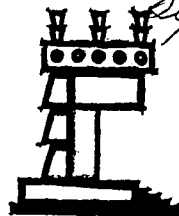




UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ARQUITECTURA



42

dy

"CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGRICOLAS
PARA LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE JOJUTLA MORELOS"

T E S I S

Que para obtener el Título de
A R Q U I T E C T O

P R E S E N T A N

CABALLERO	GUTIERREZ	ALBERTO
MEDINA	JAEN	EDUARDO
MONTESINOS	TARANGO	JORGE

1992



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 está 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.

INDICE

	Pág.
I. INTRODUCCION.....	1
II. MARCO TEORICO.....	5
III. ANTECEDENTES DE LA ESTRUCTURA FISICA.....	15
a) Localización Geográfica	
b) Topografía	
c) Clima	
d) Vegetación	
IV. ANTECEDENTES DE LA ESTRUCTURA URBANA REGIONAL.....	19
a) Situación del Comercio y los Mercados.....	23
b) Comercialización de productos Agríco - las y Mercadeo.....	26
c) Alternativas de la Población.....	29
d) Vialidades.....	39
V. ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA ESTRUCTURA SOCIAL A PARTIR DEL PORFIRIATO, NIVEL NA CIONAL Y LOCAL.....	41
VI. PLANES Y POLITICAS DEL EDO.....	60
VII. POLITICAS DE LOS POBLADORES.....	64

	Pág.
VIII. OBJETIVOS.....	65
IX. DESARROLLO DEL PROGRAMA ARQUITECTONICO.....	67
X. PROGRAMA ARQUITECTONICO.....	69
XI. MEMORIA DESCRIPTIVA DEL PROYECTO.....	71
XII. ALCANCES DE TRABAJO.....	73
XIII. BIBLIOGRAFIA.....	76

INTRODUCCION

Existen en nuestro país una gran diversidad de problemas de toda índole, dentro de esta problemática existe un vasto conjunto de causas y contradicciones que se vienen generando por el tipo de sistema que gobierna en el país.

"El intento que perseguimos es de abordar de manera crítica uno de tantos problemas dándole un sentido de participación y significación social a las formas arquitectónicas dentro de un contexto físico, rural, urbano o regional, con una ubicación histórica y con un sentido de planificación". (1)

Entre los muchos problemas a que se enfrenta el país esta el rezago y atraso de la distribución de productos agrícolas pues de ella depende el oportuno y adecuado abastecimiento de artículos de consumo de primera necesidad. Así, la comercialización Agrícola es una actividad que debe realizarse adecuadamente para satisfacer las necesidades de la población. Y también obtener precios justos para los campesinos que producen los alimentos básicos de nuestro pueblo.

Sin embargo, a pesar de esta importancia, sabemos

1) Fuente del plan de estudios de la Facultad de Arquitectura. Autogobierno.

que la comercialización de productos agrícolas se realiza incorrectamente y presenta grandes desventajas que afectan directamente a ejidatarios y pequeños propietarios e influye también en amplios sectores populares, perjudicándolos en sus ingresos pues tienen que pagar precios altos por artículos de primera necesidad y perjudicando a los productores pagándoles precios bajos por su producción.

Esto es ocasionado por la presencia de múltiples intermediarios y acaparadores que, aprovechando que los campesinos carecen de medios para comercializar, es decir, carecen de organización, capital, almacenes, transporte, etc., les compran su producción a precios bajísimos.

En las últimas décadas en el país se ha registrado un crecimiento acelerado de la población urbana principalmente en las ciudades grandes y medianas; este proceso de concentración de la población demanda volúmenes de satisfactores básicos.

En base a estas tendencias de crecimiento de los centros urbanos, se requiere establecer una red de comercialización que permita una adecuada distribución de los productos alimenticios de consumo básico.

Ante esta situación la propuesta de trabajar en el municipio de Jojutla, Mor., surge a partir de una serie de necesidades de la comunidad que se dan en base a la experiencia de la organización de los mismos habitantes, es decir, a lo que los habitantes piensan deben tener. Así, las necesidades se vuelven demandas que surgen de problemas reales, de aquí que la vinculación con nosotros surge de manera directa a partir de tener relaciones con algunos miembros de un grupo de pequeños productores agrícolas (2) porque no es una organización consolidada ni reconocida, en sólo una agrupación de pobladores que tienen inquietudes por resolver los problemas a que se enfrentan cotidianamente.

