, restaurantes)	25%	33%	-	10%	-	25%
<u>INTERMEDIARIOS MERCANTILES</u> (que venden los productos a otros comerciantes)	21%	13%	50%	30%	-	25%

FUENTE: Investigación directa. Encuesta aplicada en la ZMG. Agosto de 1989.

En este cuadro se denotan las características de las diferentes personas que participan en el proceso de comercialización, en donde sobresalen los pequeños comerciantes, los intermediarios y los comisionistas.

Existen varias formas de comercialización que tienen como característica general cierto grado de intermediación según el tipo de producto y el nivel de organización tanto de productores como de vendedores.

En el caso de las materias primas agrícolas, las relaciones en su mayor proporción entre productor e industrial, son regularmente directas. En los productos industrializados de consumo inmediato los canales de distribución son por lo regular de fabricante; mayorista; detallista; consumidor y en ocasiones se agrega a la cadena el medio mayorista.

En los productos industriales duraderos, la sucesión es generalmente, fabricante; distribuidor; consumidor. El trato directo entre productor- consumidor, se da en los bienes de consumo intermedio, como productores de pastas y semillas oleaginosas con productores de alimentos balanceados, aunque también posibilita la intervención de un comisionista.

En el caso de las materias primas agrícolas, las empresas que insumen este tipo de bienes, buscan contar con suficientes volúmenes y en ocasiones refacciona al productor primario, asegu-

rando su abastecimiento y obteniendo ventajas económicas en el -
trato. Este tipo de situaciones se observan entre algunas indus-
trias de alimentos balanceados, industrias cerveceras, de acei-
tes y grasas vegetales, las que refaccionan aquellos productos-
en que existen problemas de productos (maíz, ajonjolí, cártamo,
etc.), el gobierno actúa como mediador, fijando precios de ga-
rantía y efectuando una labor de regulador por medio de CONASU-
PO.

Puede observarse un cierto grado de organización en los --
productores de melón de la Región de El Grullo, tanto para deli--
near los niveles de producción, como para establecer las políti-
cas para la venta de la misma. Asimismo, se observa que grupos-
de campesinos de otras regiones solicitan al gobierno estudios-
de comercialización de frutas y legumbres, como es el caso del-
plátano, mango, naranja y mandarina, aguacate, pepinos, etc. -
que según sea el caso el precio se llega a veces a quintuplicar
en el mercado final sin beneficiar al productor.

Con respecto al maíz, Jalisco es considerado como uno de -
los primeros productores en el país y donde su circuito de co-
mercialización es extremadamente complicado, por el número de -
intermediarios que intervienen. Los precios para el productor -
varían según la temporada y el comprador, según se haga sobre-
el lugar de producción o en la ciudad. La CONASUPO asegura gran
parte de la producción obtenida en el estado, cuyo destino es -
el resto del país o el extranjero.

A partir de lo anterior se puede concluir que para la comercialización de los productos perecederos, en especial para la venta de frutas y hortalizas, se ha formado un complejo sistema de comercialización que para hacer llegar al consumidor es este tipo de productos, antes debe pasar por una serie de intermediarios que provocan su encarecimiento y elevan sustancialmente su precio original.

Después de haber analizado la importancia del sistema de distribución en la Zona Metropolitana de Guadalajara en donde se abordaron las características particulares de cada uno de los subsistemas (mayorista y minorista) que lo conforman, así como la presencia constante del intermediarismo en los canales de distribución, es pertinente hacer consideraciones respecto de la infraestructura comercial -diferente del comercio tradicional- existente en este ámbito urbano para observar la manera en que participa en la satisfacción de las demandas de productos alimentarios y conocer la orientación particular y definida de sus objetivos comerciales.

Por tal motivo, en el siguiente capítulo se hablará del sistema de los agentes de la comercialización.

CAPITULO VI

EL SISTEMA DE LOS AGENTES DE LA COMERCIALIZACION

Antes de iniciar con este capítulo, consideramos necesario precisar los conceptos de "comercio" y de "agente". El comercio se podría definir como "... eslabón del proceso económico que - sirve de enlace entre la producción y el consumo y contacta a - la oferta con la demanda mediante transacciones en las cuales - los bienes y servicios que se negocian cambian de propiedad"^{101/}; es decir, en donde tanto el productor como el consumidor obtienen un beneficio: el productor asegura la realización de su - producción para llegar a su objetivo final que es la utilidad - económica. Por su parte, el consumidor se allega los bienes y - servicios que requiere para satisfacer sus variadas necesidades de consumo, dentro de sus posibilidades económicas y conforme - a sus gustos y preferencias. "El comercio representa un méto--- do... (para lograr) la distribución de (bienes y servicios) en donde cada individuo, actuando voluntariamente, ofrece permutar lo que él posee por lo que desea". ^{102/}

El comercio, desde nuestro punto de vista, desempeña cuatro funciones básicas y fundamentales: en primer lugar, permite ar-

^{101/} Armando Labra, "Rasgos y problemas del comercio interno" In investigación Económica, núm. 176, vol. XLV, México 1986, p.- .57.

^{102/} Negocios y bancos. Meridiana explicación de lo que en reali- dad es el comercio. No. 634, México 1983, p. 11.

ricular la oferta con la demanda; es decir, propicia la producción para satisfacer a la vez necesidades de consumo y de producción del propio aparato productivo, dependiendo del tipo de mercado de que se trate.

En segundo lugar, el comercio desempeña una función social en la medida que permite a los consumidores y productores proveerse de los artículos y servicios necesarios para satisfacer necesidades de consumo, en el primer caso; y, para abastecer -- los requerimientos de producción necesarios para el aparato productivo, en el segundo.

En tercer lugar, desempeña una función económica, ya que -- mediante la práctica de esta actividad, los comerciantes obtienen una ganancia, que es su objetivo último, aunque a nivel del sistema económico el fin esencial es llevar a su terminación -- el proceso económico, es decir, el consumo.

La cuarta función establece una fase integral que consiste en retroalimentar directamente el proceso de producción, al permitir articular en el mercado de bienes y servicios de producción o inversión a los productores y abastecedores con los demandantes de tales mercancías.

Por su parte, el concepto "agente" puede entenderse como -- "persona o cosa que obra y tiene facultad para hacer algo" 103/.

103/ Pequeño Larousse. Editorial Noguer. Madrid, 1972.

En el contexto en que estamos desarrollando nuestro tema, podríamos apoyarnos en esta definición para delimitar el alcance del Sistema de Agentes de la Comercialización, cuyo ámbito de acción estaría circunscrito a las actividades económico-comerciales realizadas por un grupo o grupos de personas, que, en este caso, serían los que participan y actúan en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Una característica importante que es necesario subrayar es la diferencia existente entre este sistema y el de distribución de productos perecederos. En este último se describieron los subsistemas de distribución mayorista y minorista en donde resalta una figura predominante que es el comercio tradicional; en el sistema que pasaremos a abordar es significativa la utilización de una infraestructura comercial de corte moderno constituida por supermercados, centros comerciales y tiendas que emplean el autoservicio y la modernización y tecnificación de procedimientos comerciales en sus métodos de ventas.

De esta manera el Sistema de los Agentes de la Comercialización queda integrado por los subsistemas del comercio del sector oficial, del privado y del social, de los cuales pasaremos a diferenciar los móviles y objetivos de su participación en la actividad comercial.

6.1 El Subsistema del Comercio del Sector Oficial.

La presencia oficial en la distribución directa de artícu-

los básicos y en la creación de infraestructura comercial y de servicios de apoyo, se ha originado por la imperiosa necesidad de garantizar el abasto de artículos básicos a la población mayoritaria de escasos recursos, localizada en las zonas rurales y semirurales, así como en las pequeñas, medianas y grandes ciudades como Guadalajara y su zona metropolitana.

Como antecedentes de la conformación de la infraestructura comercial podemos señalar que en 1937, en el gobierno del general Lázaro Cárdenas, se originó el primer organismo regulador del mercado de básicos denominado Comité Regulador del Mercado del Trigo. Este organismo constituye de hecho el primer antecedente del actual sistema CONASUPO.

En el mismo año de 1937 se fundó la Compañía Exportadora e Importadora Mexicana, S. A. (CEIMSA), con el propósito de contribuir al fomento, desarrollo y organización del comercio exterior con carácter de empresa descentralizada. ^{104/} También se establecieron otras instancias del gobierno federal para complementar a la CEIMSA en sus objetivos de abasto y combate a la especulación de artículos básicos como la institución denominada Almacenes Nacionales de Depósito, S. A. (ANDSA), la cual aún -- subsiste.

^{104/} Archivo General de la Nación, tomo VII, vol. I, México, --- 1983, pp. 28-29.

En 1938, en sustitución del Comité Regulador del Mercado del Trigo, se formó el Comité Regulador del Mercado de las Subsistencias; sin embargo, debido a las deficiencias en su actividad, desapareció en 1942, fundándose en su lugar la Nacional -- Distribuidora y Reguladora (NADIRSA), en la cual estaban representados el Estado y los comerciantes.

A principios de 1961 se decretó la liquidación de la CEIMSA y se instituyó en su lugar la Compañía Nacional de Subsistencias Populares, S. A. (CONASUPO, S. A.).

6.1.1 La CONASUPO.

Desde su creación, la CONASUPO ha incrementado, multiplicado y extendido sostenidamente sus actividades en todo el país; creando empresas filiales, industriales y comerciales; su penetración en el medio rural ha sido muy importante con una amplia red de comercialización en las zonas urbanas y rurales del país, con calidad competitiva y precios inferiores a los del -- sector privado. ^{105/}

Los instrumentos que la CONASUPO emplea van desde los precios de garantía, comercialización de productos, compras, comercio exterior, servicios de apoyo y subsidios, almacenamientos, --

^{105/} Torres, Jalisco desde la ..., op. cit., p. 183.

transporte, ventas directas e indirectas, apoyo al pequeño y mediano comercio, producción industrial, impulso a la producción industrial no realizada por CONASUPO, apoyos financieros a la industria, subsidios en la comercialización con vistas al mejoramiento social de grupos sociales en situaciones especiales: - en desastres, en días festivos, etcétera.

6.1.1.1 Sectores socioeconómicos en que participa.

Se puede también abordar el asunto con el criterio de los sectores socioeconómicos en que participa la CONASUPO; en este sentido se pueden agrupar de la siguiente manera: a) el campo, - b) la industria, c) el mejoramiento social y d) el comercio; sin embargo, para efecto de nuestro análisis, nos abocaremos al tratamiento del inciso "d" y sólo se dará un bosquejo de los otros.

a) El campo. La participación de la CONASUPO para beneficiar a los productores del campo, así como a los consumidores, se efectúa a través de dos instrumentos fundamentales: los precios de garantía y la comercialización de productos de campo.

b) La industria. La participación de la CONASUPO en la industria varía; se da en el abasto de materias primas a la planta industrial, apoyos a la pequeña y mediana industria y al propio sistema industrial de CONASUPO.

La participación de CONASUPO en la industria alimentaria -

se dirige fundamentalmente a proporcionar tanto la materia prima como la infraestructura del sistema en transporte, almacenamiento y distribución de la producción nacional, así como lo referente a operaciones en el mercado internacional.

c) Mejoramiento social. Además de las actividades ya descritas, CONASUPO también desarrolla otras de orientación totalmente social a través del fideicomiso Comisión Promotora para el Mejoramiento Social, en coordinación con otras dependencias del Ejecutivo, dependiendo del objetivo y situación de emergencia de que se trate, ya que estos programas están orientados a atacar problemas sociales especiales.

d) El comercio. La parte del sistema CONASUPO más visible al público en general, y en la que se conjugan gran cantidad, - diríase casi todos los instrumentos con que participa en la distribución y abasto, es su presencia en el comercio. Es así como la presencia de CONASUPO a través de su sistema de comercialización al menudeo para la clase consumidora del país, "... representa el último eslabón que la institución inicia en el campo - y continúa en la producción industrial, con el fin de que los - mexicanos de escasos recursos tengan a su alcance un servicio - eficiente que les permita abastecerse de productos básicos".^{106/}

^{106/} Conasupo. Informe General de Actividades 1977-1982. Guadalajara, 1982, P. 55.

En el ámbito urbano, las acciones de comercialización y -- abasto los realiza DICONSA a través de la creación de una red -- de comercialización que comprende varios tipos de establecimien- -- tos con niveles diferentes; la conforman los siguientes grupos: 1) los centros comerciales, 2) los CONASUPER "A", 3) las tien- -- das concesionadas, 4) los convenios con los sectores sociales y 5) IMPECSA y los apoyos al pequeño y mediano comercio privado.

1) Centros comerciales. Los centros comerciales, de los -- cuales existe uno en Guadalajara, tienen más de 3,500 metros -- cuadrados de piso de venta de la mercancía; manejan más de -- 14,500 artículos distribuidos en 230 familias entre abarrotes, -- perecederos, electrodomésticos y ropa, y se comporta y organiza la exposición de mercancías similarmente a las tiendas de auto -- servicio privadas, pero con precios inferiores a los de éstas.

2) Los CONASUPER "A". Son centros comerciales de menor ta- -- maño, con una superficie de piso de 1,500 metros cuadrados en -- la mayoría de los casos. Operan una lista de 3,500 artículos -- que incluyen todos los perecederos, básicos, artículos para el -- hogar y ropa. Estos centros han tenido gran desarrollo y proli- -- feración en las principales ciudades.

3) Tiendas concesionadas. En las ciudades, el mayor número de establecimientos CONASUPO lo representan las tiendas CONASU- -- PO concesionadas. Se trata de locales comerciales de 200 metros cuadrados de piso de venta y manejan un cuadro básico de 1,300-

productos comprendidos en 61 familias de mercancías.

4) Además de lo anterior, la CONASUPO mantiene programas - en coordinación con el sector social y oficial como son los del sector obrero, el popular y el oficial en las principales ciudades, como en Guadalajara. El fin es que los afiliados a esos -- sectores cuenten con medios de comercialización a precios CONASUPO a través de la Distribuidora CONASUPO, S. A., (DICONSA).

Con el sector obrero el programa es variado y amplio; comprende la operación de grandes centros comerciales para el Congreso del Trabajo, tiendas de consumo para CTM, la CROC y mineros; centros de Juguetifiesta de fin de año; el programa de úti les escolares, sobre todo al inicio de clases, a través de esta blicimientos DICONSA; sistema de despensas y vales en coordinación sobre todo con la CTM; finalmente existe asesoría técnica por parte de DICONSA a organizaciones sindicales en la promoción y operación de sus propias tiendas.

5) La participación de CONASUPO en la comercialización se complementa con acciones dirigidas al pequeño y mediano comercio. La estructura polarizada del comercio en la cual el gran volumen de comerciantes son medianos y pequeños, con condiciones de ínfima capacidad técnica, financiera, y de servicio, -- contrastan con la de gran comercio, y los sitúa en condiciones de desventaja en cuanto a capacidad competitiva. Sus condiciones de operación, que son ineficientes en la mayoría de los ca-

sos, se traducen en un mayor encarecimiento de los artículos.

El apoyo que reciben de CONASUPO es benéfico para ellos y para el consumidor de menores recursos. Esa acción se realiza a través del organismo denominado "Impulsora del Pequeño Comercio, S. A. de C. V., (IMPECSA).

En los últimos años la composición y crecimiento de la red de distribución DICONSA en el estado de Jalisco es la siguiente: "de 1977 a 1982 se multiplicó cinco veces al pasar de 186 puntos de venta a 946, cifra bastante abultada por la gran expansión del sistema de distribución, básicamente rural, del programa CONASUPO-COPLAMAR; y porque incluye 412 comercios a los que IMPECSA proporcionaba servicio de abasto de básicos en 1982. Quitando estos últimos, el sistema de CONASUPO en ese año se reduce a 534. De esa manera, haciendo comparables los datos hasta 1986, la red de distribución oficial se ha elevado, hasta el año anterior, es más de un 40 por ciento. 107/ (ver cuadro 41).

En la actualidad el sistema DICONSA en Guadalajara está formado por 79 tiendas concesionadas y 17 propias, estas últimas constituidas por un centro comercial con un área de exhibición de 5,300 m², 13 Conasuper "A" con área de venta de 1,151 m² y 3 Conasuper "B", establecimientos más pequeños (356 m²) --

107/ Conasupo, op. cit., p. 6.

CUADRO 41

COMPOSICION Y CRECIMIENTO DE LA RED DE DISTRIBUCION

DICONSA EN EL ESTADO DE JALISCO

	1982	1983	1984	1985	1986
Centros comerciales	1	1	1	2	1
Conasupers "A"	8	11	12	12	13
Conasupers "B"	1	3	1	1	--
Conasupers "B" remodelados propios	--	6	8	6	7
Zonas populares urbanas	--	--	--	68	70
Tiendas móviles urbanas	1	1	1	1	1
Juguetifiesta	--	1	1	--	--
Tiendas Sedena	6	--	--	--	--
Tiendas Sedemar	--	--	--	--	--
Otros venta directa	8	--	--	--	--
<u>Subtotal</u>	25	23	24	89	92
Concesionados:					
Conasuper "B"	62	108	108	110	105
Tiendas urbanas sindicales	2	20	18	19	17
Otros	--	--	--	--	--
<u>Subtotal</u>	64	124	126	129	122
<u>Total urbana</u>	89	151	150	218	214
Rurales:					
Tiendas móviles rurales	4	--	--	--	--
Tiendas rurales (campesinas)	102	386	448	529	514
Sub-almacenes Coplamar	6	--	--	--	--
Almacenes Conasupo rurales	--	--	--	--	--
Otras tiendas	--	--	--	--	--
<u>Subtotal rural</u>	112	395	448	539	524
<u>Total general</u>	201	546	598	757	538

FUENTE: Conasupo, Informe General ..., op. cit. p. 6

que a diferencia de los anteriores no incluyen prendas de vestir en sus inventarios.

Por otra parte, los lineamientos de política económica del nuevo gobierno señalan a CONASUPO como un importante instrumento para abatir la escasez y carestía de alimentos a través de -

sus programas de regulación y abasto de alimentos y productos básicos en beneficio de las mayorías.

En este contexto y ante el compromiso explícito del Presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari, de abrir - - 1,000 tiendas en todo el país en los primeros 100 días de su -- gestión, es de esperarse un incremento sustancial en los volúmenes de ventas de la empresa para 1989 con respecto a 1988.

La delegación de la paraestatal en el estado de Jalisco, - en apoyo a dicho programa de expansión, tiene considerado para 1989 abrir 111 nuevos puntos de venta en las zonas rurales y 36 más dentro del programa urbano de penetración; lo anterior con la inversión de 830 millones de pesos solamente en equipo y material de trabajo.

Las nuevas tiendas, sumadas a las ya existentes, permitirán contar con una infraestructura de distribución al término - de 1989 de 317 tiendas urbanas, 10 almacenes rurales y 721 tiendas campesinas; ello vendrá a consolidar a Jalisco como una de las entidades más importantes en el funcionamiento de Diconsa, puesto que representa alrededor del 7 por ciento de las ventas de la empresa a nivel nacional. Dicho programa de apertura se - puede apreciar en el cuadro siguiente. (ver cuadro 42).

La ampliación de los programas gubernamentales en materia de comercio al menudeo de productos básicos de consumo general*i*

PROGRAMA DE APERTURA DE TIENDAS DICONSA

Jalisco, 1989.

AMBITO/REGION	NUMERO DE TIENDAS	POBLACION OBJETIVO
TOTAL	147	667,000
Urbano		
Guadalajara	36	180,000
Rural		
Autlán	20	66,000
Vallarta	17	108,000
Ameca	10	47,000
Guadalajara	12	59,000
La Barca	14	81,000
Cd. Guzmán	14	46,000
Tamazula	4	15,000
Tepatitlán	10	52,000
Colotlán	10	13,000

FUENTE: Elaborado por INESER con base en datos CONASUPO, Delegación Jalisco. Guadalajara, 1989.

zado, plantea nuevamente la interrogante sobre si se justifica el uso de recursos nacionales en estas actividades. En función de la experiencia, se puede aseverar que efectivamente hay lugares en que la intervención del sector público es necesaria para dar atención a la demanda de lo más indispensable; sobre todo en aquellas partes alejadas o mal comunicadas en que a la iniciativa privada no le es atractivo intervenir por lo bajo de la --

rentabilidad. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que las necesidades por satisfacer pueden ser básicas o bien condicionadas por el gusto, la preferencia o la publicidad y dado que en algunos casos Diconsa es la única opción para la adquisición de satisfactores, hay que considerar que no es agradable para el consumidor tener que disponer de productos no deseados, por lo que si CONASUPO pretende ser un elemento de abasto y de regulación de precios en el mercado nacional deberá hacerlo con productos de primera calidad y de iguales características a los que expenden los comercios privados.

Por otra parte, la justificación de Diconsa depende también en gran medida de que al ejercer sus funciones lo haga con un manejo eficiente y productivo de sus recursos; en este sentido, con información disponible de supermercados privados y de Diconsa se puede observar su ritmo de comercialización en el Area Metropolitana de Guadalajara en el cuadro siguiente:

CUADRO 43

COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE CONSUMO GENERALIZADO

Area Metropolitana de Guadalajara

Junio, 1988

CONCEPTO	SUPERMERCADOS PRIVADOS	TIENDAS DICONSA
Venta por empleado (miles de pesos)	7,037	6,532
Remuneraciones por empleado (miles de pesos)	361	312
Nómina/Ventas (por ciento)	5.13	5.03

FUENTE: Elaborado con base en datos del INEGI, Encuesta sobre establecimientos comerciales (Cd. Guadalajara) y CONASUPO, Delegación. Jalisco.

Con base en estas cifras se puede apreciar que el promedio de ventas por empleado en el sector privado es 7.8 por ciento - mayor que en CONASUPO; la relación de la nómina sobre las ventas en las cadenas privadas es de 5.13 por ciento mientras que en la paraestatal es de 5.0 por ciento, y las remuneraciones -- por empleado resultan mayores en las tiendas sobre las de CONASUPO en 15.9 por ciento. Lo anterior, puede interpretarse como una administración aceptable de las tiendas Diconsa en el área urbana, lo cual contribuye al fortalecimiento de la empresa y - por lo tanto, se estima, al aseguramiento de su permanencia en el mercado en el corto y mediano plazos.

6.2 El subsistema del comercio del sector privado.

Dentro del esquema de la infraestructura comercial en el - estado de Jalisco se localiza en un extremo el gran comercio, - principalmente en la ZMG, cuya centralización en la ciudad obedece a factores que le dan impulso, como su mercado potencial, - la localización geográfica, apoyo crediticio a los consumidores, grado de desarrollo económico, empleo de sistemas avanzados de organización, administración, financiamiento, etc. que les reditúa altas utilidades; y por otro lado, se encuentra el pequeño-comercio, con un financiamiento deficiente y escasas perspectivas, localizado en las zonas rurales, en los barrios y zonas populares.

6.2.1 El Gran Comercio.

Los centros comerciales son tiendas de autoservicio, esto es, "establecimientos comerciales en los que el consumidor puede elegir libremente, sin un mostrador y un dependiente de por medio, los productos que desea llevar a su casa"^{108/} Fueron creados con el objeto de reducir el costo de operación y vender grandes volúmenes a precio reducido. Se caracterizan por sus construcciones modernas y mecanizadas con techos altos, pasillos de circulación, góndolas, anaqueles, refrigeradores, probadores, cajas registradoras, estacionamientos amplios, etc.