De todo lo anterior, y como estudiante, surge el interés y la motivación para abordar uno de los problemas concretos de la población de Jojutla, Mor.

Esto también da posibilidades de integrar a nivel académico un documento de apoyo para el desarrollo y presentación de tesis a nivel licenciatura, y como un impulso a la política de nuestra escuela, de hacer arquitectura desde un planteamiento de investigación sobre una realidad concreta.

2) Estos productores son principalmente ejidatarios con parcelas de 1 a 3 hectáreas, con los que realizamos entrevistas y encuestas.

Al mismo tiempo, nos permite manifestar el grado de vinculación popular que el Autogobierno ha venido desarrollando desde su formación. En este caso, respondiendo a una demanda concreta de proponer espacios adecuados para la comercialización de productos agrícolas para los pequeños productores que les permita de alguna manera incorporarse a la dinámica del mercado.

De esta manera nuestra formación académica se verá enriquecida al concretizar en la realidad nuestro conocimiento técnico, llegando a proponer elementos arquitectónicos como punto final de nuestro trabajo.

A nivel de equipo de tesis, la vinculación popular se desarrolla a partir del compromiso contraído con la comunidad, concretamente con los pequeños productores para la elaboración de proyectos de espacios comerciales.

MARCO TEORICO

El comercio como actividad económica cumple una función vital es el enlace entre el productor de mercancías y el consumidor. De esta manera, los servicios comerciales aceleran la circulación de los productos dando lugar a relaciones mercantiles de gran complejidad.

En el modo de producción capitalista, la realización o venta de las mercancías a través de las actividades comerciales permite que el capital comercial entre al reparto de la plusvalía generada por el trabajo humano no retribuido, sin haber participado en la producción. Por esta característica Pierre George considera que este mecanismo específico de atesoramiento mercantilista se ha transformado en un instrumento de acumulación capitalista. (3)

El concepto que permite englobar el emplazamiento comercial las relaciones de distribución y los espacios de origen y destino de las mercancías, es el de "mercado".

Históricamente el comercio ha tenido distintas formas de manifestarse: se inicia con el trueque e intercambio en

3) Pierre George, Los grandes mercados del mundo, Ediciones -- EUDEBA, Argentina, 1969, p. 9

las sociedades primitivas; adquiere gran auge con el capitalismo mercantil-alrededor de los siglos XIV, XV, y XVI; dentro del capitalismo propiamente dicho, el comercio presenta primero una forma de organización correspondiente a la etapa del capitalismo competitivo, del libre cambio, de los siglos XVIII y XIX y evoluciona hasta llegar a la fase del capitalismo monopolista en el que la estructura económica descansa en los monopolios que invaden todo el proceso económico, desde la producción hasta la distribución y el consumo.

El comercio, por tanto, no sólo ha servido para poner en contacto a los productores y consumidores o para dar "empleo" a un gran número de personas; la capacidad que tiene como fuente de acumulación de capital ha permitido que su influencia se extienda hacia múltiples campos que van desde la agricultura hasta la construcción, la industria manufacturera y las finanzas.

El comercio debe entenderse, entonces, como un mecanismo complejo que está inscrito dentro del desarrollo del mercado, concepto que históricamente implica un desarrollo del mercado de mercancías, del mercado de bienes, del mercado de capitales, y, principalmente, del mercado de la fuerza de trabajo, que constituye la principal mercancía dentro del capitalismo.

En el caso del mercado de productos es necesario no perder de vista la relación que existe entre la producción y el consumo.

El comercio está ligado íntimamente al proceso económico en su conjunto y forma parte imprescindible de él, pues sin los mecanismos de distribución (4) y venta el consumo de las mercancías no se realizaría.

El comerciante, en general, se limita a adquirir y a revender los bienes que él no crea ni transforma; está inscrito dentro de la esfera de la circulación de las mercancías y es un intermediario entre el productor y el consumidor. No obstante, el comercio no implica exclusivamente, como se considera en la mayoría de los casos, una actividad económica que transfiere los bienes de los productores a los consumidores o a otros productores, por medio de operaciones de compra-venta. Estas operaciones sólo constituyen la forma externa en que se manifiesta dicha actividad, ya que también participa en el acopio y selección de los bienes negociados, en el almacenamiento, conservación, conservación y transporte, o propicia la denuncia a través de medidas publicitarias creadicias, etc.

(4) "Roto el contacto directo entre productores y consumidores, la organización material del comercio supone la inclusión de una serie de intermediarios especializados, cada uno de ellos con una función bien definida y una comisión sobre el precio de los productos en tránsito o transportados. Pierre George.

El comercio es una actividad indispensable dentro de cualquier modo de producción, pero adquiere formas específicas de expresión de acuerdo con el proceso histórico en el que se desarrolla. En el capitalismo, en el que la producción de mercancías tiene como fin fundamental captar la plusvalía mediante el intercambio monetario de los bienes, el aparato comercial se incrementa a tal grado que los mismos economistas lo llegan a considerar como una rama parasitaria y socialmente innecesaria.

El comercio no debe analizarse como un problema aislado o casual, es necesario ubicarlo dentro del contexto nacional y, por consiguiente, tratarlo como resultado del desarrollo histórico del país, sin interrumpir las fases que constituyen el proceso económico.

La organización comercial implica la presencia de diversos grados de intermediación antes de que el producto negociado se consuma o se use. Dicho grado está relacionado con la jerarquía comercial que presenta cada zona económica del país y, por tanto con la estructura comercial que presenta dicho espacio.

Esta característica típica de la actividad contribuye en gran medida a la inestabilidad de los precios, razón por-

por la cual se considera el comercio como "uno de los factores más importantes en el encarecimiento de los artículos de que depende el grueso de la población y por consiguiente, del abatimiento del nivel de vida en general". (5) Este hecho se observa en el medio rural, en donde el excedente de la riqueza se traslada tanto a los intermediarios y especuladores que pagan a los campesinos precios ínfimos por sus cosechas, como a los prestamistas, usureros y comerciantes que venden las mercancías a precios prohibitivos.

El desarrollo de la economía mercantilista marca prácticamente el inicio de la especialización de los oficios, se incrementa la productividad y se hacen necesarios los mercados para la realización del intercambio comercial.

En estas condiciones fue posible una expansión "controlada" del mercado interior. Se debió en buena parte al éxodo en dirección de las ciudades de un proletariado agrícola desarraigado que provocaba la expansión industrial y más generalmente el crecimiento urbano: había que alimentar a esos proletarios; la agricultura halló en ellos clientes poco exigentes, pero en gran número. Así hay hoy centenares de miles de

(5) Aguilar, op. cit., pp. 36 y 37

vendedores ambulantes o desocupados, que recorren las calles de ciudades como México D.F., Guadalajara, Acapulco, Tampico, etc. Sus ingresos globales son si acaso iguales y aun inferiores a los que percibían cuando todavía eran campesinos; pero por lo que toca a la expansión del mercado interior, lo esencial no es el consumo absoluto sino la parte de éste que pasa por el mercado. Con el creciente proceso de proletarización, esta parte no puede sino aumentar. Por otra parte, el desarrollo generalizado de la productividad debido al proceso de capitalización permite a México mantener una clase media y una burocracia cada vez más importantes. Estas dos clases son consumidoras de productos agrícolas y económicamente solventes. La política del Estado, en materia de seguridad social, de subsidios a los empleados, de pensiones o retiros, etc. por limitada que sea es otro factor de apoyo a la expansión de mercado agrícola. (6)

En el campo también, la creciente especialización de la producción tiende a reducir el autoconsumo. Crea las condiciones de una demanda monetaria creciente por parte de los propios campesinos. También contribuyó a la comercialización, el desarrollo de las comunicaciones, pues permitió el transporte

(6) Gutelman, Michel. Capitalismo y reforma agraria en México.
P. 229

rápido de mercancías de todo tipo.

Verdad es, una vez más, que la parte de los productos agrícolas consumidos por los campesinos pero no producidos por ellos sigue siendo poco considerable; pero tiende a aumentar y a remplazar infaliblemente el autoconsumo, y eso produce el efecto de desarrollar la economía monetaria en la agricultura. Pero entonces se plantea ya la cuestión de saber quiénes son los agricultores que trabajan para el mercado.