A las tiendas de autoservicio se les ha dado diferentes nombres como superettes o tiendas de conveniencia, centros comerciales, supermercados, tiendas de descuento, supertiendas e hipermercados, entre otros, según la superficie que ocupan y las mercancías que venden.

Por lo que respecta a nuestro país, en 1936 Jaime F. Garza fundó en la Ciudad de México la primera de estas tiendas a la que bautizó con el nombre de Supermercados, S. A., conocidos como SUMESA. Al principio, la cadena causó conmoción y tuvo mucho éxito, pero se estancó y propició que otras empresas de autoservicio se apoderaran del mercado hasta que Comercial Mexicana la absorbió en 1981.

^{108/} Barrón Carmona, Ignacio. El proceso comercial en México. Distribuidora-Conasupo Metropolitana, S. A. de C. V., México, 1989, p. 41.

"Cabe resaltar que el surgimiento de las grandes cadenas - comerciales del sector privado no respondió a los objetivos de abaratar los costos de los artículos de consumo generalizado como sucedió en el proceso del autoservicio en los Estados Unidos de América, sino más bien nace y crece ante la posibilidad de lograr elevados márgenes de rentabilidad, eludiendo la responsabilidad de constituirse en un verdadero agente de transformación y modernización comercial. Hasta hace poco, los centros comerciales privados orientaban sus estrategias de mercado exclusivamente a captar los estratos altos y medios de la sociedad urbana nacional, esto es, las de mayor poder adquisitivo". 109/

Las tiendas de autoservicios, se pueden clasificar en:

- a) Superettes, que miden entre 100 y 400 metros cuadrados.
- b) Supermercados, que ocupan un espacio entre 400 y 2,500 metros cuadrados. Dentro de este rubro se ubican los centros comerciales.
- c) Hipermercados, que tienen una superficie de venta superior a los 2,500 metros cuadrados. 110/

109/ Barrón, op. cit., p. 42.

110/ Cervantes Cantero, Abigail. El Comercio Privado en la Estructura del Comercio en México, México, 1987, p. 22.

En México, los superettes se conocen como tiendas de conveniencia, venden exclusivamente básicos, cuentan con una variedad entre 1,000 y 1,500 productos, se asemejan a las tiendas de barrio y, la mayoría, no cuenta con estacionamiento. Tal es el caso de las cadenas OXXO y Super Siete, así como las tiendas CONASUPO Concesionadas y Conasupers.

Los supermercados o centros comerciales manejan aproximadamente 10,000 productos. La mayor parte de las cadenas comerciales se ubican en este rubro. Cuentan con un área de estacionamiento dos veces mayor que lo destinado a mercancía.

Los hipermercados manejan 20,000 productos en promedio. En México el hipermercado es de reciente aparición -el Gran Bazar - de la Operadora de Descuento- y surge con características distintas a las del hipermercado norteamericano, pues integró un conjunto de servicios y tiendas anexas con mercancía demandada por los estratos medios y altos, y a precios elevados.

También se ha desarrollado el concepto de las bodegas que son grandes tiendas de autoservicio pero de construcciones muy austeras. Las compras se hacen por caja y no por piezas sueltas, para lo cual se utilizan "diablos" en lugar de carritos. "La periodicidad de los clientes es menos frecuente, pero el volumen de mercancías es mayor. La diferencia de precios respecto a un super o hipermercado oscila entre un 10 y 12% menos". ^{111/}

^{111/} Barrón, op. cit., p. 43.

Para la instalación de una tienda de autoservicio, primero se efectúa un estudio mercadológico que realiza una empresa o despacho especializado. Se toma en cuenta la diversidad y estabilidad de las industrias, la prosperidad cíclica o estacional del lugar, el carácter de la población y sus preferencias, la zona potencial del comercio, la capacidad de compra, competencia, necesidades económicas, servicios y facilidades comerciales, así como las vías de comunicación, entre otros. Los productos que se introducen en el autoservicio están determinados por las posibilidades económicas del público de cada zona donde se ubica el establecimiento.

Guillermo Mendizábal en su tesis ^{112/} da a conocer el decálogo de los supermercados para facilitar su penetración en el mercado y ganarse la preferencia de los consumidores. Para ello señala las 10 estrategias del autoservicio, que en seguida se detallan:

1. Usar el poder de la mercancía "prevendida" o "gancho", esto es, de consumo necesario y que el público se vea precisado a comprar: alimentos, ropa, etcétera.
2. Acelerar el procedimiento de abasto de productos.
3. Usar el poder de atracción de los precios bajos.
4. Facilitar al cliente el acceso al negocio.

^{112/} Mendizábal Guerra, Guillermo. Evaluación de Proyectos de Inversión en Tiendas de Autoservicio. Tesis. México, 1987, p.4.

5. Facilitar al cliente el recorrido por la tienda.
6. Exhibir atractivamente la mercancía.
7. Dar a los productos el papel de vendedores.
8. Dar a los clientes el papel de compradores.
9. Facilitar al dependiente la venta en los períodos de mayor actividad.
10. Eliminar aglomeraciones al registrar las ventas.

Entre los puntos importantes para el éxito o fracaso de un proyecto de tienda de autoservicio, en relación con la competencia, se anota:

- Ubicación.
- Antigüedad en el mercado.
- Volumen mensual de ventas.
- Penetración en el mercado.
- Determinación de las zonas primarias y secundarias de influencia.
- Detección del tipo de mercancía de mayor rotación.
- Clientela según las clases sociales.
- Atención al consumidor.
- Disposición de proveedores directos o grandes mayoristas - que abaraten costos y garanticen el abasto.
- Limpieza.

Las tiendas de autoservicio son un fenómeno reciente en todo el mundo. En los Estados Unidos aparece la primera de ellas -

en 1930 en la ciudad de Nueva York; en España, en 1957; en México, después de la Segunda Guerra Mundial y en Guadalajara en la década de los cincuentas. Su surgimiento no se debió sólo a la imitación de los países capitalistas, también fue producto del fenómeno de urbanización.

Después de su nacimiento en Guadalajara, su impulso y modernización comenzó al inicio de la década de los ochenta con el arribo del capital comercial de México, D. F., principalmente.

En 1982 existían solamente 33 establecimientos, entre públicos y privados; en 1987, llegaron a ser 67; de ellos, 16 corresponden a CONASUPO, IMSS e ISSSTE. De los que existen en el estado, casi todos se localizan en la ZMG.

El Distrito Federal concentra una cuarta parte de esos establecimientos y Jalisco es de los estados en donde más se ha desarrollado esta rama, correspondiendo a Guadalajara la hegemonía; sus establecimientos se ubican también en el rango más alto a nivel nacional en cuanto al promedio de ventas por establecimiento. "El grado de oligopolización de este tipo de establecimientos es muy alto y los negocios más grandes, que no llegan a 30, se clasifican entre los más importantes de Guadalajara. Las utilidades de estos comercios se sustentan en márgenes altos, al igual que en la mayoría de las ramas comerciales".^{113/} (Véase cuadro)

^{113/} Torres, Jalisco desde la ..., op. cit., p. 341.

CUADRO 44

ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA

Principales centros de auto servicio y comercio 1986

Tipo de establecimientos comerciales	Número de esta- blecimientos	%
Aurrerá	5	
Blanco	3	
Comercial Mexicana	4	
Gigante	21	
Oxxo	18	
Tiendas IMSS	2	
Tiendas ISSSTE	3	
Centros CONASUPO	11	
<u>Total centros de autoservicio</u>	67	37.4
Farmacias Levy	32	
Farmacias Guadalajara	22	
Total	56	31.3
Almacenes la Muñeca	3	
Chalita	5	
El Nuevo Mundo México	1	
París Londres	3	
Salinas y Rocha	4	
Sears	1	
Suburbia	4	
Woolworth	1	
Total de tiendas de departamento	22	12.3
Elektra	4	
Centro Doméstico	4	
Viana	1	
Ekar de Gas	4	
Motomundo	3	
Total muebles y línea blanca	16	9.0
High Life	3	
Roberts	2	
Total tiendas de ropa	5	2.8
Electrodomésticos e industriales		
Tecnogas	8	4.5
Todo Fácil	4	2.2
Sanborns	1	.5
Total de giros seleccionados	179	100

FUENTE: Cámara Nacional de Comercio de Guadalajara.

* Hasta principios de 1987.

En este cuadro se puede notar el número de establecimientos de autoservicio, que llega a 67, que representa el 37.4% del total de centros de autoservicio seleccionados en la Zona Metropolitana de Guadalajara.

En suma, el sector privado sigue creciendo aceleradamente en la actividad comercial, de manera especial en el renglón de tiendas de autoservicio y logra un importante aumento en número de locales y metros cuadrados de piso de venta en las principales ciudades del país. Este desarrollo se da de manera integral y en alianza con las principales empresas trasnacionales, pues al mismo tiempo que crece el número de tiendas incorpora nuevos conceptos de mercadeo de origen estadounidense, y constituye lo que hoy se conoce en nuestro país como plazas comerciales o hipermercados. "En ellas se integra una gran cantidad de servicios que aprovechan el equipo y la tecnología que ya se tienen en los centros comerciales más modernos de los Estados Unidos, apoyados en una infraestructura de empresas subsidiarias como restaurantes y cafeterías, donde utilizan todos aquellos productos alimenticios que llegan al límite de su vida comercial". 114/

Actualmente es notoria la consolidación de la postura oligopólica de las grandes cadenas comerciales no sólo por la proliferación de sus tiendas, sino también por la creación de divi

114/ Barrón, op. cit., p. 59.

siones que manejan sus propios centros de acopio, procesadoras, envasadoras, fabricación de productos de marca propia, modernas y equipadas unidades de transporte, restaurantes, cafeterías, - entre otras. Toda esta inversión en tiendas nuevas, en servicios comerciales y empresas subsidiarias permiten al gran comercio manejar mayores escalas que redundan en márgenes de ganancia más rentables.

6.3 El subsistema del comercio del sector social.

El sector social de la economía también ha venido participando en la distribución de básicos; en la mayoría de los casos este esfuerzo es apoyado por las propias empresas oficiales que participan en la distribución, especialmente por el sistema -- CONASUPO. A pesar de los avances de este sector, aún no es significativo el peso de su participación en la comercialización, - pero sin duda representa un gran potencial para el futuro desarrollo del comercio.

Las entidades que principalmente participan en esta actividad son los sindicatos, en grandes ciudades como Guadalajara, - que han incrementado su número de establecimientos comerciales, tipo supermercados, como los instalados por la CTM y la CROC.

Son también ya tradicionales las tiendas para empleados públicos que algunas dependencias oficiales crearon para sus trabajadores; en Guadalajara y en otras ciudades existen centros -

de distribución de las siguientes dependencias: del ISSSTE, del IMSS y de Obras Públicas esto, por lo que se refiere a entidades federales. A nivel del gobierno estatal existen dependencias que prestan este tipo de servicios a los empleados públicos, tal es el caso de la Dirección de Pensiones del Gobierno del Estado y la tienda de maestros del Estado; en este mismo sector se ubica la tienda de la Universidad de Guadalajara.

"La participación del sector social en la comercialización obedece a objetivos similares a los del sector público: procura la defensa de los intereses y de la economía de las diferentes agrupaciones que lo componen; garantizarles un abasto más seguro y protegerlos de la carestía y la especulación." 115/

Las tiendas oficiales y sindicales han jugado un papel relevante en el desarrollo del comercio y de la sociedad, al haber logrado en buena medida dar respuesta a las demandas crecientes de los consumidores y propiciar la estabilidad social del país, a pesar de sus grandes limitaciones y notorias deficiencias, como son la mala ubicación de sus unidades de ventas, adaptación e improvisación de locales inadecuados, insuficiencia de equipo, escasez de recursos financieros, falta de capacitación, y una operación y administración deficiente.

La presencia de este tipo de tiendas ha impactado positiva

115/ Torres, Jalisco desde la ..., op. cit., p. 221.

mente amplios sectores de la sociedad, al reducir los costos de distribución de productos básicos, promoviendo el acceso a un mayor número de consumidores; se han constituido en un freno para el comercio en general; evitando las alzas de precio indiscriminadas; han impulsado prioritariamente el desarrollo y fortalecimiento de los pequeños y medianos productores, a través de los diversos mecanismos de financiamiento; han fomentado la creación de las uniones de consumidores y promovido las adquisiciones a cooperativas de trabajadores, contribuyendo a elevar el nivel alimenticio de la población, mediante la venta de productos básicos con alto contenido nutricional; han limitado la expansión monopólica de las empresas comerciales, al constituirse en un canal alternativo para productores y consumidores.

La eficacia política y social de estas tiendas no es contraria a que superen sus problemas operativos.

Puede afirmarse que este tipo de tiendas puede incrementar intensivamente su participación en el mercado de productos, concentrarse en un sólo organismo, para instrumentar eficazmente las políticas del Gobierno Federal en materia de desarrollo económico, modernización comercial, apoyo a la pequeña y mediana industria, gasto público, precios, subsidios selectivos al consumo, reglamentación comercial, calidad de los productos, nutrición de la población, defensa del consumidor, producción de básicos, por mencionar algunas; convirtiéndose en un instrumento de coparticipación gubernamental y social con mayor capa-

cidad de regulación del mercado de subsistencias populares, que reduzca el costo de distribución de las mercancías, y que repercuta en beneficio de los consumidores en general, ya que el actual sistema de distribución del país es de los más caros del mundo.

Al inicio de este capítulo hacíamos referencia a la infraestructura comercial moderna que caracteriza el sistema que acabamos de presentar con la existente en el comercio tradicional, de ahí que como colofón añadamos el comentario de que en artículos alimenticios y otros de consumo industrializados, compiten los pequeños establecimientos tradicionales con los centros de autoservicio. En el primer caso la tienda de esquina es el canal representativo en todo el estado, es el que predomina en la ZMG y es definitiva su presencia sobre todo en las zonas populares y de clase media. El pequeño comercio abarrotero es uno de los canales de venta de mercancías más antiguo en el estado y en la ZMG, constituye el último eslabón de una larga cadena de intermediación, por lo que llega al consumidor con mayor encarecimiento.

Su competencia con los grandes centros de autoservicio aún no es de importancia en la ZMG, como comúnmente se cree; por lo menos hasta el momento, ya que se ubican en zonas residenciales diferentes; la competencia la enfrentarían en el momento en que su mercado fuera invadido por los centros de autoservicio, en tal situación habría que considerar sus posibles efectos, que -

podrían ser su desplazamiento y ubicación en un plano secundario como canales de comercialización, o bien adaptarse a las -- circunstancias y subsistir ante la competencia.

Finalmente, con la exposición y desarrollo de este capítulo concluimos el análisis particular de cada uno de los sistemas que, a nuestro juicio, integran el gran "sistema de sistemas" que es el Sistema de Abasto Alimentario de la Zona Metropolitana de Guadalajara; así, hablamos del Sistema de Acopio, del correspondiente a Servicios de Apoyo a la Comercialización de Productos Perecederos, del relativo a la Distribución de Productos Perecederos y del presente, que es el referente a los Agentes de la Comercialización.

Ahora pasaremos a exponer cual es la actitud que ha mostrado el Estado mexicano ante el problema alimentario, para tener completo el marco de referencia en donde propondremos las bases para la administración pública de un sistema de abasto alimentario para la Zona Metropolitana de Guadalajara.

CAPITULO VII

EL ESTADO MEXICANO FRENTE AL PROBLEMA ALIMENTARIO

Hemos considerado fundamental y necesario en esta investigación incluir este capítulo a fin de abordar la problemática de la alimentación, en la cual se enfrenta el Estado, de ahí -- que podemos afirmar que en la actualidad, el Estado^(*) tiene -- ciertas características homogéneas que son esencia misma de la sociedad cambiante que, al ser resultado de la organización del sistema político y administrativo en donde interactúa "...es -- establecida legalmente en un territorio determinado (aunque no pocas veces debidamente), bajo un régimen jurídico, con independencia y autodeterminación, persiguiendo determinados fines mediante actividades concretas".^{116/}

Cabe señalar que entre otros elementos que integran al Estado destacaremos esencialmente el factor político-administrativo y éstos sin la organización política de la sociedad en correspondencia con el tiempo y espacio, relacionado con las agrupaciones sociales, con la población, el territorio, que delimita de una manera fisicogeográfica, que además cuenta con el Po-

^{116/} Acosta Romero, Miguel. Teoría General del Derecho Administrativo. Edit. Porrúa, México, 1985, p. 37.

(*) Debemos de indicar que el Estado ha tenido diferentes maneras de integrarse, evolucionando en tiempo y espacio, fundamentándose con el derecho, de ahí que podemos indicar -- que existen diferentes tipos de Estado, haremos algunas referencias como: Estado absolutista, cuyas características fundamentales son: soberanía del monarca, irresponsabilidad de su actuación e indamandabilidad. El Estado de Derecho: Principales características: Democracia, división de poderes, legalidad. Cabe agregar que el Estado Mexicano se integra bajo estos principios básicos.

der Ejecutivo, Legislativo y Judicial (**) para dictar y ejecutar directrices de las políticas gubernamentales, fundamentado y legalizado por un régimen de derecho, con soberanía manifestada -- por medio de su independencia y autodeterminación, así como también representado por un gobierno legitimado.

Integrada y constituida la sociedad, la multitud de transacciones y demandas originaron la sustitución de los esfuerzos individuales en una sola entidad. Por tanto, el origen del poder -- no se derivó de las leyes que existieron con posterioridad a él, sino que emanó de la misma sociedad, quedando la función de la -- gestión de los intereses públicos por obra de una convención de voluntades, las cuales se reflejan en la organización e institucionalización de la administración pública.

Así la institución del Estado proviene de la organización -- de personas que, estando sometidas a un mismo régimen legal, viven en un territorio con independencia de las otras organizaciones, para realizar sus fines. Ante este panorama sobre la teoría del Estado cabe resaltar que la existencia del Estado requiere -- de una soberanía para su propia conservación y crecimiento así como su desarrollo; bajo este fundamento puede exigir de los demás, que de ningún modo intervengan en su organización política.

(**) Para una mayor fundamentación referente a la teoría del Poder, ver: -- Kenneth John Galbraith.- Anatomía del Poder, Ed. Edivisión, Méx. págs. 40-53, donde el autor estudia bajo una visión objetiva el poder condicionado.

En estas condiciones, se entiende la idea de soberanía, la cual radica desde su origen en el pueblo organizado como sociedad civil y política y su ejercicio se concentra bajo la democracia representativa en la integración de los órganos instituidos por el voto de la mayoría de sus ciudadanos, necesitando la sociedad de un orden para la organización y bienestar de la población, así como una autoridad con atribuciones para regular las actividades de los particulares.

Al Estado lo define André Hauriou, como "una agrupación de individuos, dirigida por un gobierno central en nombre de una idea de fin, que es la realización de un cierto orden social y político, del que serán beneficiarios los súbditos del Estado".^{117/}

Al Estado lo conceptualiza la doctrina jurídica, como una asociación necesaria de hombres, dirigida por una organización política llamada gobierno. "teniendo como objetivo el de procurar bienestar a sus miembros".^{118/}

El Estado tiene siempre carácter político, pero no todo lo político tiene carácter estatal. Por Estado entendemos un conjunto de instituciones, procesos y normas básicamente establecidas por una constitución, a través de las cuales las acciones políticas se organizan y formalizan.

^{117/} Hauriou, André. Derecho Constitucional e Instituciones Políticas. Edit. Ariel, Barcelona, España, 1980, p. 161.

^{118/} Shepard, W.J. Enciclopedia de Ciencias Sociales, Monografía sobre Gobierno. Vol. VII, Editorial Edwin P.A. Seligman, USA, 1957, pp. 11-37.

El gobierno es una parte del Estado y, por tanto, una parte del sistema político. Está compuesto por las personas que dirigen y administran las instituciones, los procesos y las normas estatales. El Estado es una realidad jurídica abstracta; el gobierno es una realidad tangible. Un mismo Estado puede perdurar indefinidamente.

El Estado bajo la óptica administrativa es el conjunto de instituciones, procesos y normas jurídicas; es, por lo tanto, una estructura formal presente en los sistemas políticos modernos. El concepto en sí es relativamente reciente; el término *lo stato* fue usado por Maquiavelo para referirse precisamente a una estructura formal y especializada (separada de lo eclesiástico) de poder político.

En su mayoría casi todos los países a nivel mundial están de acuerdo en llamarle Estado a la organización política moderna, o más propiamente a la nación-estado. Como tal podría definirse en los siguientes términos:

Una organización social que ocupa un territorio definido -- que delimita su espacio geográfico y origina así las fronteras con otros países, que tiene un gobierno que sea independiente de cualquier poder extranjero (soberanía interna y externa) y que tiene la capacidad de asegurarse la obediencia de los habitantes de dicho territorio (respeto de la soberanía interna).

Más específicamente, un Estado debe reunir las siguientes características:

1. Poseer un territorio claro y definido, con fronteras claramente demarcadas (tierra, mar y aire).
2. Poseer una población definida y su propio lenguaje e idioma (que se distinga entre el nacional y el extranjero).
3. Contar con un gobierno que sea capaz de tomar decisiones -- que sean obligatorias y universales para toda la sociedad -- (soberanía interna).
4. Que sea independiente de cualquier poder extranjero (soberanía externa).

Por otra parte, es preciso señalar que hoy día se habla de una crisis del Estado. El elemento que más ha sufrido es el de la soberanía. En cuanto a su aspecto interno, el gobierno podría perder su monopolio de poder a manos de los grupos o de los partidos políticos.

El surgimiento del Estado moderno obedece a un intento del hombre de convertir la autoridad pública en una de carácter racional-legal. Esto quiere decir que toda la vida pública puede racionalizarse, ser sometida a unos esquemas de orden establecidos en un momento dado. Se crean, por tanto, una serie de normas, leyes, instituciones y procesos que regulan la vida so-

cial. Este sistema de normas y leyes que establecen y regulan al Estado se llama constitución. Podría definirse entonces como -un sistema de normas jurídicas, estrictas o no, que pretende regular los aspectos fundamentales de la vida política de un pueblo.

Aunque todas las constituciones intentan demarcar la realidad política dentro de unos cauces racionales y legales, esto no siempre se hace de una sólo vez. La constitución puede ser producto de un proceso histórico, como en el caso de Inglaterra [o en el nuestro, reflejado en movimientos sociales (Independencia y Revolución)], donde el proceso de racionalizar y legalizar la autoridad política ha sido de un carácter paulatino que comenzó hace más de setecientos años. Todas esas normas establecidas desde entonces forman un conjunto que hoy se llama -la constitución inglesa-. Por otro lado, ninguna constitución es estática; está siendo enmendada continuamente y constantemente reinterpretada.

El sistema constitucional y el sistema político normalmente no coinciden, de igual forma que no coinciden el Estado y el sistema político. Esto es así debido a que es mucha la actividad política.

El sistema de gobierno limitado sólo funciona, como se supone, si las personas reconocen que tienen esos derechos y conciben al gobierno como una autoridad limitada de poder. En aquellos lugares donde existe una cultura política autoritaria las constituciones quedan básicamente invalidadas.