La minoría de los poseedores aprovisiona la mayoría del mercado; la mayoría de los agricultores le proporciona de vez en cuando algunos productos. Para comprender las medidas oficiales en materia de organización de los mercados y determinación de los precios hay que conocer las condiciones de comercialización que padecen los pequeños agricultores.

Como los pequeños productores no llevan al mercado otra cosa que el aleatorio excedente de su autoconsumo, constituyen una oferta dispersa, incapaces de influir en cualquier forma en el mercado, donde no ejercen ningún peso y del cual ignoran los mecanismos, ellos sufren sus precios.

Cuando se trata de productos agrícolas destinados a la industria o, por medio de ella, la exportación, siempre se deben a oligopolios industriales que concentran la demanda

intermedia, la que va directamente a los productores, tiene un carácter relativamente concentrado. En la mayoría de los casos se trata de grupos de compra, públicos o privados, o bien de especuladores individuales que juntan la producción de muchos propietarios dispersos para revenderlos en seguida al consumidor, a menudo pasando por otros intermediarios.

El intemediario, el acaparador, sea individual o constituido en sociedad o grupo de compra, es, como en muchos países en vías de desarrollo capitalista el personaje que adapta a su manera y en su provecho, la oferta a la demanda. Es él quien "organiza" los circuitos de comercialización y definitiva constituye un factor esencial en la formación de los precios día con día, tanto en la producción como en el consumo.

Para el analisis de la realidad concreta del municipio de Jojutla Morelos tomaremos en cuenta una serie de elementos que nos permita llegar a una visualización clara y ojejtiva através de la utilización de un método y poder dar una explicación más profunda de este fenómeno.

Para ello tomaremos en cuenta las premisas fundamentales del materialismo histórico y dialéctico. Ya que la dialéctica enfoca las cosas y sus imagenes conceptuales sustancialmen

te en sus conexiones, en su correlación (ó interrelación) y en su dinámica explicandonos así el fenómeno social del municipio de Jojutla en su proceso histórico, el cual esta determinado por las propias leyes de los momentos históricos por los que ha atravesado.

Como todos los fenómenos de la realidad social el problema del campo y de la comercialización agrícola en Jojutla se encuentra en relación y dependencia de sus contexto. Así el problema lo estudiaremos a partir de sus interpretaciones económicas, políticas y sociales con el país, a nivel regional y de ese modo llegar a conocer las causas determinantes y condicionantes del problema de la comercialización agrícola.

Así estaremos considerando dialécticamente el desarrollo social del municipio, el cual se ha producido en medio y a través de contradicciones, como parte integral de una realidad concreta y no como un hecho aislado que carece de significado sino se toma en cuenta el conjunto de hechos que le atañen y con los que guarda intrínsecas relación y que le dan razón de ser.

Consideraremos que esta realidad se encuentra en permanente movimiento y transformación, que ha tenido un desarrollo histórico de contradicciones, el cual ha contenido

gradaciones cuantitativas en cada uno de sus aspectos: socioeconómico, político, etc., que han dado como resultado cambios cualitativos en las formas de vida, en los contextos sociales, físico y cultural.

Estas transformaciones cuya fuente es la contradicción interna que se presenta en el proceso social en su relación con el Estado, se expresa en una lucha por satisfacer necesidades reales.

En el proceso de investigación se trata de conocer de que manera se enfrenta el pequeño productor a la problemática de la comercialización de productos agrícolas y a las políticas estatales y como se ha enfrentado al problema de acuerdo a sus condiciones.

En cuanto al papel del Estado en la zona, analizamos las políticas que emplea para resolver la problemática en la agricultura y su comercialización y la manera en que contrasta las acciones y las posibilidades de los agricultores.

Todo esto apartir de las relaciones socio-económicas dadas por las relaciones de producción dentro del modo de producción capitalista.

ANTECEDENTES FISICOS

a.- LOCALIZACION GEOGRAFICA

El municipio de Jujutla de Juárez, es el tercero en importancia dentro del Estado de Morelos y es la cabecera municipal del mismo nombre.