Finalmente, las constituciones delimitan también las áreas de poder entre las diversas ramas de gobierno. Establecen los poderes y las relaciones que deben existir entre ellos. Estas relaciones reciben el nombre de sistema de frenos y contrapesos.

7.1 El Estado Mexicano.

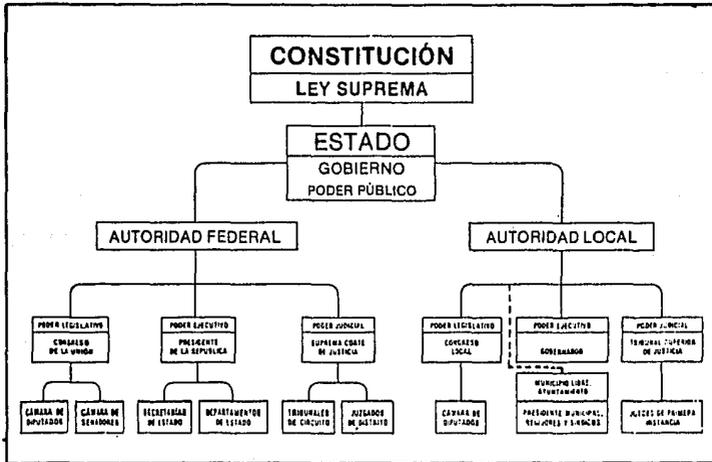
El Estado Mexicano se integra a su vida independiente en -- 1821 consolidándose el proceso final del movimiento independiente, de ahí que la estructura política del Estado Mexicano se legitima en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos^(*) dicho fundamento jurídico es la que constituye una República representativa democrática y federal, integradas por Entidades Federales (Estados) libres y soberanos en todo lo concerniente a su régimen interno. El municipio es una institución la cual es la célula básica para la vida política nacional por su estrecho y directo contacto con la población y es el fundamento básico de la división territorial, política y administrativa del Estado (ver cuadro siguiente).

(*) En México han regido tres constituciones federales, la de 1824, la de 1857 y la de 1917. Cada una de ellas respondió a los cambios experimentados en la sociedad y son producto de tres movimientos revolucionarios: la Independencia, la Reforma y Revolución Social de 1910.

CUADRO 45

ORGANIGRAMA POLÍTICO DE MÉXICO

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS	
TERRITORIO PAÍS	POBLACIÓN NACIÓN
31 ESTADOS (*) 1 DISTRITO FEDERAL ISLA DE GUADALUPE ARCHIPIÉLAGO DE REVILLAGIGEDO	MEXICANOS, UNIDAD DE IDIOMA / DIALECTOS PASADO HISTÓRICO COSTUMBRES LEGISLACIÓN INSTITUCIONES GOBIERNO EXTRANJEROS



(*) Estados o Entidades Federativas.

El Estado Mexicano adopta su forma de gobierno republicano, representativo y popular por mandato constitucional para que el régimen externo-interno de organización de la población territorial bajo el poder público que emana del pueblo por el cual éste ejerce su soberanía nacional y representa jurídicamente a la Nación constituida por los Poderes de la Unión de la República: el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial. Por su preponderancia en el ámbito político-administrativo mexicano haremos una mayor referencia al Poder Ejecutivo como el conjunto de dependencias y entidades, los cuales constituyen al Ejecutivo Federal. Dichas instituciones públicas tienen como propósito hacer cumplir la política del Presidente de la República bajo la voluntad del gobierno, el cual está legitimado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (Ver cuadro No. 46).

El origen de toda esta actividad, el centro de todas estas interferencias proviene, normalmente, de la administración pública. Ella es "la benefactora o represora del ciudadano". Saber qué es la administración pública, cuáles son sus funciones, hasta dónde puede llegar su actividad, cómo está organizada, son algunas de las preguntas que sumariamente trataremos de contestar en este apartado de la investigación.

PODER EJECUTIVO

CONSEJO DE SALUBRIDAD GENERAL

PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

PROCURADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA, CONSEJERO JURIDICO DEL GOBIERNO

ORGANIZACIÓN DE LOS TRABAJADORES AL SERVICIO DEL ESTADO

SECRETARÍAS DE ESTADO

<p>GOBERNACIÓN Publica y vigila el cumplimiento de las leyes constitucionales. Elecciones. Política Demográfica Acción Social Penales Expropiaciones.</p>	<p>COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL Economía Nacional. Política Arancelaria. Restricciones de exportación e importación. Fija precios a los artículos de primera necesidad. Medidas y normas de calidad y consumo. Estadísticas. Patentes y marcas.</p>	<p>SALUD Crea y administra los servicios de salud y asistencia pública. Aplica los fondos de la Lotería Nacional. Organiza y vigila las instituciones de beneficencia privadas. Dirige la política sanitaria.</p>
<p>RELACIONES EXTERIORES Relaciones internacionales. Consulados. Tratados. Límites y aguas. Comercio exterior. Extradiciones.</p>	<p>AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS Vigila y estimula la producción agropecuaria y forestal. Servicio meteorológico. Otorga permisos forestales y de caza. Cuida la conservación de los suelos agrícolas. Vigila el cumplimiento de la Ley Federal de Aguas. Controla los ríos y maneja el sistema hidrológico del Valle de México.</p>	<p>TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL Aplica la Ley del Trabajo y del Seguro Social. Vigila las Juntas Federales de Conciliación y Arbitraje y el cumplimiento de la participación de utilidades. Promueve la capacitación en el trabajo.</p>
<p>DEFENSA NACIONAL Salvaguarda las Instituciones y la Soberanía Nacional. Ejército, fuerza aérea, servicio militar y reservas. Movilización de guerra o emergencia.</p>	<p>COMUNICACIONES Y TRANSPORTES Organiza, vigila, administra y conserva las vías de comunicación. Administra los aeropuertos nacionales. Interviene en la organización de la marina mercante. Servicio postal.</p>	<p>PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTO Recaba y elabora los planes nacionales, sectoriales y regionales del desarrollo económico y social. Formula el programa del gasto público federal. Cuida la contabilidad de la Federación. Proyecta los egresos del Gobierno Federal.</p>
<p>MARINA Vigila aguas y costas territoriales. Organiza la armada y marina mercante. Construye y conserva obras portuarias y señales marítimas.</p>	<p>DESARROLLO URBANO Y ECOLOGIA Planea la distribución de la población y la ordenación del territorio nacional. Formula los programas de vivienda y urbanismo. Protege al ambiente.</p>	<p>TURISMO Programa la actividad turística nacional. Promueve el desarrollo turístico del país. Organiza espectáculos, congresos y audiciones de carácter oficial. Autoriza los reglamentos internos de los establecimientos de hospedaje. Registra a los prestadores de servicios turísticos.</p>
<p>HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO Vigila las disposiciones impositivas. Calcula, elabora presupuestos y contabiliza gastos e ingresos de la Federación. Deuda Pública. Política monetaria y crediticia. Vigila la emisión de moneda. Registros Federales de causantes. Impuesto al Valor Agregado. Servicios aduanales.</p>	<p>REFORMA AGRARIA Concede las dotaciones de tierra y agua a la población rural. Interviene en el parcelamiento ejidal. Presta apoyo económico a los campesinos. Promueve el desarrollo de la producción rural y ejidal.</p>	<p>PESCA Conduce la política pesquera del país. Conserva la flora y fauna marítimas, fluviales y lacustres. Fija las épocas y zonas de veda. Interviene en la formación de la flota pesquera. Promueve la industrialización de los productos marinos.</p>
<p>ENERGÍA, MINAS E INDUSTRIA PARAESTATAL Proyecta y mantiene al corriente el inventario de los recursos no renovables. Lleva el catastro petrolero y minero. Interviene en las salinas nacionales. Asesora a la Industria Privada en el establecimiento de nuevas industrias. Vigila intervenciones. Administra los bienes de la Nación.</p>	<p>EDUCACIÓN PÚBLICA Vigila y estimula el Sistema de Instrucción Nacional, Alfabetización y Acervo Cultural. Bibliotecas, museos, monumentos arqueológicos, instituciones científicas y técnicas. Política navalística. Registro de profesiones y Derechos de Autor.</p>	<p>CONTRALORIA GENERAL DE LA FEDERACIÓN Vigila la aplicación de los presupuestos. Supervisa la actuación de los servidores públicos y recibe e investiga las denuncias sobre la honradez de los mismos.</p>

DEPARTAMENTOS DE ESTADO

DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL

Prestación de servicios públicos locales.
 Consejo Consultivo
 Reglamentos administrativos.
 Registro Civil y de la Propiedad.
 Fc. pública.

7.2 Atribuciones del Ejecutivo en materia económica.

La Constitución de la República Mexicana es una mezcla de - garantías individuales y derechos sociales y, al fundamentar la estructura jurídica y la organización política del Estado, le -- otorga a éste importantes atribuciones respecto a la conducción_ del desarrollo y a su intervención en la economía.

El proyecto nacional establecido en la Carta Magna consagra un sistema mixto de propiedad pública, privada y social. Las -- atribuciones del sector público han quedado claramente marcadas_ con las reformas de 1982; la propiedad privada está ampliamente_ protegida. Desapareció la imprecisión que existía respecto al - área de intervención del Estado que la empresa privada siempre - había considerado como un peligro. En cambio, si bien le otorga_ rango constitucional al sector social al referirse a él en forma expresa, subsiste la ambigüedad por lo que toca a sus caracterís_ ticas.

El artículo 25 le da importantes atribuciones al Ejecutivo. En primer término fija la responsabilidad del Estado para diri-- gir, planear, conducir y orientar el desarrollo mediante el fo-- mento del crecimiento económico y del empleo, y de una más justa distribución del ingreso y la riqueza, en el marco jurídico de - libertades que marca la Constitución. Asimismo, menciona que al desarrollo económico nacional concurrirán, con responsabilidad - social, el sector público, el sector social y el sector privado, sin menoscabo de otras formas de actividad económica.

El artículo 26 faculta al Estado para organizar el sistema de planeación democrática. En el lenguaje Constitucional es frecuente alternar el uso de los conceptos de Nación y Estado; el primero está impregnado de elementos históricos, sociológicos, étnicos, poblacionales y de carácter subjetivo, y el segundo es de naturaleza jurídica.

Los tratadistas han acostumbrado dividir las funciones del Poder Ejecutivo en políticas y administrativas. Como órgano político se encarga de las relaciones con otros poderes, de la representación internacional, de las relaciones con las organizaciones políticas y del desarrollo del sistema político en general.

Como órgano administrativo se encarga de dar unidad a toda la burocracia, dependiendo de él -que es la cúspide de la pirámide- los funcionarios y empleados del gobierno federal.

En los tiempos actuales se señala que hay dos géneros de funciones muy importantes que realiza el Ejecutivo: económicas y sociales. En manos del Presidente está, en gran parte, la regulación de la economía a través del gasto y la inversión pública, la política fiscal, el encaje bancario, la determinación del medio circulante, los estímulos o restricciones a las importaciones y exportaciones, y los créditos. Asimismo, tiene funciones sociales de especial trascendencia para los habitantes del país, como son las de educación, de seguridad social, del agro y laboral.

De esta forma se puede decir que las funciones del Poder -- Ejecutivo son de carácter político, administrativo, económico y social.

El artículo 27, en forma explícita, otorga una serie de -- atribuciones económicas a la Nación, al Estado, al gobierno federal, al Congreso de la Unión, a los congresos locales y a los -- órganos procesales del reparto agrario.

De esta manera, el Estado interviene en la economía del --- país principal y fundamentalmente a través de los instrumentos -- que posee el Poder Ejecutivo, como son: la política monetaria, -- fiscal, de precios, de inversión y obras públicas, importaciones y comercio exterior, petróleo, petroquímica y gas, energía eléctrica, aguas, forestal, industrial, turística y sector paraestatal.

7.3 Intervención del Estado en el sistema de distribución.

a) En los mercados mayoristas.

El Estado, gracias a CONASUPO, es el mayorista número uno -- de granos básicos en la ciudad. Esta empresa paraestatal importa y realiza compras masivas de granos básicos directamente de los productores a precios de garantía, fijados con la doble finali-- dad de abastecerse de un tonelaje suficiente para surtir a la -- ciudad y regular el mercado urbano, además, mediante los precios de garantía asegura a los productores rurales un ingreso y una --

rentabilidad mínimas. El precio de garantía determina el precio medio rural y estabiliza el mercado. Cuando es alto, estimula la producción y capitaliza a los campesinos, cuando es bajo, desestimula la producción y sirve para canalizar recursos del campo a la ciudad.

El gobierno, además de comprador, es productor de algunos alimentos básicos procesados, lo cual refuerza su papel de mayorista. Con la finalidad de abaratar los precios de las subsistencias, compró o construyó un conjunto de industrias alimentarias. El control oligopólico de algunas grandes empresas privadas, los problemas asociados con el liderazgo de precios y las dificultades que tenían las tiendas estatales para abastecerse, determinaron la decisión gubernamental de convertirse en fabricante.

Así, a través de Industrias CONASUPO (ICONSA), manufactura aceites comestibles, harina de maíz y trigo, pastas para sopas, galletas y otros productos alimenticios.

Agregamos también el caso de Azúcar, S.A., que comercializa el azúcar elaborada por la red nacional de ingenios estatales. - Azúcar, S.A. suministra a otros mayoristas y a las industrias refresqueras, dulcera y panificadora de la capital, el 100 por ciento del azúcar que requieren.

Tal vez el logro más importante sea la reordenación del mercado mayorista de frutas y legumbres al hacer más transparente -

el servicio comercial; sin embargo, no ha modificado en nada sustancial el proceso comercial mayorista, el cual sigue bajo el -- dominio absoluto de agentes privados, quienes fijan los precios_ a su entera libertad desde posiciones claramente oligopólicas.

Esto último significa que es un error pensar que basta con construir infraestructura para modernizar el comercio sin intentar al mismo tiempo una transformación de las relaciones mercantiles. Por esta razón, el Sistema Nacional para el Abasto, que - en la práctica se ha reducido a un programa de construcción de - centrales de abasto y a organizar un sistema nacional de informa ción de mercado pero sin atacar de otra manera el problema comer cial, ha tenido resultados tan pobres. Si bien es cierto que se hicieron ya algunas centrales de abasto y centros de acopio, esto no ha tenido casi incidencia en el mecanismo comercial real.- Algunas de esas centrales operan en una porción pequeña de su ca pacidad y muy pocos usan los servicios del Sistema Nacional de - Información.

En el mercado mayorista de abarrotes la injerencia gubernamental se ha reducido a la fijación de precios oficiales para -- los principales productos básicos y la inspección destinada a -- evitar prácticas de acaparamiento. Otras acciones han sido una - mayor actividad de IMPECSA, que se convirtió en una gran mayoris ta.

También en esta esfera la política oficial ha consistido en dejar a los mayoristas en entera libertad. En cambio, la regula

ción oficial del mercado mayorista de carnes es más estricta. La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial fija precios oficiales a la carne, tanto al menudeo como al mayoreo.

Puede concluirse que el impacto más relevante de la intervención estatal en los mercados al por mayor ha sido garantizar el abasto metropolitano de granos y otros productos básicos no perecederos. Ha contribuido a mejorar algunos aspectos de la práctica comercial y a combatir la especulación; sin embargo, no ha modificado el funcionamiento básico de los mercados mayoristas y sus vínculos con los comercios minoritarios. Esta constituye una de sus mayores limitaciones.

b) En los mercados minoristas.

El control de precios ha sido uno de los instrumentos gubernamentales fundamentales para regular el sistema alimentario. Evitar la especulación de subsistencias y el encarecimiento de la canasta básica alimentaria ha sido, a decir del gobierno, la principal finalidad del control de precios.

La política de control de precios opera de la forma siguiente: la SECOFI selecciona los alimentos que tendrán precios máximos al consumidor. Normalmente han sido incluidos todos los alimentos de la canasta básica (tortilla, pan, azúcar, leche, café, carne de res, huevos, pasta para sopa, refrescos y otros más) y algunos insumos importantes para la industria alimenticia.

Después se fijan los precios oficiales y se revisan periódicamente para no abatir la rentabilidad y desestimular la producción; sin embargo, este objetivo no se logra siempre, ya que los precios mínimos desalientan la producción de bienes básicos y el desabasto de alimentos puede obligar a la postre a la importación y al subsidio para conciliar precios bajos y rentabilidad suficiente.

El control de precios no obstante, atenúa movimientos especulativos y, si está bien aplicado, sus efectos negativos sobre el abasto pueden atemperarse.

La experiencia muestra que en una economía con tendencias inflacionarias, los controles oficiales son impotentes para aminorar los movimientos especulativos de corto plazo.

Habría que reconocer la gran presión de los sindicatos para mantener y aumentar los controles de precios y la dificultad de tomar medidas que defiendan el poder adquisitivo popular a través de reformas más estructurales. Para ilustrar este punto cabe recordar que, como parte de los compromisos que implica la entrada al GATT y los acuerdos con el FMI, el gobierno comenzó a liberar precios de algunos productos básicos y tuvo que dar marcha atrás en algunos de ellos, porque ante la erosión del salario real debida a la inflación no pudo encontrar alternativas diferentes.

Otros han señalado la incongruencia de fijar precios oficia

les sólo en la comercialización al menudeo y no en etapas anteriores. Esto significa que los mayoristas, agentes comerciales con mucho poder económico, venden a precios y con márgenes fijados por ellos sin ninguna restricción y los detallistas tradicionales, que no tienen ningún poder ni solvencia económica, compran caro en los mercados mayoristas y tienen que vender mal a precios oficiales. Por esta razón, las tiendas tradicionales no pueden muchas veces respetar los precios oficiales. Los establecimientos de este tipo ganan muy poco vendiendo alimentos básicos y les es más lucrativo convertirse en escaparates de las grandes empresas refresqueras, cervecera y productoras de alimentos chatarra. El control de precios de los alimentos básicos es particularmente desestimulante para los comercios que se especializan en venderlos.

En lo que concierne a la regulación de las relaciones mercantiles menudistas, la acción oficial se da particularmente en los mercados públicos, los mercados móviles y a través de las tiendas estatales. Respecto a los primeros, la SECOFI vigila precios, pesas y medidas.

La idea de que las tiendas estatales no cumplen con su función de regular los precios en el mercado de la ciudad se refuerza si se tiene en cuenta que, debido a una deficiente administración, las tiendas oficiales están mal surtidas, por tanto su capacidad competitiva decrece. Estos problemas de gestión no obedecen sólo a la naturaleza intrínseca de la tienda estatal, sino también a una reglamentación burocrática que obstaculiza su buen

funcionamiento.

Es necesario, a fin de fundamentar más nuestro objeto de -- estudio, incluir el marco legal de las interacciones del comer-- cio; lo que integra el siguiente apartado son enunciados jurídicos y su orden en el cual se presentan es por jerarquía normativa. También incluimos los artículos constitucionales de mayor -- referencia con nuestro estudio.

7.4 El marco legal de la actividad comercial.

Al vivir en nuestro país en un régimen de derecho, se hace indispensable conocer el aspecto jurídico que norma las actividades comerciales del país, para contribuir al logro de los objetivos planteados por el Estado.

En este sentido la legislación comercial es muy extensa, -- por ser en esta actividad en donde se realiza el proceso de co-- mercialización; por lo que su buen funcionamiento depende del -- conocimiento y aplicación de un conjunto de Leyes, Decretos y -- Acuerdos cuya ejecución y supervisión deben cumplirse por medio de los organismos facultados para ello. Como el objetivo de la - investigación no es el examen exhaustivo del aspecto legal, únicamente se enunciarán las principales disposiciones legales y se proporcionarán algunos datos adicionales para su mejor compren-- sión.

LEYES

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Constitución Política del Estado de Jalisco.
- Código de Comercio.
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.
- Ley de Sociedades de Productores para la distribución y venta de sus productos.
- Ley de Cámaras de Comercio y de la Industria.
- Ley sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica.
- Ley que crea el Instituto Mexicano de Comercio Exterior.
- Ley sobre Adquisiciones, Arrendamientos y Almacenes de la -- Administración Pública Federal.
- Ley General de Sociedades Cooperativas.
- Ley General de Normas, Pesas y Medidas.
- Ley que crea la tarifa del Impuesto General de Exportación.
- Ley del Impuesto General de Importación.
- Ley Federal de Protección al Consumidor.
- Ley Federal de Turismo.
- Ley Aduanera.

DECRETOS

- Decreto por el que se crea el Organismo Público Descentralizado Compañía Nacional de Subsistencias Populares, que sustitui

rá en sus funciones la Sociedad Mercantil del Estado llamada Compañía Nacional de Subsistencias Populares, S.A.

- Decreto mediante el cual el Ejecutivo Federal otorgará los -- estímulos que establece este decreto a las Empresas que lle-- ven a cabo nuevas instalaciones industriales.
- Decreto que establece el Sistema Nacional para el Abasto.

ACUERDOS

- Acuerdo que fija las bases para el funcionamiento de los mer-- cados sobre ruedas.
- Acuerdo que fija los lineamientos para la integración y fun-- cionamiento de los comités de compras y las Comisiones Consul-- tivas Mixtas de Abastecimiento de la Administración Pública - Federal.
- Acuerdo por el que se aprueba el programa denominado Servi--- cios Integrados de Abasto.

En el orden federal, el marco legal se orienta a facultar - al Estado -a través del Ejecutivo Federal- a regular la activi-- dad económica, entre ellas el comercio, en el marco de una econo-- mía mixta. En tal sentido el artículo 5º Constitucional, "consti-- tuye el sustento jurídico de la actividad comercial en todas sus fases, desde la producción hasta el consumo y en la que partici--

pan los sectores público, social y privado".^{119/} Ya que en este ordenamiento se garantiza la libertad de actividad económica para todas las personas.

En el artículo 25 se señala que corresponde al Estado la rectoría del desarrollo del país mediante la planeación, conducción, coordinación y orientación de la actividad económica nacional, en la cual concurrirán el sector público, el sector social y el sector privado.

En el artículo 26 de la Constitución se impone al Estado la obligación de organizar un sistema de planeación democrática del desarrollo nacional que imprima solidez, dinamismo, permanencia y equidad al crecimiento económico. Habrá un Plan Nacional de Desarrollo al que se sujetarán obligatoriamente los programas de la Administración Pública Federal, y para ello el Ejecutivo establecerá los procedimientos de participación y consulta popular que sean indispensables.

En el actual Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994 y en el caso concreto de alimentación y abasto, se hace referencia a las medidas que se tomarán en torno a los aspectos de producción agrícola, transporte, canales de distribución y abasto, comercio moderno y tradicional y competitividad y eficiencia de los mercados.

^{119/} Castaño Asmitia, Daniel. La Legislación Comercial en México. 3er. Congreso Regional de Economistas. Guadalajara, 1987, p. 1.

En el artículo 28 se establecen las áreas de prioridad que corresponden al sector público pero sin llegar a constituir un monopolio; esto sucederá en campos de la actividad económica, -- considerados estratégicos, manteniendo siempre la propiedad y -- control por parte del gobierno federal sobre los organismos que, en su caso y para estos fines, se establezcan como parte de la -- administración pública federal.