Se localiza en la porción Sur del Estado en el paralelo 18° 35' de latitud Norte y el meridiano 99° 15' de longitud Oeste y limita con los siguientes Municipios; al Norte con Puente de Ixtla y Zacatepec, al Sur con Puente de Ixtla y Tlaquiltenango, al Oriente con Tlaquiltenango y al Poniente con Puente de Ixtla. Su extensión geográfica es de 105.93 km.² y su población hasta el año de 1985 era de 65,500 habitantes.

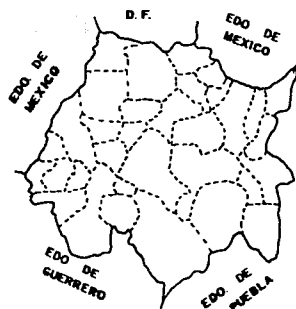
El Municipio de Jujutla está constituido por 14 localidades que son:

- 1.- Chisco
- 2.- Emiliano Zapata
- 3.- Higuero
- 4.- Jujutla de Juárez
- 5.- Jicarero
- 6.- Nicolás Bravo

LOCALIZACION DE LA REGION



MPO. DE JOJUTLA



EDO. DE MORELOS

- 7.- Panchimalco
- 8.- Pedro Amaro
- 9.- Rio Seco
- 10.- San Martín
- 11.- Tehuixtla
- 12.- Tequesquitengo
- 13.- Tlatenchi
- 14.- Vicente Aranda

b. TOPOGRAFIA

Zonas accidentadas 8% de la superficie y se localizan en el Sur de la cabecera Municipal. Con pendientes del 20% máximas.

Zonas semiplanas 27% de la superficie y se localizan en el Sur y principalmente hacia el Oeste. Con pendientes del 5% máximas.

Zonas Planas 65% de la superficie y se localizan en el Norte y el Centro.

c. CLIMA

La zona de Jojutla tiene una temperatura de 28.5° y 28 9° c. en los meses de abril y mayo respectivamente y de 22° c. en los meses de diciembre y enero.

Con régimen de lluvia a fines de los meses de mayo a octubre, y cuya dirección de vientos es de Norte a Sur.

d. VEGETACION

Bosques naturales en el cerro de Jojutla y algunas partes del Sur del Municipio, corresponden a selvas caducifolias, donde se intercalan matorrales y áreas de pastizal.

DE LA ESTRUCTURA URBANO-REGIONAL

El Municipio de Jojutla es uno de los más importantes dentro de la economía agrícola del Estado de Morelos.

La agricultura sigue siendo una de las principales actividades económicas y base de los industriales, se siembra fundamentalmente caña de azúcar, arroz, maíz, frijol, cebolla, jitomate, calabaza, etc., la acrecentada expansión de los asentamientos humanos en suelo agrícola trae consigo una disminución de este recurso, así como un incremento en la demanda de servicios y problemas de contaminación.

El fuerte crecimiento demográfico en el Municipio, se manifiesta principalmente en la densificación de la mancha urbana de la ciudad de Jojutla y en la unión que a través del tiempo se ha generado en esta cabecera municipal y en la que participan localidades de los Municipios de Jojutla, Tlaquiltenango y Zacatepec. Dicha conurbación ejerce una influencia notable en la región Sur del Estado, el equipamiento de la infraestructura y los servicios con que cuenta el Municipio de Jojutla, han propiciado que ésta sea el punto de confluencia, y donde se genera un gran movimiento comercial, el carácter comercial de este espacio urbanizado lo coloca como el principal abastecedor de productos.

La estructura urbana esta determinada principalmente por la actividad comercial, las calles comerciales coinciden con las principales vías de tránsito y en ellas se ubican las tiendas y comercios de artículos de uso menos frecuente y de lujo, las zonas comerciales, ubicadas en el centro no pueden satisfacer todo el mercado, lo cual ha favorecido la existencia de nuevos establecimientos que aparecen por el crecimiento de la ciudad, los cuales son pequeños y medianos establecimientos (misceláneas, farmacias, etc.) que se encuentran dispersas así como también un gran número de vendedores ambulantes. La estructura del espacio comercial esta representada básicamente por el "mercado" y por el tianguis.

El Municipio de Jojutla por su favorable situación geográfica-económica, se ha convertido en una zona de enlace comercial entre el campo y la ciudad, es aquí donde se encuentra la producción de los productos del campo que se cosechan en otras localidades como Higuierón, Panchimalco, Tlatechi -- Tlaquiltenango, etc., y después se dirigen hacia los espacios de consumo superior principalmente a la ciudad de México.