El artículo 89 determina las facultades del Ejecutivo para promulgar y ejecutar leyes que expide el Congreso de la Unión.

El artículo 131 faculta al Ejecutivo para realizar acciones de regulación económica tendientes a ordenar el comercio exte---rior, la economía del país y la estabilidad de la producción nacional.

Para el cumplimiento de las disposiciones legales anteriores que se le otorgan al Poder Ejecutivo Federal, éste organiza la Administración Pública Federal con base en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal. Dentro de las dependencias federales encargadas del fomento y regulación del comercio, sobresale la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) cuyas atribuciones le son otorgadas por el artículo 34 de dicha -- ley. Estas acciones son complementadas por el sistema CONASUPO.

Por la relevancia dentro del proceso comercial, se conside-

ra conveniente agregar mayor información acerca de la SECOFI.

En los años cuarenta y parte de los cincuenta, la regulación federal se realizaba a través de la Secretaría de Economía, la cual entre otras atribuciones vigilaba el comportamiento de precios; en la misma década de los cincuenta se crea la Secretaría de Comercio, la cual desde 1983 se constituyó en la actual SECOFI.

Los programas más importantes elaborados y desarrollados -- por esta secretaría, según su objetivo, son los siguientes:

- a) Regulación, inspección y vigilancia. Dentro de las acciones y programas de la secretaría, los de regulación, inspección y vigilancia han sido de los prioritarios; siempre han existido y tenido carácter permanente y están orientados a la protección del consumidor y a la modernización comercial.

Los organismos clave en los que se apoya para el funcionamiento de sus programas son la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), la cual tiene como función principal la de representar el interés de los consumidores, no sólo en el papel de árbitro o amigable componedor en los conflictos del orden privado que se susciten, sino también representar a la población consumidora ante todo tipo de autoridades, elaborando propuestas y dictámenes que mejoren los sistemas de protección del interés del consumidor, aún tratándose de autoridades del orden jurisdiccional. Puede realizar estu--

dios y proponer a la SECOFI proyectos de disposiciones jurídicas o reformas a las vigentes, a fin de evitar prácticas industriales, comerciales o de prestación de servicios que afecten a los consumidores y en su caso denunciar ante el Ministerio Público hechos que puedan ser constitutivos de delito.

El segundo de los instrumentos es el Instituto Nacional del Consumidor (INCO), que tiene como finalidad propiciar el mejoramiento de los sistemas y mecanismos que faciliten al consumidor el ejercicio de sus derechos como consumidor, orientándolo para racionalizar su capacidad de compra, dándole a conocer prácticas publicitarias y comerciales lesivas a sus intereses.^{120/}

Conforme a la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Secretaría aplica las disposiciones reglamentarias que se refieren a la calidad, garantías e instructivos de seguridad, uso y manejo de toda clase de aparatos y productos.

La verificación e inspección de pesas y medidas aplicada a los comerciantes, son acciones derivadas del programa de verificación e inspección metrológica encaminado, como los anteriores, a garantizar los derechos del consumidor y a proteger su poder adquisitivo.

^{120/} Acosta Sánchez, Octavio. Sistema Legal Mexicano de Protección al Consumidor. Foro Distribución y Consumo. Guadalajara, 1987, p. 57.

- b) Normas de comercialización. Al igual que los programas del punto anterior, se han promovido otros programas orientados a iniciar progresivamente la introducción de normas de comercialización para cada producto agropecuario básico, sometiendo los proyectos a los diversos sectores involucrados en el proceso de producción, distribución y consumo con el fin de proteger básicamente al productor y al consumidor.
- c) Regulación y abasto. Acciones de este tipo para proteger los intereses del consumidor y del productor de básicos también son de mucha tradición en la política comercial del país; en el sexenio antepasado se creó el Programa Nacional de Productos Básicos destinado a identificar una canasta básica asociada al Sistema Alimentario Mexicano (SAM), para garantizar un mínimo de bienestar a la mayoría de la población.
- d) Organización, fomento y orientación a pequeños y medianos comerciantes. Dentro de los lineamientos de la política de comercio interior, y como parte de las atribuciones al pequeño comercio, ha existido el propósito de "modernizar el pequeño comercio a través del fomento de la organización y consolidación de sus compras a efecto de lograr una distribución de productos de consumo básico a precios bajos"^{121/}

^{121/} Gobierno del Estado de Jalisco, loc. cit., p. 100.

Sus acciones están encaminadas al abastecimiento de zonas - marginadas carentes de servicios comerciales.

- e) Organización y orientación á los consumidores. Para apoyar la economía de la clase trabajadora se ha impulsado la creación, organización y desarrollo de cooperativas de consumo.
- f) Sistema de comercialización de la SECOFI. Desde hace algunos sexenios el gobierno federal, a través de la secretaría, ha tratado de apoyar tanto al productor del campo como a los consumidores de escasos recursos de las grandes, medianas y pequeñas ciudades, fomentando la comercialización directa a través de su sistema de comercialización de "mercados sobre ruedas", cuyo funcionamiento quedó regulado desde el año de 1978.

Los programas y acciones del gobierno para la protección -- del consumidor son complementados, por la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y por el Instituto Nacional - del Consumidor (INCO).

Para coordinar los esfuerzos sectoriales de las diferentes dependencias federales, estatales y municipales, se crearon los denominados COPRODES^(*), transformados en COPLADES^(**). Existen en todas las entidades federativas y dependen del Ejecutivo de cada estado; han sido decisivos para conjugar los esfuerzos de -

(*) Comités Promotores de Desarrollo de los Estados.

(**) Comités para la Planeación del Desarrollo de los Estados.

todos los niveles de gobierno, y en el reforzamiento del federalismo.

La legislación comercial federal ha sido y es actualmente complementada con el marco jurídico del Ejecutivo estatal y el municipal. En ambos niveles sus disposiciones tienen como marco de referencia el ámbito federal, de donde emanan las disposiciones que sirven de lineamientos a los gobiernos del estado y municipios, ajustando y haciendo compatibles en ambos casos su marco legal.

A modo de complemento de lo anterior, existe el conjunto de disposiciones propiamente conocidas como la Legislación Mercantil, "que desde finales del siglo pasado se han promulgado para regular la actividad de los comerciantes privados"^{122/}. Se puede considerar como su antecedente más remoto el Código de Comercio de 1889, que nació como un conjunto de disposiciones que comprendía todas las materias relacionadas con la actividad comercial, y que eran realizadas por personas físicas o morales.

Este Código, durante más de cuarenta años no sufrió modificaciones importantes, pero en 1932 se derogaron algunos capítulos completos al expedirse leyes específicas para actividades que entonces cobraban mayor importancia. De 1964 a la fecha no han habido modificaciones al Código de Comercio, razón por la cual aún quedan en vigor 585 artículos de 1,500 que tenía al publicarse.

^{122/} Castaño, op. cit., p. 3.

Las actividades comerciales dentro del Estado de Jalisco, - ajustándose a los lineamientos que señalan las disposiciones del Gobierno Federal, están reglamentadas por el Decreto 4720 del -- Ejecutivo Estatal, Ley de Hacienda Municipal del Estado de Jalisco, del 3 de diciembre de 1940.^{123/}

El Reglamento de Mercados establece zonas vedadas, permisibles y libres para el comercio semifijo y ambulante. En este ordenamiento se señala también que el 10% de las recaudaciones diarias o mensuales que efectúen los municipios por el concepto a - que se refiere ese capítulo, se destinarán a obras de construcción de mercados. Las tesorerías, por su parte, deberán publicar permanentemente las tarifas por el cobro del piso.

En lo que se refiere a los ordenamientos dirigidos al comercio en Guadalajara, emitidos por el gobierno municipal, han sido muy diversos; hasta 1983 estaban dispersos y abarcaban todos los diferentes tipos de comercio que se realizaban en la ciudad, como son el gran comercio, el comercio fijo y ambulante o semifijo, las tiendas de autoservicio, los mercados y los tianguis, el comercio público y el social. El tratamiento a cada ramo es diferente y no siempre está reglamentado al mismo nivel de profundidad y control.

El gobierno del estado regula también la actividad comercial para el municipio de Guadalajara a través de la aplicación

^{123/} Torres Montes de Oca, Abelino. Sistema de Distribución de Productos Perecederos en la Zona Metropolitana de Guadalajara y su influencia en el país. Gobierno del Estado de Jalisco. Guadalajara, 1982, p. 9.

del decreto 8121 del Ejecutivo estatal, referente al "Reglamento de Policía y Buen Gobierno para el Municipio de Guadalajara".

A partir de 1983 el moderno ordenamiento comercial de Guadalajara pretende normar el ejercicio de todo tipo de comercio bajo un sólo documento.

El nombre de esta norma es "Reglamento para el ejercicio del comercio, funcionamiento de giros de prestación de servicios y exhibición de espectáculos públicos en el municipio de Guadalajara".^{124/}

Las disposiciones anteriores que hasta hoy rigen la actividad comercial de Guadalajara, desde siempre han dado primacía a los artículos básicos. "Sin embargo, ni en los ordenamientos estatales ni en los municipales se consideran los aspectos de regulación y control de abasto; pero esto no significa que exista un vacío total en ese campo, ya que en el marco legal federal, con aplicación a todas las entidades existe tal consideración. Las dependencias federales tienen representación en el estado y cumplen sus programas atendiendo a lineamientos del centro juntándolos con los surgidos en el Estado y con necesidades estatales; - su cumplimiento y reforzamiento, así como la coordinación, son - preocupación y tarea del Ejecutivo del Estado".^{125/}

^{124/} Torres, en sistema de Distribución... op. cit., p. 10.

^{125/} Torres, en Jalisco desde la... op. cit., p. 159.

Se exceptúan de la limitación legislativa estatal señalada anteriormente los esfuerzos que para la regulación de la comercialización del huevo, la carne y los productos pecuarios se han realizado después de 1981 en el régimen del doctor Enrique Alvarez del Castillo; artículos considerados como básicos en el consumo, pero con una gran problemática en su abasto y en su comercialización.

En los municipios de Zapopan y Tlaquepaque existe una estructura legislativa muy similar ya que en el orden estatal tienen disposiciones comunes, al igual que Guadalajara; en la reglamentación municipal quizá esta ciudad recientemente haya destacado sobre los otros dos; "en general en las formas de comercialización enfrentan problemas similares aunque en escala diferente, como en los mercados, tianguis, comercio ambulante, tiendas de autoservicio y perecederos". 126/

Sobre este particular, consideramos conveniente anexar los resultados de la encuesta aplicada en la ZMG.

"Aspectos de la comercialización en los ayuntamientos de la zona metropolitana de Guadalajara, según encuesta aplicada en -- Agosto de 1989".

- En la estructura del Ayuntamiento de Zapopan existe un organismo encargado de vigilar el proceso de comercialización de

productos perecederos y comestibles. Su nombre es Oficialía - Mayor de Padrón y Licencias y sus principales funciones están orientadas a espectáculos y reglamentos.

En Tonalá existe un Departamento de Reglamentos, así como inspectores de Inspección Sanitaria que se encargan de la observancia del proceso de comercialización y la vigilancia de los establecimientos en donde se expenden productos perecederos y abarrotes comestibles; en este caso ponen especial atención - en el buen manejo sanitario de los productos y verifican principalmente que sus boletas de pagos fiscales municipales estén actualizadas.

En Guadalajara y en Tlaquepaque no existe un órgano como el - señalado.

- En Tlaquepaque los principales problemas a los que se enfrentan durante el proceso de comercialización son los derivados de la transportación y abasto de productos perecederos, así como el intermediarismo.

En los otros municipios no mencionaron la problemática derivada del proceso de comercialización.

- No existe ningún convenio de apoyo entre los municipios que integran la zona metropolitana para resolver los problemas -- generados por el proceso de comercialización; aunque invaria-

- blemente se encuentran en contacto permanente para aclaraciones o resoluciones de cualquier problema originado por dicho proceso.
- Acerca del intermediarismo opinan que es totalmente nocivo ya que daña al pequeño comercio y al consumidor en general al -- elevar el costo de los productos.
 - Los ayuntamientos no han promovido programas orientados a mejorar el sistema de comercialización para beneficio de los -- usuarios; con excepción de Tonalá, que emite circulares solicitando a los comercios de que cuiden el correcto funciona--- miento de su giro comercial, haciendo énfasis en aspectos como mantener las instalaciones sanitarias en condiciones de -- uso, limpieza en el local, etc.
 - En los ayuntamientos de Zapopan y Guadalajara reciben orienta ción y apoyo para la realización de programas de mejoramiento del proceso comercial por parte del Partido Revolucionario -- Institucional; sin embargo, no reciben ayuda de este tipo por parte del gobierno federal o estatal.
 - En los ayuntamientos no existen ni se han elaborado estudios_ o publicaciones sobre el proceso de comercialización que puedan servir de orientación a los integrantes o participantes - del mismo.
 - Las licencias para expendio de alimentos se autorizan basándo

se en la reglamentación vigente emitida por el sector salud, - la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Tesorería del Estado y la propia del Municipio (Inspección y Reglamentos). - Las solicitudes de licencias deben llenar los requisitos marcados en la reglamentación citada, tales como presentar el -- visto bueno de Salubridad, el croquis del lugar, el consentimiento de los vecinos, etc.

Asimismo, se toma en cuenta la posible invasión de vialidad - por parte de la administración de mercados, quien se encarga_ de vigilar que los posibles comerciantes no se salgan de los límites señalados en el croquis.

Del mismo modo, se verifica que el expendio de alimentos no - se haga en zonas insalubres a través del Departamento de Inspección y Reglamentos, en coordinación con Salubridad.

- No existe acuerdo entre las Secretarías de Salud, la de Comercio y Fomento Industrial y el Ayuntamiento para el otorgamiento de licencias.
- En los aspectos normativos se utilizan los mismos criterios - para el otorgamiento de licencias cuando se trata de fechas - especiales, dependiendo de la ubicación del evento y que llene los requisitos del reglamento, ya que son permisos provisionales que pueden durar de uno a treinta días.

De esta manera se observa que en los tres niveles de gobierno no existen diversas dependencias que dentro del marco legal respectivo tienen atribuciones para organizar, programar y utilizar diversos instrumentos en su funcionamiento, a fin de intervenir en la regulación, fomento y participación directa en el comercio.

Una vez presentado el marco teórico-conceptual, el análisis de cada uno de los sistemas que conforman el Sistema de Abasto Alimentario en la ZMG, así como el marco jurídico en donde se dan las relaciones comerciales en esta ciudad, procederemos a exponer la propuesta de un modelo de sistema en la que interviene la administración pública como ordenador de su rumbo y objetivos.

CAPITULO VIII

MODELO DE ABASTO ALIMENTARIO PROPUESTO PARA LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA, DESDE EL ENFOQUE DE SISTEMAS, Y BAJO EL AMBITO DE ACCION DE LA ADMINISTRACION PUBLICA

El enfoque de sistemas es un método de investigación que - destaca el sistema total en vez de sistemas componentes; se esfuerza por optimizar la efectividad del sistema total en lugar de mejorar la eficiencia particular de los sistemas que lo integran; calcula su mejoría y busca las causas del mal funcionamiento dentro de sus propios límites.

El enfoque de sistemas es una metodología de diseño que -- permite definir el entorno de un gran sistema que incluye sistemas propios relacionados mediante aspectos y objetivos comunes. El diseño óptimo implica planeación, evaluación e implantación de nuevas opciones que ofrezcan salidas innovadoras y creativas para el sistema total.

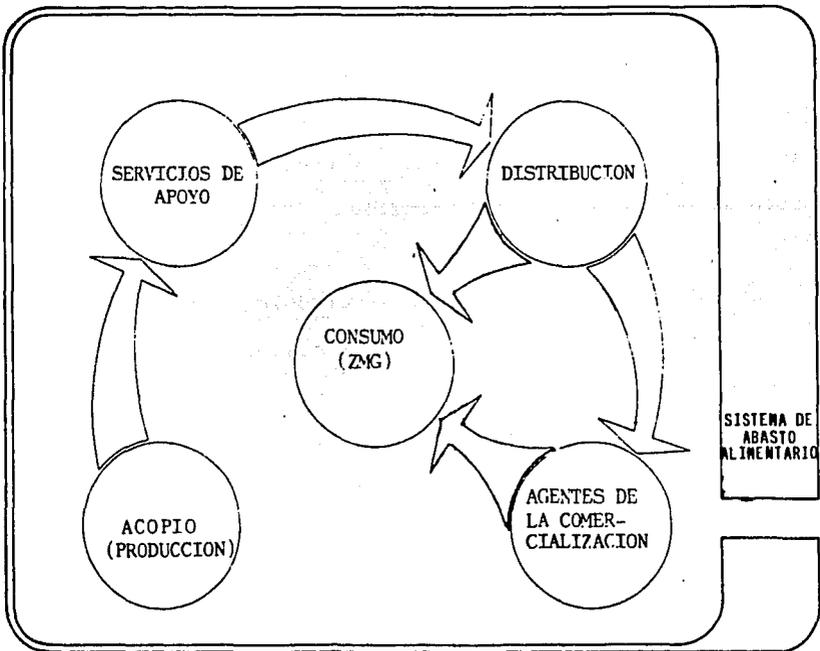
8.1 Resultados del diagnóstico integral del sistema de abasto - alimentario de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

Con base en este enfoque de sistemas y su ejercicio metodológico fue elaborado un diagnóstico del sistema existente en la

ZMG, y, según los resultados de nuestro análisis, dicho sistema funciona del siguiente modo: (ver cuadro 47).

CUADRO 47

FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE ABASTO ALIMENTARIO
PARA GUADALAJARA Y SU ZONA METROPOLITANA



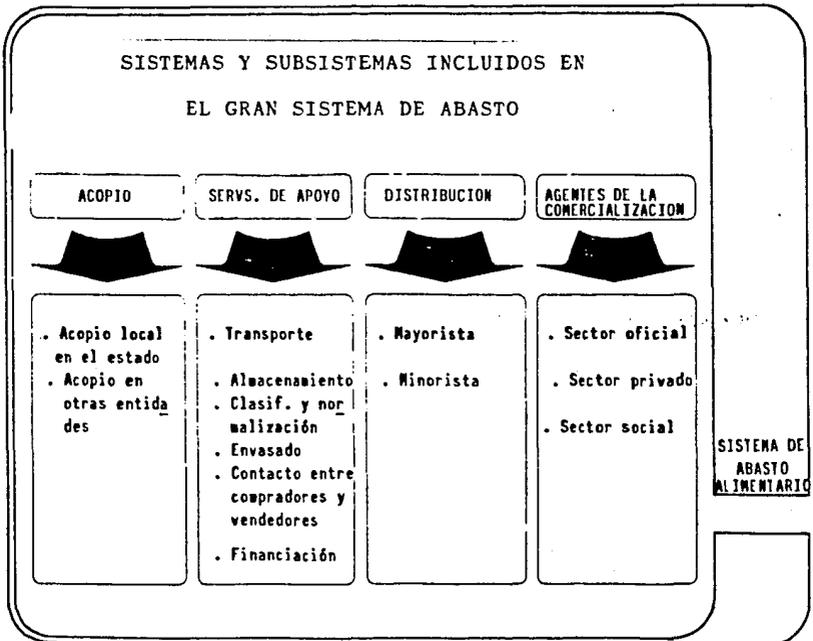
En este cuadro se muestran en forma muy esquemática las relaciones existentes entre los diversos sistemas que conforman el gran sistema de abasto alimentario; asimismo, se incluye la fase de producción de productos perecederos que es donde tiene-

su origen el sistema de acopio y, a la vez, todo el gran sistema indicado.

En el siguiente cuadro se muestra con mayor claridad la -- composición del gran sistema mencionado, los sistemas que lo -- componen, así como los subsistemas que forman parte de cada uno de los sistemas básicos que hacen posible la provisión de víveres a los habitantes de la ZMG.

CUADRO 48

COMPOSICION DEL SISTEMA DE ABASTO ALIMENTARIO
DE GUADALAJARA Y SU ZONA METROPOLITANA



Cada uno de estos sistemas posee características propias - que definen sus funciones y objetivos dentro del contexto de la provisión de nutrimentos básicos a la población. Estas singularidades se pueden resumir de la siguiente manera:

El Sistema de Acopio funciona con base en canales tradicio nales de acopiación o reunión de productos perecederos en donde la comercialización inicial de éstos se efectúa por medio de la venta anticipada de las cosechas, venta ejidal a comisionistas, ventas a pie de camino o en básculas.

En este proceso intervienen, aparte de los acopiadores rurales, los mayoristas y los grandes empresarios agrícolas que - con base en sus negociaciones directas y amplios recursos de in fraestructura y financieros obtienen mejores precios para los - productos que desean adquirir.

El acopio local en el estado de Jalisco se orienta y se -- sustenta principalmente en las acciones dirigidas a reunir y al macenar granos básicos como el maíz, sorgo, trigo; así como caña de azúcar, frijol, melón, sandía, cebolla, etc. Asimismo, ob tiene provecho de la producción pecuaria y, en menor medida, de la pesquera.

En el acopio que se realiza en otras entidades federativas, sobresalen los estados de Zacatecas, Guanajuato, San Luis Potosí, Colima, Michoacán y Veracruz, de donde provienen el chile,-

la cebolla, el tomate rojo, la papa y la naranja.

También por su ubicación geográfica, el estado de Jalisco se ha convertido en un centro natural de acopio de la producción de varios estados de la república y efectúa una redistribución de los productos perecederos para los estados que requieran esos bienes alimentarios para atender las necesidades de su consumo interno.

Es importante destacar la presencia del intermediarismo -- que aparece en este sistema y que propicia el encarecimiento de los productos agropecuarios, lo cual se traduce en bajos ingresos para el productor y en altos precios para el consumidor.

El Sistema de Servicios de Apoyo a la Comercialización de Productos Perecederos permite la concentración de la producción en lugares convenientes, su adaptación a una forma adecuada para el consumo y su distribución a los consumidores. En esta actividad participan los subsistemas de transporte, almacenamiento, clasificación y normalización, envasado, contacto entre compradores y vendedores, y financiación.

El transporte es uno de los servicios comerciales más importantes ya que su influencia se deja sentir en todo el sistema de abasto: desde el acopio de la producción hasta el consumo final; además, su trascendencia radica en el hecho de que su intervención en el proceso señalado explica una parte considera--

ble del costo total de la comercialización.

Es conveniente resaltar el alcance que tiene la infraestructura ferroviaria ya que su influencia se deja sentir en todo el estado de Jalisco, ya que al enlazar la producción con el consumo le da impulso a su actividad económica y le permite a Guadalajara ser un importante centro de distribución y redistribución - de bienes perecederos tanto para la ZMG como para otros estados de la república.

El almacenamiento es indispensable porque permite la conservación de los productos agropecuarios -a causa de su alta perecibilidad-para atender su demanda sin temor a que se deterioren.

La clasificación o separación de los productos en lotes homogéneos con base en características como el tamaño, la forma el sabor, la madurez, etc., permite al comprador adquirir lo que de sea y decidir lo que está dispuesto a pagar por ellos. La normalización procura establecer especificaciones uniformes de calidad que sean válidas en diferentes lugares y tiempos, tanto para vendedores como para compradores.

El envasado o empaquetado de los bienes perecederos sirve para la manipulación conveniente de los artículos, impide el deterioro, asegura la limpieza, facilita la colocación de etiquetas y fomenta las ventas.

El contacto entre compradores y vendedores hace accesible el intercambio y la negociación de los productos y posibilita una serie ininterrumpida de transacciones bajo el común denominador de la oferta y la demanda.

La financiación propicia el paso de mercancías y productos a través de todo el sistema de abasto alimentario; tanto el agricultor como el comerciante necesitan recursos financieros para cumplir con la parte que les corresponde dentro del proceso -- así como para tener acceso a los medios de transporte, almacenamiento, locales de exposición, etc.

En el cuerpo del escrito correspondiente al capítulo IV se muestran los alcances y limitaciones de cada uno de los subsistemas que conforman este sistema de servicios de apoyo, tanto a nivel estatal como el referente a la Zona Metropolitana de Guadalajara.

En el Sistema de Distribución de Productos Perecederos resalta la figura del gran mayorista como eje central del sistema de abastecimiento urbano por los grandes volúmenes de bienes -- que opera, por las conexiones comerciales y por el conocimiento del medio en que se desenvuelve; y son los mercados mayoristas o centrales de abasto el ámbito natural en donde desarrollan sus funciones.

Guadalajara posee un Mercado de Abastos que se ha consti--

tuido en un gran centro nacional de recepción y distribución de productos perecederos, sin competencia, en el centro-oeste de la república y la costa del Pacífico. La función de comercialización mayorista de productos perecederos en el Mercado de Abasto tiene casi carácter monopolístico en la ZMG y en el estado.

Por su parte, la distribución al menudeo se realiza con base en una infraestructura comercial clasificada en tradicional (mercados públicos, tianguis, mercados sobre ruedas, vendedores ambulantes, tiendas de abarrotes, carnicerías, panaderías, - - etc.), y moderna (centros de autoservicio). En la ZMG predomina el comercio de corte tradicional aunque recientemente ha cobrado impulso el de corte moderno, y se advierte la presencia constante del intermediarismo, sobre todo en el primer tipo.

El Sistema de los Agentes de la Comercialización se refiere a la actividad comercial desarrollada por personas e instituciones que se sirven de una infraestructura de corte moderno -- constituida por supermercados, centros comerciales y tiendas - de autoservicio.

En el sector oficial sobresale CONASUPO en su empeño de garantizar la provisión de artículos básicos a la población mayoritaria de escasos recursos, a través de sus programas de regulación y abasto de alimentos.

En el sector privado destaca la construcción de grandes --

tiendas de autoservicio en donde tienen divisiones que manejan sus propios centros de acopio, procesadoras, empacadoras, unidades de transporte, restaurantes, etc., que les permiten reducir el intermediarismo y obtener márgenes de ganancia muy altos.

El esfuerzo del sector social es apoyado por las propias empresas oficiales que participan en la distribución, especialmente por la CONASUPO. A pesar de sus avances aún no es significativo el peso de su participación en la comercialización.

Como primera conclusión general podríamos señalar que los habitantes de la Zona Metropolitana de Guadalajara no tienen -- problemas de abasto, ya que disponen de todo tipo de alimentos: el problema que los aqueja es la desigual distribución de productos perecederos ya que sufren las consecuencias de la desigual distribución de la riqueza: esto es, mientras las clases pudientes son atendidas en los grandes centros comerciales, las -- clases desposeídas siguen proveyéndose en el sistema tradicional pero a precios más caros y tienen que dedicar gran parte de su ingreso para adquirir los satisfactores alimentarios.

Quizá si se iniciara una política de transformación y modernización de las estructuras comerciales se pudiera ofrecer -- una solución para posibilitar la satisfacción de necesidades sociales básicas, como es la alimentación. Por tal motivo, en el siguiente inciso esbozamos nuestra propuesta para la modernización y administración pública del sistema de abasto alimenta--

rio para la ZMG.

8.2 Composición y contenido del modelo propuesto.

La solución para superar la ineficiencia comercial es la modernización de la misma. Las ventajas de dicha modernización se reflejan en la reducción del costo de las transacciones, en el aprovechamiento de las economías de escala y de algunas externalidades, mismas que redundan en un mejor nivel de vida de los consumidores. En general, la modernización del comercio optimiza el uso de los medios de transporte, minimiza el tamaño de los inventarios, reduce los costos de manejo, acorta los tiempos de almacenaje, especializa a los agentes económicos, reduce los costos de operación del equipo e instalaciones y disminuye las mermas. Asimismo, contribuye a elevar los niveles de salud y nutrición de la población, a la formación de los precios de los productos; a la minimización de intermediarios; al aumento de productividad; a la rotación de inventarios, al desarrollo de eficientes sistemas y procedimientos operativos y administrativos; permite elevar los índices de la producción agrícola y la creación de agroindustrias; impulsa el desarrollo de las rutas comerciales; innova la técnica; fomenta los avances científicos; en suma, coadyuva de manera determinante en el desarrollo económico de un país.

Según Rello y Sodi, la modernización comercial "... (es) una transformación de las estructuras del comercio, basada en -

la aplicación de innovaciones tecnológicas en el mercado de mayor y de menor y en la generación de relaciones mercantiles - más competitivas, orientada a disminuir los costos de la intermediación y a traspasar a los consumidores, a través de mejores precios y servicios, las ventajas de las mejoras técnicas y organizacionales". 127/

Disponemos de dos grandes modelos de modernización comercial, el norteamericano y el europeo. El primero está basado en el supermercado y en los grandes centros comerciales. Existen las tiendas barriales, generalmente especializadas en la venta de alimentos sofisticados, pero el grueso de los alimentos se suele comprar en los supermercados, en sus diferentes variantes. Estas tiendas forman parte de organizaciones comerciales más amplias. El comercio familiar independiente ya casi desapareció.

En el modelo europeo, a diferencia del anterior, las tiendas tradicionales modernizadas desempeñan un papel central y alternan con supermercados, generalmente de tamaños un poco inferiores a los norteamericanos. Lo relevante de este caso es que la transformación tecnológica no implicó la desaparición del pequeño comercio tradicional, sino incorporación a nuevos esquemas organizativos bajo la batuta de mayoristas innovadores, --- quienes empujados por el deseo de sobrevivir y mejorar en un -- mercado de alimentos cambiante crearon nuevas organizaciones comerciales como las cadenas voluntarias y otras asociaciones con

127/ Rello F. y Sodi D., op. cit., p. 277.

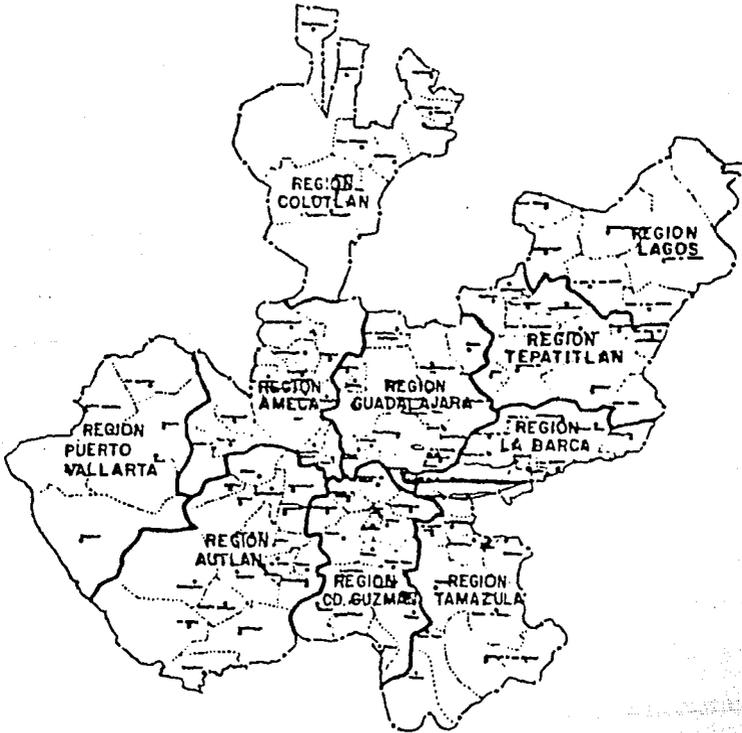
menudistas.

Lo esencial de una cadena voluntaria o de una cooperativa de detallistas es que éstos pueden beneficiarse de algunas ventajas que implica la operación en gran escala sin dejar de ser pequeño comercio, cosa imposible de lograr individualmente. Esta innovación le dio una nueva perspectiva al comercio tradicional.

Una política comercial no puede hacerse copiando mecánicamente los modelos de otros países. Es necesario hacer antes una evaluación de las diferentes formas e instituciones comerciales, de sus resultados y límites en el caso de México, para después incorporar las más pertinentes en una estrategia integral de modernización comercial.

En el caso que nos ocupa, consideraremos en primer término la población objetivo de nuestro análisis y su ubicación geográfica. En la figura 1, podemos apreciar claramente la región Guadalupe -que está conformada por 19 municipios, cuatro de los cuales integran la denominada Zona Metropolitana de Guadalajara-.

FIGURA 1
REGIONALIZACION DEL ESTADO DE JALISCO



Fuente: Plan Jalisco, Gobierno del Estado de Jalisco.

En segundo lugar, con base en el análisis sistémico, procederemos a hacer una serie de proposiciones tendientes a facilitar la intervención de la administración pública en el sistema de abasto alimentario.

Iniciar una reforma estructural del comercio de alimentos-

supone, en primer término, un enfoque y una estrategia integrales. El abasto de la ciudad y la distribución intraurbana de alimentos se realizan a través de una compleja maquinaria, de un conjunto de partes interconectadas que abarca la ciudad y sus zonas aledañas. Para comprender y transformar este engranaje es preciso conceptualizarlo como un sistema de abasto alimentario.

Cualquier diagnóstico parcial que vea sólo una parte y pierda de vista las interrelaciones entre la parte y el todo es insuficiente y probablemente equivocado. Toda política de transformación comercial que carezca de una estrategia de conjunto e incida sobre un aspecto parcial del sistema comercial, sin considerar las interconexiones entre las partes, puede estar de antemano condenada al fracaso. Ejemplos de estas políticas fallidas son construir centrales de abasto y otro tipo de infraestructura comercial pero sin transformar, mediante programas adecuados, las relaciones comerciales existentes, intentar modernizar el pequeño comercio tradicional dejando intocadas las pautas del comercio mayorista o bien querer regular el mercado de alimentos con la sola presencia de tiendas estatales.

De ahí que partamos haciendo una propuesta de lo que comprendería cada uno de los cuatro sistemas que integrarían el sistema de abasto alimentario de la ZMG.

8.2.1. El Sistema de Acopio.

El Sistema de Acopio está asociado intrínsecamente con la fase productiva de los bienes perecederos, pues ahí se origina la función que cumple dentro del sistema de abasto alimentario; por eso consideramos que el primer subsistema del Sistema de Acopio es, precisamente, el de producción, por las siguientes razones:

El objetivo nacional de soberanía alimentaria obliga a definir una clara política de producción que asegure la independencia y el bienestar de la mayoría en la satisfacción de las necesidades básicas de la población.

Compete a la sociedad mexicana, bajo la rectoría del Estado, decidir qué alimentos producir, cómo y para quién producirlos, de acuerdo con la estructura productiva existente, con sus posibilidades reales de desarrollo y según los recursos disponibles, evitando que las relaciones de mercado impongan el perfil futuro del país.

La crisis financiera no debe ser argumento para proponer - que las inversiones se dirijan a impulsar proyectos de exportación porque pudieran resultar más remunerativos. Los costos de funcionamiento de ese tipo de proyectos reducen los fondos disponibles para llevar a efecto una verdadera política en favor - de la producción alimentaria. Los programas de exportación han

venido desembocando en la creciente necesidad de financiamiento a los bienes de exportación, así como en la importación de alimentos resultante, entre otros factores, de créditos insuficientes a la agricultura que los produce.

La política de importación de cereales, bajo el supuesto de que tienen un precio menor en el mercado mundial, soslaya -- los términos desfavorables del intercambio; además desalienta -- la producción interna, perpetúa la necesidad de importaciones y ocasiona también la destrucción parcial o total de unidades pequeñas de producción agropecuaria.

La agricultura y la ganadería, actividades que naturalmente son complementarias, en el país se encuentran generalmente -- desarticuladas y en abierta competencia por el uso del agua, la tierra y los apoyos gubernamentales. Además de la disputa por -- los recursos, segmentos crecientes de agricultura y de la pesca se destinan a la producción de alimentos para ganado.

La solución de los problemas nutricionales que afectan a -- la población objetivo de nuestro estudio de caso, demanda asignar prioridad a la producción de maíz, frijol y otros granos y -- productos agrícolas para la alimentación humana. En tal sentido, proponemos dar mayor atención a un cuadro de alimentos pri--
oritarios en el que, sin desconocer la importancia de la inges--
tión de proteína animal, se toman en cuenta los balances de nu--
trición acordes con los hábitos alimentarios y los niveles de --

ingreso de la población, así como los precios de compra de los productos y los recursos potenciales del estado de Jalisco, buscando la complementariedad entre las distintas actividades. Este cuadro se anexa enseguida:

CUADRO 49

REQUERIMIENTOS MINIMOS INDISPENSABLES
PARA EL CONSUMO HUMANO

<u>Productos agrícolas:</u>	-Granos básicos alimentarios:	Maíz Trigo Frijol Arroz Sorgo
	-Oleaginosas:	Semilla de Algodón Cártamo Soya Pastas oleaginosas Aceite vegetal
	-Perennes:	Caña de azúcar
	Hortalizas y tubérculos:	Jitomate Tomate rojo Papa Cebolla Chile verde
	-Frutas:	Naranja Plátano
<u>Productos pecuarios:</u>		Carne de bovino Carne de porcino Carne de ave Carne de ovino Carne de caprino Leche fluida Huevo Manteca
<u>Productos pesqueros:</u>		Sardina

FUENTE: Antología de la ..., op. cit., p. 252

Conviene recordar que en el sector agropecuario el Estado no genera de manera directa productos finales. Sin embargo, posee instrumentos muy poderosos para guiar y normar el desarrollo productivo, entre otros: el manejo del agua en los distritos de riego, las restricciones al uso de agua subterránea, el crédito, la investigación científica, la comercialización, la fijación de precios de garantía, los fertilizantes, las semillas mejoradas y los precios de la energía eléctrica y los combustibles. Así, el Estado tiene un papel inductor, pero su capacidad de influir en esta materia es muy importante.

Por tal motivo, en apoyo del subsistema de producción, los instrumentos de política del Estado se deben orientar a incrementar la oferta de alimentos básicos, al mismo tiempo que a apoyar la mejor asignación de los recursos y a proteger los niveles de ingreso de los productores.

En este sentido, es importante dar prioridad a la producción agropecuaria y acuícola de las áreas de temporal, pequeña irrigación y pesca ribereña, tendiente a elevar la productividad y el ingreso de los productores involucrados.

Con este enfoque se reordenarán los instrumentos de fomento a la producción mediante paquetes de estímulos e incentivos por productor y tipo de producto, de manera coordinada y complementaria.

En los paquetes mencionados se considerarán los precios de garantía al productor como estímulos oportunos para ampliar la producción y la oferta de alimentos. Estos precios deberán mantener una relación favorable con respecto a los otros productos agrícolas y a los de los insumos productivos, procurando proteger el ingreso de los productores.

Los estímulos a la producción de carne bovina se basarán - en un mayor aprovechamiento de los agostaderos y esquilmos agrícolas. Asimismo, el fomento a la producción de leche dará prioridad a los sistemas basados en el aprovechamiento de praderas naturales e inducidas en el temporal, que presenten elevadas potencialidades y no compitan por granos con la alimentación humana, ni dependan de importaciones de insumos y material genético.

En forma complementaria, el aparato administrativo público que actúa en el campo continuará su reorganización desconcentrando su operación regional, para acercar las decisiones al lugar donde se requieran, de modo que comprenda y atienda en forma integral la problemática de las comunidades. Tal reestructuración de las acciones del Sector Público facilitará la participación de las organizaciones de productores en la planeación y programación del desarrollo.

En la actividad pesquera se deberá fomentar la capacitación y organización de productores, a fin de permitir su acceso a los apoyos oficiales, al crédito, los estímulos fiscales, los

bienes de producción y a otras etapas de la actividad, que permitan incorporar plenamente a la población comprometida en la pesca al desarrollo del estado.

Asimismo, la elevación de la productividad agrícola hace necesario el incremento en la disponibilidad de semillas mejoradas y productos agroquímicos adecuados a las características y patrones de cultivo de las áreas de temporal, así como el acceso a ellas de los productores de economía campesina, apoyados con financiamiento, capacitación y aumento en la eficiencia de sus sistemas de distribución. Esto deberá hacerse cuidando que no se provoque un aumento en la contaminación de los alimentos, a causa del uso de agroquímicos.

Se deberán elaborar estudios de apoyo para reordenar el patrón de cultivos con el fin de reubicar la producción tomando en consideración ventajas socioeconómicas, la conservación y mejoramiento de los recursos naturales, la generación de empleo y el mejor aprovechamiento del agua, entre otros aspectos relevantes. Así se logrará cambiar la estructura de cultivos que permitirá disponer de importantes áreas para la producción de alimentos.

Es fundamental mantener dentro de niveles satisfactorios la operación de la infraestructura hidroagrícola, aprovechando las potencialidades que aún se tienen en algunos distritos de riego, en materia de rendimiento. Esto se puede lograr mediante

un mejor manejo del suelo y del agua y el uso de insumos que -- más incidan en la productividad. Ello siempre y cuando no se afec-- ten sustantivamente los costos de producción, ni se cause degra-- dación en los recursos.

Desde una perspectiva social, es necesario adoptar tecnolo-- gías de producción de alimentos que hagan mayor uso de mano de-- obra. Es previsible un gran impacto en el empleo derivado de la expansión de apoyo de las áreas temporales de producción.

En la actividad pecuaria se necesita alentar la expansión de la ganadería menor: ovinos, caprinos, aves y conejos, dado -- que pueden desarrollarse satisfactoriamente en áreas de tempo-- ral, con pobre dotación de recursos y escasas opciones de diver-- sificación productiva y posibilidades de empleo. Asimismo, por-- que ofrecen un potencial poco aprovechado para el mejoramiento de la dieta de los productores rurales a nivel de autoconsumo.

La organización social será el instrumento fundamental pa-- ra apoyar la retención del excedente económico general en el -- campo, a través de la diversificación de las actividades produc-- tivas, de la superación del minifundio y del incremento del po-- der de negociación de los productores primarios.

La viabilidad de la política alimentaria se sustenta en el -- fortalecimiento y promoción de la organización de los product-- ores primarios. Las acciones del Sector Público se coordinarán a

través de un plan rector para la organización económica de los productores.

Se hará énfasis en el respeto a los modelos de organización que existan en las comunidades, evitando su desplazamiento, reajustando las disposiciones pertinentes para hacerlos accedores a los servicios y apoyos que presta el Estado.

Se desarrollará una política de organización que propicie la participación democrática y organizada de los productores en su mejoramiento económico y social ya que consideramos que la organización de productores y el financiamiento es la gran premisas de la cual se debe partir para dinamizar y articular el sistema de abasto alimentario.

El Estado otorgará facilidades e incentivos para que los productores se integren a las actividades de comercialización y transporte, industrialización y distribución. Un apoyo fundamental a este propósito será la organización que permita a los productores lograr relaciones más justas y equitativas con los otros participantes en el sistema de abasto alimentario.

Consideramos conveniente basarnos en la distribución geográfica del estado de Jalisco en las 10 regiones actuales, Ameca, Autlán, La Barca, Ciudad Guzmán, Colotlán, Lagos, Tamazula, Tepatitlán, Puerto Vallarta y Guadalajara, establecidas así para efectos de planeación del desarrollo, para determinar el ámbito en donde se debe propiciar una política de organización

de productores rurales en cooperativas, uniones de ejidos, etc. (que les otorgue personalidad jurídica), como medio de transformación de las estructuras comerciales existentes. Al estar organizados pueden ser sujetos de crédito, tanto interno como externo; pueden solicitar asistencia técnica que les posibilite el acceso a técnicas modernas de producción; pueden recibir capacitación para planear su producción, etc.

Ahora bien, organización para la comercialización no significa que los productores tengan que venir a las centrales de abasto. Habría que desalentar esta llegada directa, que no aumenta el poder de negociación de los productores en el mercado, sino que los debilita y quedan expuestos a las opciones de compra de sus productos que no siempre les son favorables, ya que tienen que decidir entre malbaratar sus bienes o regresarse.

El mercado de la carne de res presenta algunas diferencias. Ahí existe debilidad y desorganización en las filas de los pequeños productores ejidales, al lado de un excesivo poder oligopólico, aunado a un gran poder político, de las organizaciones ganaderas privadas. En este caso, se requiere fortalecer a los ganaderos pequeños y medianos y promover la formación de nuevos núcleos productivos que abastezcan la ZMG en mejores términos y vayan mermando el poder de las asociaciones ganaderas y vayan creando un mercado de carne más competitivo. El poder comercial, también excesivo de los grandes introductores, puede irse combatiendo a través de asociaciones de tablajeros y de tratos direc

tos con las empacadoras.

Sin embargo, una política de organización de productores rurales como medio de transformación de las estructuras comerciales urbanas en el mediano plazo se enfrenta a diversos y fuertes obstáculos. Uno de los más importantes es el gran control sobre la producción de algunas frutas y legumbres que tienen los agricultores-bodegueros. Otras dificultades estriban en la atomización de los productores, su crónica falta de capital, su poco conocimiento de la actividad comercial, la descoordinación institucional en la materia y, por si fuera poco, el peso inercial que el modelo macrocefálico urbano ejerce sobre el campo.

Con todo, en este terreno es donde existen mayores fuerzas de cambio. En los últimos años se ha dado un proceso de fortalecimiento productivo de muchas organizaciones campesinas regionales (por ejemplo, en el estado de Sinaloa), cuyo dinamismo podría conducir a una participación colectiva y organizada en los mercados regionales y comenzar a transformar los mecanismos mercantiles, en los cuales basan su poderío los mayoristas tradicionales. A pesar de que éste será, sin duda, un largo proceso, representa una de las transformaciones estructurales más importantes y promisorias.

Otro subsistema importante que debe formar parte del Sistema de Acopio, es el de información para la planeación de la pro

ducción.

La información de mercados es indispensable para una operación eficiente de los sistemas comerciales. Los agricultores han de servirse de ella para planear sus operaciones, desde el momento en que plantan hasta que el producto ha pasado de sus manos al mercado. En ella buscan orientación respecto a cuándo, dónde, cómo y a quién podrán vender con más ventaja su producto. Están en condiciones de verificar los precios ofrecidos en diferentes formas de comercialización. Aún cuando les sea imposible modificar el tiempo de la venta del producto por las restricciones que impone, o cambiar fácilmente a otros tipos de producción, puede, con todo, beneficiarse indirectamente con el acceso a la información pertinente.

El saber que un agricultor puede comparar los precios que recibe de un comerciante con lo que pagan otros comerciantes contribuye a que los compradores rurales le ofrezcan precios justos.