Esto ha provocado que surgan una serie de comerciantes (intermediarios, acaparadores, etc.) que participan en el proceso de comercialización, que se encargan de controlar y dirigir hacia los centros de mayor consumo; y las tiendas de artículos diversos. Los días de mercado son principalmente

sábados y domingo, como costumbre comercial que es cuando concurren un gran número de personas a vender parte de su producción y a comprar productos que no obtienen fácilmente en su localidad.

Existen tiendas de artículos diversos de regular tamaño, así como también bodegas, una tienda del ISSSTE y la CONASUPO que son las que controlan casi toda la gama de producto susceptibles de ser consumidos, que son también acaparadores de la producción local.

Todo esto ha perjudicado principalmente a los pequeños productores quienes adquieren a precios altos los productos que ellos mismos cosecharán.

El excesivo número de intermediarios que surgen de esta manera, constituye una de las principales causas que elevan el costo de las mercancías comercializadas, por ejemplo: los productos que llegan al mercado de la Merced, en el D.F., sufren en cuestión de horas, aumentos que van más allá del 50% y que posteriormente son regresados a su lugar de origen.

Actualmente el 55% de la población son agricultores que se dedican a la agricultura comercial de los cuales 2,535 son pequeños productores con parcelas de 1 a 3 hectáreas y el rendimiento por hectárea es menos del salario mínimo consi-

derando que son familias de 7 a 8 personas y son los que se enfrentan a los problemas de la comercialización ya que al no poder incorporarse a la dinámica del mercado, deciden rentar sus tierras al Ingenio de Zacatepec o trabajar para él propiciando con esto el monocultivo y endeudando al agricultor con el Ingenio, o deciden rentar sus tierras y dedicarse a otras labores.

Ante esta situación, a los principales problemas que se enfrenta el pequeño productor son los siguientes:

1.- Intermediación excesiva en las transacciones comerciales que propicia la manipulación innecesaria de los productos incidiendo en el incremento de normas y costos de comercialización.

2.- Falta de información sobre precios y volúmenes comercializados, que propicia prácticas de acaparamiento, especulación y falta de información de precios.

3.- Los comerciantes muestran incapacidad para promover y captar la producción regional por lo que es comercializada en centros de consumo más importantes como es la central de abasto en México, D.F., y posteriormente se transfieren a los centros de consumo de menor importancia, como el de Jojutla, Mor., propiciando la intermediación excesiva y encare-

cimiento a nivel consumidor final.

SITUACION DEL COMERCIO Y LOS MERCADOS

EL grueso de la producción agrícola del Municipio de Jojutla se dirige principalmente hacia los mercados urbanos, (7) esto puede haber sentado las bases para el surgimiento de transportistas intermediarios locales. Sin embargo la falta de capital para comprar camiones limita esta posibilidad. Además los transportistas que aparecen sólo regionalmente estarían parados la mayor parte del Año. La dirección de una empresa de transporte implica normalmente una extensa red de contactos rurales y urbanos que propicien información y clientes, y el acceso a una gran variedad de productos a lo largo del año. Estos requisitos los reúne más fácilmente gente que vive en la ciudad de México, en localidades intermedias (como Cuautla y Cuernavaca). Además, los grandes mayoristas urbanos suelen tener sus propios medios de transporte. Algunos productos como la caña y el arroz, son comprados directamente por las agencias promotoras (Los Ingenios⁽⁸⁾) y el banco ejidal).

(7) Principalmente a la Merced en la ciudad de México, D.F.

(8) El Ingenio de Zacatepec fundado en el período de Lázaro Cárdenas en 1938.

Cuando menor sea la distancia que tenga que recorrer un producto para llegar al mercado, menor será el costo del transporte y mayor la ganancia. Así, los agricultores dependen si es posible, de la demanda local. Esta es, tal vez, la razón principal de la persistencia de los mercados locales abiertos-tianguis, donde las mujeres venden parte de su producción agrícola. Libres del trabajo agrícola, las mujeres pueden ir a diferentes lugares a lo largo de la semana, principalmente a Jojutla, que es donde se da el mayor movimiento de intercambio de diferentes productos, el propósito de las transacciones en los mercados abiertos es la posibilidad de comprar a precios más bajos mediante el regateo en una situación de intensa competencia.