La información requerida para enfrentar a estas distintas necesidades se distribuye en dos grandes categorías: la primera comprende las estadísticas de producción y consumo, y datos relativos a las tendencias y factores a largo plazo que pueden influir a futuro en los precios, como por ejemplo, las superficies sembradas con determinados cultivos y el rendimiento que se espera de ellos. Este tipo de información sirve para planear

la producción y el comercio, debiendo sincronizarse debidamente en el momento de su difusión.

Para que el Sistema de Acopio opere con economía y precisión es indispensable contar con un eficaz servicio informativo de mercados, que permita por medio de la planeación un seguimiento de la producción, hasta su comercialización en los mercados; debe utilizarse la más moderna tecnología para la obtención de estos resultados específicos, apoyándose en las comunicaciones del sistema de satélites "Morelos", hasta hoy subutilizado en fines prioritarios del Estado mexicano.

Con la creación de las organizaciones regionales ya mencionadas que programasen su producción y su oferta regionales se podría regular el mercado y los precios. El control y la regulación de la producción regional permitiría la realización de acuerdos o contratos con los mayoristas, las cadenas de autoservicios y hasta con nuevas asociaciones de minoristas, en mucho mejores términos y sin necesidad de desplazarse a los centros urbanos.

Por otra parte, en apoyo del subsistema de acopio local en el estado de Jalisco se requiere, al menos, la integración de una red de 10 centrales de acopio, una para cada región, ubicadas en puntos estratégicos de las mismas, para almacenar toda la producción y así reducir las mermas en el proceso de reunión y distribución de los productos percederos; de esta manera se-

mejoraría la capacidad de venta y de incidencia en el precio en el productor y la posibilidad de mayores beneficios al consumidor reflejados en los precios y en la minimización de los desequilibrios entre la oferta y la demanda.

Además, la red de centrales de acopio debidamente integrada y coordinada, evitaría el fenómeno denominado "turismo" o -- "triangulación" en la comercialización de productos perecederos, que en términos generales significa una ida y regreso de los -- bienes que los productores traen a Guadalajara y ésta los envía de regreso a los consumidores de la misma región originaria de los bienes o productos.

Ese vaivén de los productos se origina en la falta de infraestructura almacenaria especializada en las unidades de producción que, ante la perecibilidad de los productos y la poca organización e integración regional de los mercados, tienen que ser enviados a la Central de Abastos de la ZMG y de ahí trasladados nuevamente a las regiones que los necesiten.

Las consecuencias de esta triangulación inciden en un número elevado de transacciones excesivas, mermas en el traslado y almacenamiento e incremento en los costos de transporte, las -- cuales finalmente determinan los altos precios que se deben pagar por los productos perecederos.

En cuanto al subsistema de acopio en otras entidades federativas

no se hacen señalamientos ya que debe ser objeto de un análisis particular, por lo que se opta por no abordarlo y dejarlo tal como funciona actualmente.

8.2.2 El Sistema de Servicios de Apoyo a la Comercialización de Productos Perecederos.

El Sistema de Servicios de Apoyo a la Comercialización de Productos Perecederos debe estar integrado por subsistemas que le impriman el carácter de modernización en sus funciones; por lo tanto, consideramos que los subsistemas básicos que lo deben conformar son los siguientes:

- El Subsistema de Transporte y Vías de Comunicación Eficientes.

Los transportes desempeñan un papel estratégico en el proceso integrador del territorio nacional y, por ende, del estatal; permiten el traslado de bienes y personas entre distintas regiones a costos más reducidos y a la velocidad más rápida.

Es de primordial importancia que la vinculación de la ZMG con el resto del estado y de la república descansa sobre una red debidamente articulada de vías de comunicación y transportes para que se dé un intercambio comercial eficiente.

La carencia de transporte y vías de comunicación adecuadas, aunada a la incapacidad administrativa y operacional del

servicio, en algunos casos han paralizado el abasto de insumos, ocasionando alzas continuas en los precios de los productos terminados. Los empresarios e industriales mexicanos repiten en todos los foros y en todos los tonos, que uno de los problemas más grandes al que se enfrentan es el del transporte.

En la problemática del transporte se observan la existencia de inadecuados patios de maniobras y terminales, requerimientos insatisfechos de equipo adecuado, congestionamiento en las redes ferroviarias y de carreteras que impiden velocidades constantes.

El transporte de productos perecederos, sean frescos, refrigerados o congelados, requiere de un cuidado especial, que asegure la preservación de la calidad en ruta y durante las operaciones de manipulación; por lo tanto, los medios de transporte deberán concebirse, construirse y equiparse de modo que quede asegurada la preservación del producto.

En todo el mundo, el transporte ferroviario es el que más se utiliza para movilizar grandes volúmenes de productos, a bajos costos y es el pilar en el que descansa la comercialización de las mercancías.

El transporte ferroviario mexicano presenta severas limitaciones en su operación cotidiana:

- El sistema de una sola vía para tráfico en ambos sentidos es inadecuado.
- La velocidad promedio de los trenes es muy lenta.
- La falta de fuerza motriz y de equipo de arrastre es insuficiente para cubrir las necesidades actuales.
- El mantenimiento del equipo tractivo y rodante es deficiente y ocasiona pérdidas considerables.

En cuanto al transporte carretero, la ausencia de una red articulada y adecuada en vías de comunicación y transporte que integre todas las comunidades del territorio estatal dificulta la comercialización, propiciando que los comerciantes obtengan ganancias desmedidas tanto en la venta como en la compra de productos, depauperando el nivel de vida de la población. Tal situación obliga la intervención del Estado para garantizar el derecho al abasto de productos básicos en esas comunidades, que no son de interés para el gran comercio privado.

Una adecuada infraestructura en las vías de comunicación y la disponibilidad de un transporte moderno, equipado y competitivo en sus tarifas es una condicionante vital que de no lograr se impedirá avances significativos en la modernización comercial, constituyéndose en cuello de botella. Para ello se propone que los productores, al estar ya organizados, puedan solicitar créditos para adquirir sus propios medios de transporte que les permita trasladar su producción a los centros de acopio y obtener mayores ganancias en la comercialización de sus bienes

perecederos.

- El Subsistema de Almacenamiento Tecnificado.

El almacenamiento es la función comercial que retiene los bienes físicos entre la producción y el consumo final, suministrando la utilidad de tiempo. Esta función es necesaria ya que la producción no concuerda siempre con el consumo.

El almacenamiento permite estabilizar y especular con los precios durante períodos de consumo. En el caso particular de Conasupo favorece la regulación y abasto de productos permanentemente.

Como factor básico de almacenamiento se debe considerar que el sistema de acopio y el despacho del producto sean oportunos. Asimismo, se debe tomar en cuenta que la manipulación se hace con mayor facilidad cuando se cuenta con equipo de carga y descarga, y un acceso conveniente para los vehículos de transporte.

El acceso al almacenamiento es necesario en todos los centros de mercado más importantes, a fin de que los géneros que quedan sin vender puedan tenerse para oportunidades posteriores de venta sin temor a que se deterioren.

El almacenamiento sólo se justifica si se orienta a obtener la utilidad de tiempo, pero si no se necesita el tiempo, lo más conveniente es crear en los 10 centros de acopio por región propuestos, un tipo especial de depósito concebido no para almacenar mercancías, sino para acelerar los flujos de las mismas, y eliminar almacenamientos innecesarios, intensificar la rotación de inventarios y reducir el costo de mantenimiento de las existencias.

- El Subsistema de Precios.

En países desarrollados existen distintos factores económicos que contribuyen para que los márgenes de comercialización sean más reducidos que en los países subdesarrollados. Entre estos factores podemos considerar básicamente a un mayor número de productores y comerciantes repercutiendo en mayor transparencia del mercado, el cual funciona con mayor apego a las leyes de la oferta y la demanda; a tipos de producciones, cultivos y transacciones a gran escala con uso intensivo de capital y tecnología avanzada que se traduce en mayor productividad y reducción de costos operativos; y a economías que redundan en menores márgenes de utilidad en toda la cadena de intermediación que va desde el precio de venta al mayorista hasta la venta al detalle.

Naturalmente los sistemas de comercialización en los países altamente industrializados están respaldados por los indicadores comunes a un sistema de comercialización moderno: estricto apego a las normas de calidad, estándares de clasificación,

infraestructura suficiente de almacenaje, vías de comunicación y transporte eficientes, eficaces sistemas de información de mercados, adecuado envasado y empaçado, minimización de mermas, alta rotación de inventarios y especialización de la producción.

No debe perderse de vista que la fijación de precios al consumidor responde a objetivos distintos, algunos de éstos derivados de las políticas estatales, otros provenientes de las estrategias comerciales, etc.

También existe el mercado de compradores y el mercado de vendedores que funcionan de la siguiente forma: en ambas los precios se fijan de acuerdo al momento económico, el mercado de compradores cuando hay menos oferta y mayor demanda, el mercado de vendedores opera cuando hay exceso de oferta.

Los programas para atenuar las fluctuaciones estacionales de precios, no deben perder de vista la necesidad de mantener un margen de beneficio adecuado, para cubrir el almacenamiento y demás gastos y estimular la instalación y el uso de almacenes modernos y baratos.

La presión ejercida para que se proteja a los agricultores de las tendencias adversas de los precios impulsa en ocasiones a conceder subsidios. La fijación de precios a largo plazo suscita muchos problemas e impone decisiones arbitrarias a los me-

canismos de mercado que normalmente mantienen en equilibrio, mediante el ajuste de precios.

Así, los precios pueden fijarse, por ejemplo, a nivel que restringen el consumo, mientras que si fueran más bajos, habría más gente en condición de adquirir el alimento deseado sin el menor sacrificio para el ingreso total del productor.

El Estado ha intervenido en todos los tiempos en el proceso comercial reglamentando o regulando las operaciones de compra venta a través de diversos mecanismos para garantizar niveles de producción y consumo que satisfagan las necesidades tanto de productores como de consumidores en términos de cantidad, calidad y precio. Con tal fin, a través de la coordinación del Gabinete Económico y Agropecuario se establecen precios de garantía para los principales productos agrícolas en cada ciclo productivo con el fin de estimular su producción, asegurándoles a los productores una retribución acorde a sus costos.

Conasupo, como instrumento de regulación y abasto del Gobierno Federal, participa directamente en la compra y venta de productos básicos del campo garantizando su acopio y distribución, lo que le permite estabilizar el mercado en ambos sentidos. Asimismo, los precios de garantía y la acción de Conasupo han hecho posible que se evite el acaparamiento especulativo de "coyotes" e intermediarios, como ocurría tradicionalmente en perjuicio de los productores y consumidores. Toda vez que en la

época de la cosecha compraban barato y en tiempos de consumo vendían caro obteniendo ganancias exorbitantes.

A través de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial el Estado interviene directamente en el proceso comercial dictando las políticas y normas necesarias para garantizar que el flujo de bienes y servicios de productores a consumidores se desarrolle en forma transparente y equilibrada. Para cumplir con esta función se han creado diversos instrumentos e instituciones destacando por su importancia la CONASUPO, el INCO, la PROFECO, las que tienen la posibilidad de instrumentar, vigilar y sancionar que las políticas económicas en materia de control de precios y demás se cumplan. Lo anterior ha permitido en los últimos años el control de precios de los productos que integran la canasta básica, subsidiando algunos y evitando que otros se encarezcan sin justificación atacando la especulación o abuso en el margen de comercialización al consumidor.

No obstante el esfuerzo realizado por el Estado para transparentar la fijación de precios, la falta de una normatividad clara y precisa en términos de calidad y presentación, hace que dichos precios no correspondan a la realidad del proceso comercial de nuestro país, para beneplácito de intermediarios, "coyotes", industriales y comerciantes, carentes de solidaridad, quienes han aprovechado estas deficiencias para establecer su "modus operandi" y acumular fortunas enormes con cargo a la necesidad de la población en general.

- El Subsistema de Normalización y Clasificación.

La normalización implica el establecimiento de especificaciones uniformes de calidad, válido en diferentes lugares y tiempos para compradores y vendedores, las cuales sirven de base para la separación en clases o tipos de producto.

La falta de normalización en México ha provocado el abuso de industriales, productores agrícolas, intermediarios y comerciantes, al introducir al mercado y vender indiscriminadamente productos nacionales e importados que en otros países no serían aceptados.

Suponiendo que todos los productos mencionados fueran aptos para el uso y consumo humano, se podría afirmar que no hay problemas de abasto; sin embargo, es fácil comprobar que una gran parte de la población no tiene acceso a estos productos aunque sean de desecho o de ínfima calidad debido a su alto costo y al bajo poder adquisitivo de la población. Por lo tanto, la utilidad de posesión, que es el fin último de todo el proceso comercial, no se cumple cabalmente.

El alto costo de distribución que padece la economía nacional no sólo justifica la intervención del Estado en la regulación del mercado para garantizar el abasto de productos básicos sino más bien la vuelve vital y necesaria en el esfuerzo de modernización del comercio en general, que desarrolla todos los

días comprando cosechas, almacenando excedentes, distribuyendo productos básicos y de consumo generalizado a los mejores precios del mercado para beneficio de productores y consumidores.

Sin embargo, su participación sigue siendo limitada e insuficiente, ya que el nivel de consumo de la población se reduce todos los días en forma alarmante, debido a que no ha impulsado a todos los niveles del proceso comercial mexicano una política de normalización, que facilite las operaciones de compra venta y que incida en el proceso final de los productos.

- Clasificación.

Clasificar es separar el producto en lotes diferentes cada uno de ellos con las mismas características con respecto a su calidad comercial, y cada uno con su etiqueta y nombre correspondiente. Estas características pueden ser el tamaño, la forma, el sabor, grado de madurez o cualquier otro rasgo mensurable que afecte el valor mercantil del producto. El propósito de la clasificación es ayudar a los compradores a elegir el producto más conveniente para el uso que se propone hacer de él.

Los procedimientos de clasificación, aparte de su valor para facilitar las transacciones comerciales tienen otras ventajas importantes que no siempre se aprecian debidamente.

La clasificación cuidadosa y el empleo de etiquetas indica

doras de la calidad son el método más preciso para reducir al mínimo los riesgos de compra al consumidor.

El subsistema de clasificación se convierte en un medio poderoso para guiar la producción por canales cualitativos en armonía con la pauta de consumo imperante. Esto permite a los productores planear y producir la máxima cantidad de lo más ventajoso y necesario.

Los productores que venden sobre la base de una clasificación disfrutan entonces de la orientación más clara posible para adoptar sus prácticas de siembra o elaboración a las exigencias del mercado.

En nuestro país, la clasificación y selección de productos hortofrutícolas no es norma obligatoria en el proceso comercializador para consumo interno.

El productor vende al mayorista por norma con una escala que tiene como unidad mínima de operación los camiones de carga de 16 toneladas aproximadamente.

El mayorista vende a su vez, sin clasificar por grandes o medianas cantidades al detallista; éste último, de acuerdo a los consumidores que abastece, puede y debe hacer una clasificación del producto; si tiene como comprador algún hotel, restaurante, hospital, comedor industrial, clasifica todos los produc

tos que surte de acuerdo a la calidad requerida.

Los servicios que algunos establecimientos del gran comercio proporcionan como selección, empaque, etc., que indudablemente repercuten en el precio, se compensan con los que ofrecen los otros comerciantes en pequeño como son: cercanía, unidades de venta más pequeñas, etc.

- El subsistema de Transformación.

Como ya lo habíamos señalado, con excepción de los granos de consumo directo, las frutas, hortalizas y carnes, todos los demás alimentos se sujetan a algún tipo de proceso industrial o de transformación.

El procesamiento industrial facilita la introducción de nuevos alimentos en las dietas y la adición de enriquecedores y extensores a los alimentos naturales, aspecto particularmente importante para suplir deficiencias nutricionales específicas de ciertos grupos o regiones.

El lineamiento estratégico central para el subsistema de Transformación consiste en hacer más eficiente el funcionamiento del sistema de Servicios de Apoyo organizando la actividad agroindustrial de modo que permita integrar los subsistemas que lo conforman en el plano operativo y hacer congruentes las acciones de apoyo de los organismos públicos vinculados con el

sistema de abasto alimentario. En este sentido, se otorgará prioridad al mejoramiento y eficiencia de los procesos agroindustriales que se relacionan con maíz, trigo, semillas oleaginosas, carne, leche, pescado, arroz y sacarígenos.

Dentro de lo anterior, se deberá reestructurar, coordinar e integrar, bajo un programa de desarrollo a mediano plazo, la planta productiva paraestatal que participa en la producción de básicos alimenticios. Se buscará que la participación del Estado en el sector sea congruente, que mejore su función reguladora en el mercado, incremente su eficiencia, utilice mejor su capacidad instalada y oriente su capacidad exclusivamente hacia la producción de alimentos de alto valor nutritivo y bajo costo, particularmente la destinada a la población objetivo del presente estudio.

En el marco del modelo propuesto se deberán desarrollar -- agroindustrias integrales con la participación de los productores primarios organizados. Además, se apoyará el establecimiento de parques industriales donde diferentes agroindustrias compartan instalaciones y servicios.

El Estado promoverá sistemas de consolidación de compras, particularmente para la pequeña y mediana industria, para asegurar la cantidad, calidad y disponibilidad oportuna de materias primas. Ello se efectuará con base en la organización de productores primarios y de comerciantes y creando nexos entre esas or

ganizaciones, lo que permitirá elevar el nivel de utilización de la capacidad instalada en la industria alimentaria.

Finalmente, este sistema de Servicios de Apoyo, se verá complementado por los otros subsistemas que actualmente lo conforman, como son el envasado, el contacto entre compradores y vendedores y la financiación.

8.2.3 El Sistema de Distribución.

En cuanto al Sistema de Distribución de Productos Perecederos, se observa que no todos los elementos del sistema poseen el mismo rango e importancia. Hay dos subsistemas que desempeñan funciones claves y son determinantes en su operación: los subsistemas de distribución mayorista y minorista. El sistema de distribución mayorista, constituye el pivote del sistema urbano de abasto y distribución. Los mercados de mayoreo constituyen el centro articulador que conecta los sistemas de acopio y el de distribución; por lo tanto, si los mercados mayoristas se tornan más eficientes, el resto del sistema comercial sufriría cambios positivos, como sucedió en la gran transformación comercial de los Estados Unidos y algunos países europeos; en cambio, si el mayoreo permanece intocado, otras medidas comerciales que se intentasen no lograrían modificar de manera apreciable el sistema de abasto alimentario.

Debido a la gran concentración de la oferta mayorista, los

márgenes comerciales de los grandes mayoristas son, sin duda, más altos que en los Estados Unidos o Europa. El problema no radica en que los grandes mayoristas tengan ganancias elevadas (sucede así en todas partes del mundo), sino que esas ganancias provengan de elevar los márgenes comerciales y no de aumentos en la productividad. Los elevados márgenes comerciales son expresión del mercado oligopólico y de las tecnologías comerciales en uso.

Sin embargo, consideramos que la modernización y el cambio del sistema debe partir del subsistema mayorista, punto nodal del sistema, de la manera siguiente: algunos mayoristas cambian sus pautas de hacer negocios o bien surgen nuevos mayoristas, de tal modo que construyen empresas de servicio a los minoristas, es decir, pasan de grandes compradores activos a vendedores-organizadores y promotores de un nuevo tipo de tiendas menu distas.

Este mayorista innovador se asocia con varios negocios minoristas, obtiene buenos descuentos y precios de los fabricantes y productores porque adquiere volúmenes importantes y les vende a sus clientes detallistas a precios bajos, que éstos nunca podrían conseguir debido a su ínfima escala de operación. Ofrece también todo el surtido de mercancías que el pequeño comerciante requiere y los transporta a la tienda en el momento en que éste lo solicita. Además, el mayorista ofrece asesoría comercial -rotación de inventarios, almacenamiento, administra-

ción de la tienda- y podría hasta desempeñar un papel de promotor en la conversión de la pequeña tienda tradicional en un pequeño autoservicio barrial, movimiento que multiplica las ventas y mejora el servicio, como ya se ha visto. Otra posibilidad son las uniones de compra de los menudistas.

Sin embargo, el gran problema estriba en que en México no hay mayoristas innovadores. Este hecho crucial no obedece a una ignorancia o un limitado conservadurismo por parte de los mayoristas, sino a las características de la estructura económica y comercial y al comportamiento que ella provoca. Los mayoristas son grandes compradores e introductores de alimentos a las ciudades y obtienen enormes ganancias con sus negocios mayoristas tradicionales. En el ramo hortifrutícola, los más poderosos son, además, grandes agricultores u organizadores de la producción rural. Es lógico que en estas circunstancias no les interese fundar empresas de servicio a un conjunto de minoristas dispersos y mal organizados.

Desde una óptica más optimista, se podría señalar que si bien es remoto que los grandes mayoristas establecidos introduzcan innovaciones comerciales en el sentido apuntado, nuevos mayoristas, deseosos de ocupar mejores lugares en el sistema comercial, tal vez se interesarían si se les estimula y apoya adecuadamente. También podría pensarse en empresas de servicios mayoristas para atender al comercio detallista, integrada por fabricantes interesados en aumentar su participación en el merca-

do y hasta en empresas creadas por agrupaciones de minoristas con mayores recursos y preparación.

Es necesario no perder de vista que los obstáculos que se oponen a estos cambios son fuertes. Por ejemplo, es razonable suponer que si la tasa de ganancia del negocio mayorista tradicional es superior a la de una hipotética empresa mayorista modernizada, no habrá incentivos para pasar de una a otra. Las fuerzas y condiciones del mercado tampoco están orillando al mayorista tradicional a cambiar sus pautas de conducta ni están creando nuevas demandas de servicios comerciales diferentes.

En los países desarrollados el rápido crecimiento de los autoservicios amenazó a mayoristas y minoristas tradicionales. Estos respondieron creando nuevas organizaciones comerciales. Este no parece ser el caso de México, donde las viejas formas de comercio mayorista no se encuentran amenazadas todavía por el autoservicio moderno.

En lo referente al subsistema de distribución minorista (que funciona con base en mercados públicos, tianguis, mercados sobre ruedas, tiendas, etc.), cabría plantear si los consumidores urbanos pagan demasiado caro por los servicios comerciales que consumen. Estudios de la cadena comercial de diversos alimentos y la formación de los precios en cada eslabón muestran que la etapa de venta al menudeo agrega una parte significativa del precio final; sin embargo, sucede lo mismo en otros países

y eso obedece a que el comercio al menudeo es caro en cualquier circunstancia: mucha inversión, altos salarios, elevados precios de los terrenos urbanos y altas mermas.

En descargo del pequeño comercio tradicional debe señalarse que la autoexplotación del trabajo familiar y sus bajos gastos de operación compensan lo atrasado de su tecnología y se traducen en precios finales competitivos con los del comercio moderno. No parece razonable sostener que el pequeño comercio tradicional cobra precios excesivos por sus servicios. Por otro lado, las cadenas de autoservicio privadas y públicas ofrecen buenos servicios comerciales y precios a quienes pueden acudir a ellas en virtud de su nivel de ingreso y capacidad de transportación.

A partir de la central de abasto, el problema radica en lograr que los menores precios al mayoreo se transfieran al consumidor a través de los establecimientos minoristas que operan en mercados segmentados. Grupos de compra en común, cadenas voluntarias o un simple mejoramiento de los precios y servicios comerciales ofrecidos por los mayoristas, podrían facilitar esta tarea.

En lo que respecta a los abarrotes, la estrategia es similar: impulsar la transformación estructural y tecnológica del pequeño comercio aumentando su volumen de ventas y mejorando sus términos de compra y su organización interna con la finali-

dad de ofrecer mejores precios y surtidos al consumidor, al mismo tiempo que sigue brindando al público los servicios en los que tiene ventajas comparativas y conservando su importante función de generador de empleos.

Otro subsistema que debe formar parte del sistema de distribución es el de Rotación de Inventarios; si consideramos que rotación es el número de veces que se vende la mercancía en un periodo determinado, y ésta es el resultado obtenido al dividir la cifra de ventas entre el inventario medio.

De acuerdo con lo anterior, las alternativas para aumentar la rotación son las siguientes:

- a) Aumentar las ventas con el mismo inventario.
- b) Disminuir el inventario con las mismas ventas.
- c) Aumentar las ventas y disminuir el inventario a la vez.

El exceso de inventarios disminuye la rotación y el beneficio. Un sistema moderno de comercialización debe motivar a los comerciantes para obtener más beneficios a través de una rotación mayor; incluso para que los productos con precios regulados permitan incrementar las ganancias mediante el aumento de la rotación.

En los países desarrollados merced a sus sistemas modernos de comercialización, alcanzan una rotación de inventarios supe-

rior a las 18 vueltas al año, en cambio en nuestro país, con excepción del gran comercio, la mayor parte de los establecimientos comerciales no llegan a las 8 vueltas anuales haciendo que la distribución de bienes en general encarezca la operación a través de la actividad comercial y resulte altamente costosa.

Por otra parte, en los países desarrollados la especialización del comercio es una de sus características fundamentales, lo que le permite adquirir grandes volúmenes de productos a bajos costos y en consecuencia ofrecer precios atractivos al consumidor final. En México, la falta de especialización del comercio en general provoca el efecto contrario, lo que nos permite afirmar que de no darse una transformación en las relaciones comerciales en tal sentido difícilmente se podrán ofrecer menores precios al consumidor y fortalecer la economía de la población, por lo que debe incluirse e implementarse este subsistema en el Sistema de Distribución.

8.2.4 El Sistema de los Agentes de la Comercialización.

Este sistema estará integrado por los subsistemas de comercio de los sectores oficial, privado y social, en donde la característica principal será la de poseer una infraestructura de corte moderno para la comercialización de los productos.

En lo relativo al subsistema del comercio del sector oficial, cabe señalar que en las acciones derivadas del funciona-

miento de los sistemas de acopio y distribución, la intervención del Estado debe ser complementaria a la generada por la actividad comercial privada para proteger a los grupos económicamente débiles, por conducto de sus sistemas de distribución al menudeo y del ejercicio de una función reguladora de productos alimenticios. En situaciones de emergencia, cuando el comercio particular se retrae o realiza actividades especulativas, el Estado se ve en la necesidad de ampliar su participación, promoviendo nuevos sistemas de comercialización y programas masivos de distribución de alimentos básicos, tanto en las zonas rurales deprimidas como en las áreas urbanas que lo precisen.

Los programas de comercialización de productos básicos para la alimentación regulados con sentido social deben tener como característica primordial el dinamismo. Es preciso que el acopio y la distribución tengan amplia capacidad de adaptación a las circunstancias prevalecientes, para que la actividad mercantil de bienes de consumo alimenticio esté perfectamente dirigida a superar las condiciones de escasez, encarecimiento, ocultamiento, déficit, especulación y cualquier práctica o fenómeno que perjudique al productor o al consumidor. Resulta indispensable que la programación y los instrumentos de comercialización regulada respondan y se adecuen, en cada caso, a las necesidades de los distintos mercados de productos y de consumidores.

La modernización del sistema de los Agentes de la Comercialización debe incidir en la transformación racional de las es-

estructuras de captación del comercio interior para lograr una mayor eficiencia operativa. Lo anterior considera una modificación en la composición y papel de los agentes comerciales, así como la integración armónica y equilibrada entre los sectores productivos y la distribución en beneficio de los productores y consumidores.

(La integración del sistema implicará un gran esfuerzo no sólo del Sector Público, en sus tres órdenes de Gobierno, sino también de los sectores social y privado).

En este subsistema sobresale la Conasupo. Al paso de varias décadas, Conasupo ha asegurado que la población disfrute del abasto de alimentos y de que los pueda consumir en condiciones favorables de calidad y precio; sin embargo, en estos tiempos el abastecimiento de la alimentación se ha convertido en problema de compleja solución. Primero porque la población sigue creciendo y continúa demandando más bienes de consumo básico, y segundo, porque el deterioro de la producción agrícola ha dificultado la distribución de alimentos en zonas urbanas y rurales de las distintas regiones del país.

Este problema se complica aún más si consideramos que los consumidores compran más caro en el sistema de comercialización tradicional -abarrotes y tiendas de servicio-, que en los grandes centros de distribución comercial, en donde pueden adquirir toda clase de artículos y bienes de consumo a menores precios.

Estas otras irregularidades -estructurales como se les conoce hoy en día-, demuestran que el actual sistema de producción, distribución y consumo de alimentos ya no satisface las necesidades de numerosos grupos sociales que perciben bajos ingresos, y quienes por cierto aún siguen comprando mucho más barato en la red de distribución de la Compañía Conasupo.

Cabe preguntarnos entonces ¿por qué si Conasupo continúa cumpliendo con su función social en el ámbito de la distribución de productos básicos, así como el de institución reguladora del mercado de los mismos, recientemente (octubre de 1989) se nos ha anunciado un proyecto de reestructuración interna? A nuestro juicio, porque prosigue la política de subsidios del Gobierno Federal para apoyar el consumo de alimentos de los grupos sociales de más bajos ingresos y porque además ya se redefinieron prioridades en la inversión y en el gasto que aplicará esta empresa paraestatal en lo futuro.

En este contexto, la desincorporación y la venta de las filiales e industrias de Conasupo, responde a una política de reestructuración en la transferencia de capitales y recursos que busca aumentar la capacidad de esta empresa en favor de los sectores precaristas y de aquellos que reciben pocos ingresos.

La capitalización -o reforzamiento- de los casi 20 mil Centros Populares de Abasto Comunitario, 3,532 en el medio urbano y 15,912 en zonas rurales; la apertura de nuevas tiendas comuni

tarias que distribuirán productos básicos tanto en la ciudad como en el campo, aunado a la instalación de 1,040 nuevas lecherías que se establecerán en distintas entidades de la República, son entre otras cosas, algunas de las acciones que comprueban la reorientación de los recursos públicos que hará Conasupo en favor de los que poco tienen.

El nuevo perfil del trabajo en dicha paraestatal tiene en estas circunstancias, un compromiso con los que todavía no alcanzan el nivel de vida de otros sectores sociales de México; sin embargo, estos propósitos no pueden realizarse con una estructura relativamente poco eficaz, ni manteniendo aquellos activos fijos y materiales que sólo representan una carga financiera para la empresa y que no satisfacen cabalmente los propósitos para la que fue creada.

En lo relativo al subsistema del comercio del sector privado, consideramos en primer término a los supermercados. Estos ofrecen varias ventajas. Su moderna tecnología basada en las economías de escala y en un manejo comercial eficiente les permite ofrecer precios atractivos y un amplio surtido de mercancías alimentarias y no alimentarias que los convierte en verdaderos centros de comercio. Además, ofrecen servicios como estacionamiento, pago con tarjeta de crédito y otros especialmente adecuados para los grupos de ingresos medios y altos, sector de la población que se encuentra en posibilidad de obtener todas las ventajas ofrecidas por estas tiendas modernas.

Desde un punto de vista social, los autoservicios privados desempeñan una función importante porque atienden eficientemente a una porción significativa de la población metropolitana.

Es inaplazable fomentar el establecimiento de más supermercados que sirvan a la población de la ciudad, especialmente en las zonas de clases socioeconómicas más bajas. El autoservicio es el medio más eficiente para atender a la comunidad y es por ello que hay que promoverlo, para que surjan nuevos comerciantes y sistemas de distribución que empleen los principios de un comercio eficiente. Esto fomentará la competencia.

Es necesario desterrar la idea de que esto fortalezca un supuesto oligopolio de unas cuantas cadenas; por el contrario, en países como Estados Unidos, más del 50% de los supermercados no son de las grandes cadenas, sino de comerciantes que tienen de uno a diez establecimientos y que se afilian a mayoristas o cooperativistas de compra y que compiten muy favorablemente con las grandes cadenas. En México, hay regiones geográficas en donde han surgido nuevos grupos comerciales.

Europa hasta hace 20 años, tenía sistemas de distribución tradicionales, pero en los últimos años ha entrado en una auténtica revolución comercial, en la que el surgimiento de los autoservicios ha venido a capturar una parte muy importante de la venta de alimentos. En Francia, 80% de la venta de alimentos empacados, se realiza en supermercados y autoservicios; en Alemania e Inglaterra, casi el 60% y en España e Italia, igual que

en México, se desplaza menos de 30%.

El sistema moderno de comercialización cumple además con la función de captar impuestos como el IVA en cantidades muy importantes, además de cubrir con otros impuestos y derechos que el comercio tradicional no aporta.

La evidencia es clara: se requiere fomentar el establecimiento de supermercados y autoservicios, por medio de cadenas de compras, mayoristas de servicio completo, agrupaciones de comerciantes, cooperativas o franquicias de operación.

El cambio se ve sin lugar a dudas. El objetivo es acelerarlo, porque sólo con él se podrán satisfacer más eficientemente las necesidades del consumidor, con el beneficio de precios más bajos.

En cuanto al subsistema del comercio del sector social; se deberá alentar y apoyar una participación activa del sector obrero organizado para que con sus propios recursos o en asociación con los productores primarios o con el Estado, contribuya a ampliar la oferta de bienes básicos alimenticios.

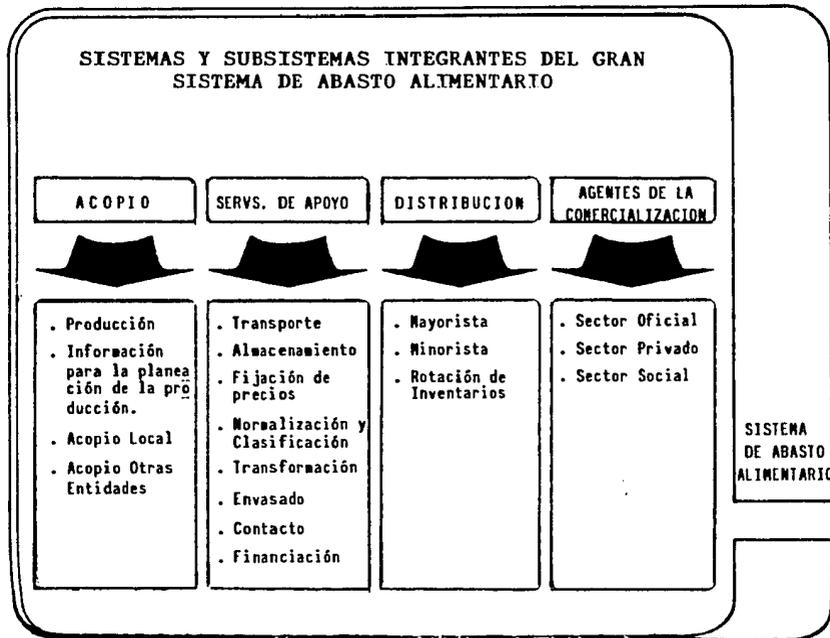
Por este motivo, se fomentará la creación de un mayor número de tiendas sindicales y de organizaciones de consumo, asegurándoles un abastecimiento suficiente de aquellos productos que el Estado elabora directamente.

Asimismo, los sistemas de distribución del Estado constituirán un instrumento central para apoyar el establecimiento de agroindustrias agropecuarias y pesqueras integradas del sector social, resolviendo a su vez los problemas de abastecimiento que tradicionalmente se enfrentan.

Por lo anteriormente expuesto, el sistema de abasto alimentario propuesto quedaría de la siguiente manera:

CUADRO 50

MODELO DE SISTEMA DE ABASTO ALIMENTARIO PROPUESTO
PARA LA ZONA METROPOLITANA DE GUADALAJARA



8.2.5 Coordinación general del modelo propuesto.

Con la finalidad de asegurar la coherencia, consistencia y coordinación general del modelo propuesto, se propone la creación de la Comisión Estatal para el Abasto Alimentario que estará encabezada por el gobernador del estado de Jalisco y contará con la participación de los representantes de las siguientes entidades:

a) Del orden federal: Secretarías de Hacienda y Crédito Público (SHCP); Programación y Presupuesto (SPP); Comercio y Fomento Industrial (SECOFI); Agricultura y Recursos Hidráulicos (SARH); Salud (SS); Reforma Agraria (SRA); Pesca (SEPES); Trabajo y Previsión Social (STyPS); Educación Pública (SEP); Gobernación (SEGOB); Comunicaciones y Transportes (SCT); Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS); Banco Nacional de Crédito Rural (BANRURAL); Compañía Nacional de Subsistencias Populares (Conasupo); Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO); e Instituto del Consumidor (INCO).

b) Del orden estatal: Las secretarías o departamentos de Participación Social; Gobierno; Finanzas; Educación; Promoción y Desarrollo Económico; Trabajo y Previsión Social; Desarrollo Urbano y Rural; Vialidad y Transporte; Programación y otras áreas relacionadas con el abasto alimentario.

c) Del orden municipal: El ejecutivo estatal invitará a -

los presidentes municipales de los cuatro municipios en donde se asienta la ZMG y a los munícipes de las cabeceras municipales correspondientes a las 9 regiones restantes a participar en la comisión cuando los asuntos a tratar impliquen acciones que conciernan a sus ámbitos respectivos y que estén relacionadas con lo dispuesto en el Artículo 115 Constitucional, fracción III, inciso d, (mercados y centrales de abastos). Asimismo, se invitará para que participen en la implantación del modelo a los representantes de las organizaciones de los sectores social y privado que tengan relación con las finalidades de la Comisión, como organizaciones de campesinos, obreros, productores, -comerciantes, etc.

Uno de los objetivos principales de la comisión será el de determinar criterios y políticas para de manera armónica e integrada, llevar a cabo los programas que tiendan a mejorar el sistema de abasto alimentario; ya que se tendrá que resolver aspectos referentes a planeación de la producción, organización de los productores, financiamiento a través de créditos, insumos, fertilizantes, maquinaria, asesoría técnica, capacitación, construcción de centros de acopio, de almacenes, de nuevas tiendas, etc.

La omisión garantizará la adecuada coordinación general del sistema de abasto alimentario y se constituirá en la instancia decisoria de las estrategias y la política alimentaria y de nutrición que deberá observar el Sector Público en el ámbito territorial del estado de Jalisco. El papel coordinador de la

Comisión responde a la necesidad de integrar programáticamente las acciones institucionales emprendidas tanto por el gobierno federal como por el estatal en materia alimentaria, así como de orientar las que realizan los sectores social y privado, encauzándolas hacia los objetivos y metas definidas en el proceso de programación alimentaria.

Cabe aclarar que la creación de la Comisión no implica el surgimiento de nuevas entidades administrativas, sino que busca aprovechar mejor los recursos, capacidades y proyectos existentes en los campos alimentario y nutricional.

La Comisión establecerá tres instancias de coordinación permanente a fin de dar mayor fluidez al esquema. Además de la coordinación general mencionada, un segundo nivel estará dado para cada uno de los sistemas que conforman al de abasto alimentario. La responsabilidad de la coherencia programática por sistema y del cumplimiento de los objetivos se asignará a aquella dependencia que cualitativa o cuantitativamente tenga más peso e injerencia en dichos sistemas.

En la misma forma, el tercer nivel de coordinación referido a cada una de las políticas de apoyo, estará a cargo de la dependencia o entidad que tenga mayor control sobre el manejo de los instrumentos respectivos o que por atribuciones legales le corresponda coordinar las acciones en la materia.

Además de garantizar la coherencia programática de las instancias públicas que intervienen en cada uno de los cuatro sistemas, las subcomisiones respectivas revisarán aspectos no considerados inicialmente y propondrán soluciones para enfrentarlos; definirán las necesidades en materia de políticas de apoyo para cada sistema y buscarán las vinculaciones necesarias con las acciones previstas para los otros sistemas.

Por su parte, las subcomisiones por políticas de apoyo, a partir de los requerimientos que se les planteen para cada sistema y teniendo en cuenta los lineamientos generales y los recursos disponibles para las acciones en la materia respectiva, formularán los programas de apoyo al sistema de abasto alimentario.

La concreción regional del modelo se garantizará mediante el establecimiento de varias instancias de coordinación. El Ejecutivo estatal propondrá que se establezcan en los municipios Comisiones Municipales para el Abasto Alimentario que elaboren y vigilen el cumplimiento de programas municipales en la materia, en el marco del Plan Estatal de Desarrollo y de acuerdo con los lineamientos contenidos en el Plan Nacional de Desarrollo.

En el ámbito rural, las 10 regiones en que se divide el estado se tomarán como la unidad geográfica de coordinación, en virtud de que posibilitan el establecimiento de estructuras organizativas coordinadas para el manejo de recursos federales a

nivel de programas que atiendan no sólo las tareas productivas sino también las pertinentes a transformación, distribución y comercialización de alimentos, así como al consumo y nutrición.

En el ámbito urbano la instancia de coordinación podrá establecerse en el plano municipal, creando mecanismos específicos o aprovechando los ya existentes para propósitos parecidos. En este ámbito la coordinación operará más que en el campo productivo, en las cuestiones relacionadas con distribución, comercialización y consumo de alimentos, concentrando la atención en la población objetivo de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

A nivel estatal y municipal se concertarán las acciones con el sector privado y social local, dentro de la vertiente de concertación del Plan Nacional de Desarrollo, ya que con base en el principio de planeación democrática, en la organización de las coordinaciones regionales adquiere particular importancia la revisión y reforzamiento de los mecanismos de participación de los sectores social y privado.

Por otra parte, en virtud de que el modelo propuesto requiere para su ejecución y control del concurso de múltiples instituciones, organismos y entidades públicas y privadas, así como de la población en general, es necesario contar con un sistema jurídico ordenado e integral, que permita orientar y revisar la legislación vigente, defina principios, regule las actividades que inciden en la alimentación y los espacios de parti-

cipación y evite las duplicaciones y ausencias en el quehacer público.

Ya que para alcanzar sus objetivos, es imprescindible establecer normas jurídicas más comprensivas, ágiles y dinámicas, que eviten los monopolios y monopsonios; aseguren una política de precios de garantía y de crédito oportuno y adecuado a la producción de alimentos e insumos; regulen la producción y distribución de insumos; propicien la organización y capacitación de los productores; aseguren una adecuada distribución de ingreso entre los participantes en el sistema alimentario; promuevan la continuidad y coordinación de la acción pública; eviten la duplicación, divergencia o contradicción en la actuación del Sector Público relacionado con la producción, distribución y comercialización de alimentos impidan el derroche y el desperdicio de los recursos.

La tarea legislativa será promovida por la Comisión Estatal para el Abasto Alimentario ante la Cámara Legislativa local, quien tendrá una responsabilidad fundamental en el ordenamiento y sistematización del marco jurídico que norma las actividades alimentarias.

Para concluir esta exposición, sólo nos resta agregar que dentro de las posibilidades de nuestra propuesta, condicionada por la crisis actual, se pudiera considerar nuestro trabajo de investigación como una modesta aportación a los cambios estructu-

rales que requiere México para entrar en la etapa de la moderni
zación, y dentro de un marco de democracia, asegurar a la socie
dad jalisciense una igualdad fundamental en el consumo alimenta
rio básico que les permita continuar en la senda del desarrollo
económico, político, social y cultural.

C O N C L U S I O N E S

Después de haber estudiado y fundamentado esta investigación apoyándose en el método científico, hemos llegado a las siguientes conclusiones, las cuales son el reflejo de los postulados que nos fijamos para cumplir nuestro compromiso demostrando su comprobación.

En culminación de los resultados obtenidos en este trabajo se da una respuesta objetiva a las interrogantes que nos planteamos al inicio del mismo, las cuales se enuncian por orden según el contenido de esta investigación y se traducen en las siguientes conclusiones:

- El abasto alimentario de las grandes ciudades hasta ahora ha obedecido a fuerzas determinadas por los agentes tradicionales del comercio, sujetándose desde luego, para el caso, a reglamentaciones fijadas en su gran mayoría por ellos y por los intereses que representan.

- Hoy en día las grandes ciudades, con sus zonas de influencia, áreas suburbanas, localidades rurales adyacentes, centros fabriles proyectados con su propio equipamiento habitacional, grandes conjuntos habitacionales, etc., exigen la intervención de sistemas de control determinados por el gobierno y la administración pública para efectos de co-

responder a políticas de planeación, interés público y utilidad social en materia de productos básicos para la alimentación humana. Guadalajara es una de ellas, constituida en los momentos actuales como gran área metropolitana asentada sobre el municipio de Guadalajara y los de Tlaquepaque, Zapopan y Tonalá, todos de la misma entidad federativa.

- Al ser Guadalajara la segunda ciudad más grande del país, entre los diferentes problemas a los que se enfrentará la ciudadanía en el siglo veintiuno será la sobrepoblación, la seguridad, la salud, la educación, la vivienda y ante estos diferentes retos resaltarán el abasto alimentario.
- La integración estructural de la ciudad de Guadalajara como una metrópoli con un desarrollo urbano y económico, que origina una mayor demanda para la población en lo correspondiente a la alimentación, paralelo a la sobrepoblación que en el futuro se dará en este ámbito territorial, obligan la necesidad de que se establezcan políticas de comercio local y coordinar programas con dependencias y entidades paraestatales con el fin de que exista un apoyo en ambas para enfrentar los retos que se avecinan.
- De la investigación realizada en el caso concreto de Guadalajara y su zona metropolitana, se pudo observar que la comercialización del abasto alimentario está sujeta a meca-

nismos fijados por los intereses de los dueños del comercio, como lo señalamos en la primera conclusión, puesto que ellos participan en los sistemas de acopio, distribución y consumo de alimentos con acciones directas, mediante convenios y hasta dando directrices para orientar la venta y el consumo de acuerdo a sus intereses particulares. El sistema de distribución se ajusta a los intereses de quienes lo controlan al estar integrado por una vasta red de formas de comercialización que va desde el comercio mayorista hasta el de vendedores ambulantes.

- La Administración Pública es el medio con el cual el Estado se auxilia para instrumentar sus políticas y dar respuesta a las demandas de la ciudadanía; entre éstas se localiza el abasto alimentario, de ahí que existan dependencias federales, estatales y municipales que se responsabilicen de esta atribución.

- La Teoría General de Sistemas explica el funcionamiento de los sistemas simples o complejos, mediante el estudio de las relaciones internas de sus partes y de los mecanismos de regulación internos y externos. Bajo el marco de referencia del diagnóstico integral con una visión de sistemas y las normas que brindan una guía fundamental para la obtención de la información así como la estructura básica para captarla, se integran e interpretan los factores teleológico, organizacional, jurídico, funcional y social

personal. Aquí se contempla el análisis de un corte seccional de una organización (sistema o subsistema) en un modelo dado; con base en su historia y su entorno se considera fundamental considerar los componentes necesarios que lo integran.

- La investigación cubrió el diagnóstico del abasto alimentario de toda la zona metropolitana con base en un enfoque derivado del marco teórico conceptual de la administración pública y de la teoría general de sistemas, habiendo podido aplicar en todo el proceso tres principios básicos de la teoría: 1) el concepto de sistema; 2) los niveles de sistema; y 3) los usos del "sistema de sistemas" con resultados factibles para nuestra propuesta de establecer un "Modelo de Abasto Alimentario" en la zona de nuestro estudio.

- Este enfoque nos permitió entender todo el proceso de comercialización de abasto alimentario, de tal manera que pudimos obtener datos totalmente confiables, susceptibles de verificarse en cualquier momento y de ser aplicados a otros campos de interés para la ciudad, como los planes directores de desarrollo urbano, las comunicaciones, los transportes, la regulación de la publicidad y las políticas de orientación al consumidor.

- También se pudo captar bajo un marco real urbano el funcio

namiento, la operación, la producción, la comercialización, los participantes en la misma, los giros comerciales, el acopio de productos, la venta, lo cual nos indica causas, motivos, razones y medios por los cuales se genera la problemática en el abasto alimentario.

- El proceso de comercialización estudiado permitió observar datos sobre los sistemas de acopio, de servicios de apoyo a la comercialización, de distribución de los productos pe recederos y de los agentes de la comercialización, que co existen, controlan y regulan el abasto de Guadalajara y su zona metropolitana: oficial, social y privado.

- De la investigación realizada se deriva la conclusión de que el Estado mexicano tendrá que hacer frente al problema alimentario mediante un modelo de administración pública basado en la teoría general de sistemas -que sirvió de base para este trabajo-, porque sería una de las formas de regular el abasto y controlar uno de los problemas ancestrales que lo afectan, no sólo en Guadalajara, sino en todo el país: la intermediación innecesaria, caracterizada ésta por una gran cadena de agentes cuyo interés se fija en el acaparamiento y la especulación únicamente.

- Los sistemas de almacenamiento adolecen de una adecuada di versificación de servicios, por lo que es necesario crear más centros de acopio y unidades frigoríficas para el alma

cenamiento de productos perécederos del campo y de productos lácteos así como para la guarda y conservación de productos lácteos y cárnicos. Cabe destacar que a partir del Sistema Nacional para el Abasto y del funcionamiento del Fideicomiso de Modernización Comercial del Banco de México, ya se han gestado importantes proyectos concertados entre el sector social y el privado, para desarrollar unidades frigoríficas y para abaratar los precios de los productos con el fin de que tengan mayor salida a los mercados externos.

- El almacenamiento depende en gran medida de las condiciones aleatorias de la agricultura, por lo que es necesario fortalecer el sistema de acopio rural, con instalaciones de bajo costo y programas que motiven a los productores rurales para aumentar su oferta de productos.

- Los servicios de apoyo que presta el transporte comercial son la base fundamental en todo el proceso de la comercialización desde su inicio (unidad de producción), continúa (compradores mayoristas o menudeo) y termina (compra del producto final); ante este ciclo cabe destacar que en ambos momentos el transporte en sus diferentes modalidades es importante ya que es el medio básico por el cual el costo final del traslado se ve reflejado en el precio del producto que adquiere la ciudadanía (de ahí la necesidad de modernizar el transporte por el bienestar de la ciudadanía).

- Por su función articuladora y su participación en la fijación de los precios, la comercialización de productos alimenticios básicos siempre ha sido considerada por el Estado como una actividad de alta prioridad. Congruente con ello, ha desarrollado importantes mecanismos de participación directa en el acopio, almacenaje y distribución de alimentos.

- En la producción de granos básicos, son diversos agentes locales los que se ocupan habitualmente de la comercialización. Con frecuencia éstos proporcionan a los productores otros servicios más amplios que el de la compra del producto. Aquí surge la presencia del intermediarismo.

- Las condiciones productivas y sociales de los productores de trigo y de algunas semillas oleaginosas, así como su organización y los instrumentos reguladores y de comercialización para estos productos, los exponen en menor grado a la intermediación y a las prácticas tradicionales de los agentes locales. En estos cultivos el Estado ejerce un mayor control en la comercialización, al promover que la industria privada concorra a la compra y pague precios de garantía o bien mediante la adquisición directa de la producción.

- Cualquier programa de modernización del comercio se enfrenta a varios problemas. Entre éstos, el primero son los mitos y concepciones equivocadas sobre la actividad mercantil. Se suele aceptar sin cuestionamiento que el principal problema del comercio de alimentos es el intermediarismo excesivo y que la solución es eliminar comerciantes innecesarios. Este enfoque nos parece simplista y poco apto para captar el meollo de la cuestión comercial. No se puede negar la existencia de numerosos intermediarios que gravan la actividad comercial, pero su eliminación no sería suficiente.

- Algunos alimentos se introducen mediante mecanismos casi directos (productor bodeguero-medio mayorista-comerciante), eso no redundaría en relaciones comerciales más eficientes o en mejores precios al consumidor. La cuestión es más compleja.

- Tras esta visión se encuentra muchas veces el equivocado prejuicio, desmentido por las experiencias de países más adelantados, que concibe al comercio como un mal necesario y a los comerciantes como especuladores y beneficiarios de ganancias ilícitas. Al contrario, al comercio debemos concebirlo como una función necesaria que si es ejecutada adecuadamente se convierte en una actividad que coadyuva a la generación de riqueza y a la satisfacción de necesidades sociales.

- No debe olvidarse que la presencia de un gran número de etapas de intermediación en el abasto y la distribución de alimentos obedece a características básicas de la sociedad: una marcada atomización, dispersión y heterogeneidad de productos rurales y de consumidores exige un gran número de comerciantes de todo tipo. Tenemos el sistema comercial que nuestras propias condiciones crearon. En él no hay comerciantes innecesarios e intermediarios que no cumplan una función comercial determinada. Si bien es cierto que es deseable y posible su transformación, esto exige visiones y estrategias de conjunto. No se pueden reducir los eslabones de la intermediación si no se modifican las condiciones que las crearon.

- El pequeño comercio no institucionalizado (bodegas, misceláneas, abarrotes, etc.), cuyo grueso se asienta en zonas habitadas por la población objetivo, concurre a resolver el problema de abasto de este sector, adaptándose operacionalmente a las posibilidades económicas del mismo y del área donde se ubican. Sin embargo, su acción se ve entorpecida por los vicios que la improvisación les confiere, por lo que los servicios que prestan no resultan ser lo eficientes que se quisieran.

- Los mercados públicos, pese a ser uno de los principales canales de distribución al menudeo, a través de los cuales se desplazan y realizan importantes volúmenes de los ali-

mentos que arriban a la ciudad para su comercialización, - han mostrado en los últimos años limitaciones e ineficiencias de carácter estructural para satisfacer adecuadamente la demanda de alimentos de la población citadina.

- En el aspecto meramente comercial se da una cierta dificultad para ampliar su cobertura e influencia en su área de ubicación. Así, pese haber contado con el apoyo de los diferentes gobiernos, los mercados como unidades físicas, han reducido en términos relativos el número de personas atendidas e, inclusive, muchos de ellos se circunscriben a satisfacer la demanda de la población asentada en la zona circunvecina inmediata.

- La ineficiencia comercial asociada a la mayoría de los locatarios de los mercados públicos, queda reflejada, principalmente, en hechos evidentes como: expendio de productos de calidad heterogénea, precios superiores a los que corren en canales alternativos, pesas y medidas deficientes, falta de salubridad de los propios locatarios, nula o deficiente presentación de los productos ofertados, marcada desatención al público, entre otros. Consecuentemente estos aspectos, que se encuentran en contradicción con las necesidades y demandas de la población consumidora, - determinan el alejamiento de los usuarios de estos canales y la búsqueda de canales alternativos, tales como tianguis y mercados sobre ruedas.

- La escasa visión empresarial de los locatarios se ha dejado sentir en su desidia para aprovechar las ventajas y posibilidades que ofrece el operar con economía de escala. Obviamente, en la forma de operación de los locatarios han estado (y están) presentes condiciones objetivas que impidieron en una primera instancia, asumir esta forma económica de realizar sus transacciones, tales como:

Ausencia de políticas integradoras y dinamizadoras de las actividades de abasto, distribución y comercialización al menudeo; carencia de ordenamientos dinámicos que respondan en todo momento a la lógica de la comercialización; inseguridad jurídica de los locatarios para usufructuar las posibilidades de su local; así como manipulación económica y política por algunos líderes, administradores y otros funcionarios menores.

- Otro elemento que ha redundado negativamente en la formación y consolidación de agrupaciones de locatarios, adecuadas a sus posibilidades y limitaciones reales, cuyo fin último sería el usufructuar y aprovechar las ventajas que ofrece la operación con economías de escala, ha sido la proliferación y atomización organizacional propiciada por algunos líderes de mercados poco representativos y corruptos; quienes manipulando a los locatarios han conseguido que los mercados públicos -canal que en sus inicios presentaba un gran potencial real de resolución de los problemas

- inherentes a los propios comerciantes y a los consumidores- devengan en un mecanismo de comercialización ineficaz y obsoleto en su actual estructuración.

Los locatarios de los mercados públicos actualmente presentan el siguiente perfil general: reducido nivel de ventas individuales, pulverización de su oferta y demanda, atomización en el uso de transporte, insuficiente equipamiento colectivo, sujeción a intermediarios innecesarios, competencias desleales entre locatarios de un mismo giro, limitación y/o ausencia de financiamiento (por no ser considerados sujetos de crédito), ausencia de personalidad jurídica para reclamar y hacer valer sus derechos, sometimiento a los grandes mayoristas, y su eliminación en el proceso de formación de precios.

- El gobierno debe propiciar que los trabajadores de los tianguis posean sus propias instalaciones (por medio de cooperativas); vigilar la sanidad e higiene en el manejo de los productos; cuidar que su precio sea similar en todos los expendios; proporcionar seguridad a los compradores; vigilar las pesas y medidas y facilitar los medios para que los ciudadanos puedan hacer reclamaciones sobre los bienes adquiridos cuando éstos no reúnan las normas de calidad mínimas para su consumo.

Las autoridades deben cuidar que no proliferen los vendedo

res ambulantes por la ciudad y circunscribirlos a áreas en donde puedan ofrecer sus mercancías sin molestar a los habitantes, ni impedir el tráfico de la ciudad, -si en realidad queremos que Guadalajara llegue al siglo veintiuno en condiciones de ofrecer a sus habitantes la posibilidad de apreciar su belleza arquitectónica, su trazo urbano, dentro de un marco de respeto a las normas de convivencia ciudadana, en donde todos puedan esforzarse por tener acceso a un mejor nivel de vida social, económica y cultural-.

- Hoy en día es de suma importancia que el Estado intervenga operativamente como regulador del abasto alimentario por que este problema se interconecta con grandes retos de modernización para el país desde el campo del gobierno y de la administración pública.

- La soberanía nacional y la alimentación implican el ordenamiento y la responsabilidad del gobierno y gobernados con el fin de alcanzar la autosuficiencia alimentaria; para que se dé este postulado debe existir básicamente un - - - cambio de aptitudes y actitudes en el personal gubernamental con una cultura alimentaria y una ética profesional -- del comerciante.

- El Estado mexicano debe establecer programas de abasto -- alimentario en las diferentes entidades federativas y debe

descentralizar atribuciones en materia alimentaria a fin de apoyar el desarrollo y crecimiento de los estados y municipios.

- A la larga, una política de modernización del comercio interno tendría una significación social que justificaría su difícil instrumentación; sin embargo, ante la ausencia de fuerzas endógenas de cambio dentro del sistema comercial, quedaría el Estado como único agente dinámico de la modernización.

- Con voluntad política, el Estado podría comenzar a dar los primeros pasos de una transformación estructural del comercio: organización de productores rurales y remodelación de los mercados mayoristas y sus vínculos con los menudistas (el estado podría crear cadenas voluntarias reorientando IMPECSA), todo ello dentro de una estrategia integral; no obstante, el Estado tiene serias limitaciones, entre ellas la ausencia de esa visión integral, absoluta descoordinación de políticas comerciales y alimentarias, manejo político del comercio y falta de recursos, entre otras. La mayor de todas sería que la política estatal operaría en un mundo de resistencia y pasividad por parte de los agentes comerciales.

- Cualquier programa de modernización comercial debe partir de la modificación del esquema anterior; o sea debe i - -

niciarse con el apoyo a la producción y organización del productor para que cuente con los medios y la infraestructura para poder sembrar, cosechar, empaclar, transportar, almacenar y comercializar en forma directa, y de esta forma inducir al mayorista que se limite a la función que le corresponde en el proceso comercial.

- Una conclusión fundamental de nuestro estudio es la urgencia de profundizar en el análisis de los diversos sistemas que conforman el abasto alimentario para, de tal forma, desterrar opiniones subjetivas que sólo buscan satanizar al comercio y que en nada colaboran en la modernización de una actividad que si bien no agrega valor al producto, sí reduce costos para que la producción llegue a los consumidores, que de no ser por el sistema comercial actual, o no llegarían o lo harían a precios estratosféricos; esto es, que los que trabajan en el sector comercio obtengan justas ganancias como contraparte del servicio que prestan a la población.

- El Modelo de Abasto Alimentario propuesto figura en el cuerpo de trabajo como capítulo VIII de la investigación. Para ponerlo en práctica habrá la necesidad de modernizar la administración pública de la entidad, por una parte; y por otra poner en práctica acciones de carácter intermunicipal que se basen en la teoría general de sistemas que nos sirvió de enfoque.

- La puesta en marcha de un modelo como el propuesto, evidentemente requerirá de todo un cuerpo de métodos, normas y planes derivados de nuestro orden constitucional y reglamentario vigente, para, finalmente establecer, dentro del propio modelo, las disposiciones intermunicipales del caso; asunto político y de gobierno de lo más difícil por el interés de la autoridad municipal en defender su libertad, pero factible porque la población demanda cada vez con mayor voluntad y organización, más y mejores servicios como el del abasto alimentario.

- En el contexto de este modelo se pretende lograr de manera concertada el reordenamiento del sistema de abasto alimentario de la ZMG en función, principalmente, de las necesidades y prioridades de la población de escasos recursos, con el propósito de salvaguardar sus precarios ingresos y proporcionar oportunamente y a precios accesibles los satisfactores básicos. La clave de este proceso será la modernización de la actividad comercial.

- En conclusión, la modernización del comercio es imposible en el corto plazo. En un lapso más largo podrían tenerse frutos si con voluntad política e inteligencia se emprende una estrategia adecuada; sin embargo, el comercio sigue a la sociedad y no puede pretenderse seriamente

te intentar cambiarlo sólo con la limitada intervención del sector público y en ausencia de fuerzas que expresan el movimiento social.

México, D.F., noviembre de 1989.

B I B L I O G R A F I A

Acosta Romero, Miguel. Teoría General del Derecho Administrativo. Edit. Porrúa, México, 1985.

Acosta Sánchez, Octavio. Ponencia "Sistema Legal Mexicano--de Protección al Consumidor". Foro: Distribución y Consumo, Guadalajara, 1987.

Arregui, Fernando. Descripción de la Nueva Galicia, Edición y Estudio, Fr. Chevalier, Sevilla, España., 1946.

Arroyo, Jesús. Población, Urbanización y Desarrollo Regional en Jalisco. Edit. Colomos, Guadalajara, 1986.

Barrón Carmona, Ignacio. El Proceso Comercial en México, --Distribuidora Conasupo Metropolitana, S.A. de C.V., México, 1989.

Bathie, Arthur. Compendio de Derecho Público y Administrativo. Edit. Jus, México, 1955.

Bernal Díaz del Castillo. Historia Verdadera de la Conquista de la Nueva España, Edit. Porrúa, México, 1972.

Boulding, Kenneth E. Teoría General de Sistemas: el esqueleto de la ciencia, en Gildardo Campero y Héctor Vidal. Teoría General de Sistemas y Administración Pública. San José, EDUCA, 1977.

Buckley, Walter. La Sociología y la Teoría Moderna de los--Sistemas, Amorrortu, Buenos Aires, 1970.

Castañeda Jiménez, Héctor F. Jalisco en México. Gobierno --del Estado de Jalisco, Guadalajara, México, 1988.

Castaño Asmitia, Daniel, La Legislación Comercial en México--co. Tercer Congreso Regional de Economistas, Guadalajara,--1987.

Castillo Berthier, Héctor. Estructura de poder de los comerciantes mayoristas de abarrotes de la Ciudad de México. s.f. citado por Rello, Fernando y Sodi, Demetrio.

Castro Vázquez, José. Ponencia "El Transporte Ferroviario en Jalisco". Foro: Distribución y Consumo, Guadalajara, -- Jal., mayo, 1987.

Cervantes Cantero, Abigail. El Comercio Privado en la Estructura del Comercio en México. Edit. Trillas, México, -- 1987.

D'arc Rivière, Hélène. Guadalajara y su región. SEP. México, 1973.

Galeana Rodríguez, José Velino y Ma. Elena. Las Adecuaciones del Sistema Diconsa en la búsqueda de la modernización comercial, Tesis FCPys UNAM., México, 1989.

Galbraith, John Kenneth, Anatomía del Poder. Edit. Edivisión, Ira. Edición, México, octubre, 1986.

Gutiérrez López, Gregorio. El Comercio en la Revolución, - en Jalisco en la Revolución. Gobierno del Estado de Jalisco, Guadalajara, 1988.

Hauriou, André. Derecho Constitucional e Instituciones Políticas. Edit. Ariel, Barcelona, España, 1980.

Labra, Armando. Rasgos y problemas del comercio interno.- Investigación Económica, núm. 176, Vol. XLV, México, - -- 1986.

Lailson, Patricia. Guadalajara. La Gran Ciudad de la Pequeña Industria. El Colegio de Michoacán. Zamora, Mich., - 1985.

Lange, Oscar. Problemas de Economía Política del Socialismo. Edit. Fondo de Cultura Económica, México, 1965.

Madrid, Miguel de la. Sexto Informe de Gobierno. Anexo Estadístico. México, 1988.

Martínez Chávez, Victor Manuel. Teoría y Práctica del Diagnóstico Administrativo. Un Enfoque de sistemas. Edit. Trillas, México, 1989.

Mendizábal Guerra, Guillermo. Evaluación de Proyectos de -- Inversión en tiendas de autoservicio. Tesis, México, 1987.

Moore, Francis. Comer es primero. Más allá del mito de la -- escasez. Siglo XXI Editores, México, 1988.

Muria, José Ma. Brevísimas historia de Guadalajara, Edit. -- Colomos, Guadalajara, México, 1982,

Padilla Aragón, Enrique. México, desarrollo con pobreza. -- Siglo XXI Editores, México, 1980.

Páez Brotchie, Luis. Jalisco, Historia Mínima, Editado por -- H. Ayuntamiento Municipal de Guadalajara, México, 1985.

Piñeira Ramírez, David. El nacimiento de Jalisco y la gesta -- ción del federalismo mexicano. Editado por Poderes de Jalisco, Guadalajara, México, 1974.

Rapaport, Anatol. Teoría General de los Sistemas en Pensa-- miento Crítico. No. 47, La Habana, Cuba, diciembre 1970.

Rello, Fernando y Sodi, Demetrio. Abasto y Distribución de -- Alimentos en las Grandes Metrópolis. El caso de la ciudad -- de México, Edit. Nueva Imagen, México, 1989.

Rescher, Nicholas. Sistematización Cognoscitiva. Siglo XXI-- Editores, México, 1981.

Rodríguez Reyes, Alvaro. Administración del Sector Público. Herrero Hnos., S.A., México, 1979.

Rotundo Emiro, Paul. Introducción a la Teoría General de los Sistemas. Universidad Central de Venezuela, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, División de Publicaciones, Caracas, Venezuela, 1973.

Ryan, William. Principios de Comercialización. Edit. Ateneo, México, 1979.

Saldaña, Adalberto. Teoría y Práctica del Presupuesto por Programas en México. (Un caso concreto), Ediciones INAP, México, 1979.

Scott, William G. Sociología de las Organizaciones. Edit. Ateneo, Buenos Aires, 1978.

Shepard, W.J. Enciclopedia de Ciencias Sociales. Monografía sobre Gobierno. Vol. VII, Edit. Edwin P.A. Seligmon, USA, 1957.

Solís, Leopoldo y Montemayor, Aurelio. Modernización Comercial y Desarrollo Económico, Revista de Comercio y Desarrollo, México, nov.-dic., 1977.

Torres Montes de Oca, Abelino. Sistema de Distribución de Productos Perecederos en la Zona Metropolitana de Guadalajara y su Influencia en el País. Depto. de Programación y Desarrollo del Gobierno del Estado de Jalisco, Guadalajara, México, 1982.

Torres Montes de Oca, Abelino. Jalisco desde la Revolución. El Comercio y su Conformación 1940-1987. Tomo XIV. Gobierno del Estado de Jalisco. Guadalajara, México, 1988.

Van Young, Eric. Gobierno de Jalisco. Revista "Jalisco" No. 2, Guadalajara, México, 1980.

Vidal, Ernestina. Administración Pública, ensayo No. 9, -
publicado por Cuestiones Nacionales, México, 1957.

Antología de la Planeación en México, 1917-1985, Tomo XI,
Secretaría de Programación y Presupuesto y Fondo de Cul-
tura Económica, México, 1985.

Archivo General de la Nación, Tomo VII, Vol. I, México, -
1983.

Carta Económica Regional. Instituto de Estudios Económi-
cos, Regionales. Universidad de Guadalajara, México, ---
años 1 y 2, Nos. 1 al 7, 1988-1989.

Censo General de Población y Vivienda, SPP., México, - -
1983.

Conasupo, Informe General de Actividades 1977-1982. Gua-
dalajara, 1982.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, -
(Comisión Federal Electoral, Secretaría Técnica), Méxi-
co, 1989.

Enciclopedia Salvat, Tomo I, Salvat Editores, S.A., Méxi-
co, 1976.

Gobierno del Estado de Jalisco. Comité de Planeación del
Desarrollo, Vol. VI, Guadalajara, 1986.

INEGI, Perfil Estadístico de la Región de Occidente, Gua-
dalajara, 1982.

Jalisco en Síntesis. Secretaría de Programación y Presu-
puesto, INEGI, México, 1985.

México Social 1987. Indicadores Seleccionados, Estudios -
Sociales, Banamex, México, 1985, 1986 y 1987.

Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, Presidencia de la República, SPP, México, 1989.

Problemas de la comercialización, BIRF., Washington, D.C. 1969.

V Informe de Gobierno, Enrique Alvarez del Castillo, Guadalajara, Jal., 1988.

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, Revista, año 1, Vol. I, No. 6, México, junio de 1984.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Departamento de Cartografía y Representación, México, 1983.

Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Dirección General de Ferrocarriles. Estadística Ferroviaria Nacional-1982, México, 1984.

Síntesis Geográfica de Jalisco. Secretaría de Programación y Presupuesto. México, 1987.