En muchos productos (sobre todo los agrícolas), los límites del regateo varían estacionalmente, y también el tipo de relaciones diferenciales entre comprador y vendedor.

El tianguis cumple asimismo importantes funciones en las relaciones sociales y en la difusión informal de información. Por esta razón, muchos hombres van regularmente al mercado una o dos horas. Ahí la gente intercambia noticias sobre los precios urbanos de los productos agrícolas, tecnología, ventajas y desventajas de nuevos cultivos.

Los peones buscan potenciales patrones. Las localidades pequeñas no cuentan con un tianguis en el sentido literal de la palabra, pero algunas vendedoras visitan las comunidades de vez en cuando y despliegan sus mercancías en puntos céntricos.

La dinámica creada por la circulación de dinero y la necesidad universal de efectivo se relaciona con el surgimiento y la expansión de una categoría de vendedores especializados que revenden mercancías y materias primas. Muchos comerciantes profesionales foráneos acuden a los mercados a vender mercancías compradas en las grandes urbes (ropa, calzado, ojeto de cuero, cerrajería, etc.), visitan no solo los mercados de las partes de Morelos sino también el resto del estado y muchos pueblos del Estado de México y Puebla.

Los campesinos locales no se han convertido en vendedores ambulantes, pero muchos (especialmente las mujeres), son pequeños comerciantes dentro de una localidad. La venta no se reduce en la plaza del mercado, en muchas casas se venden refrescos, dulces, cigarrros, etc.

Ha habido un gran desarrollo de tiendas de tamaño mediano que dan trabajo a las mujeres y a los hombres de la familia. Existen entre diez y quince almacenes de este tipo.

Algunos comerciantes son agricultores relativamente acomodados que han decidido invertir sus ahorros en una empresa menos arriesgada y laboriosa que la agricultura. Su mercancía es generalmente muy diversa ; utilizan la estrategia de incluir algo de todo lo que puede tener demanda, por pequeño que esto sea.

Tiendas más especializadas, donde se vende solamente una clase de mercancía (como fertilizantes o medicamentos). Todas las tiendas consiguen sus mercancías directamente de fábricas o de grandes distribuidores de Cuautla, Cuernavaca y la ciudad de México, que les surten regularmente. Los objetos de consumo duradero, como estufas, televisores, refrigeradores, etc., se compran en la localidad, en Cuernavaca o en la ciudad de México, donde acuden las amas de casa acomodadas.

COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y MERCADEO

EL MERCADEO DEL MAIZ.

La producción de maíz de un campo bien fertilizado es entre una y una medida toneladas por hectáreas. La gente del lugar mide en términos de volumen, no de peso, lo que significa que una buena cosecha se eleva a 25 cargas de 100 cuartillos cada una o son 25,000 cuartillos de maíz desgranado por hectáreas, debido al control gubernamental.

hay varias alternativas de mercadeo abiertas a un agricultor que ha producido maíz. En primer lugar, toda la cosecha es fácilmente vendible a comerciantes de Jojutla y Cuernavaca. En este caso, los gastos de transporte -un camión alquilado- se elevan. (9)

Por otra parte, si el agricultor no necesita una suma de dinero sustancial después de la cosecha, el grano puede guardarse para el consumo directo (doméstico), o para venderlo en la localidad o en los mercados de los pueblos circundantes. La mayoría de los molineros almacenan maíz casi equivalente a guardar dinero en efectivo. Esto se debe a la calidad durable del maíz y a la demanda constante del grano en la región y, de hecho, en todo el país.

El cultivo de maíz tiene además un cierto número de utilidades secundarias, el grano proporciona alimento a las aves y puercos que se crían en el patio. Además las hojas se utilizan para hacer tamales.

(9) La Comisión Nacional de Suministros Populares (CONASUPO), no recibo gran cantidad de maíz debido a que CONASUPO insiste en comprarlo por peso en lugar de por volumen. La variedad de maíz más popular en el área (ancho blanco) tiene mejor sabor, según la gente del lugar) es voluminosa y ligera. La CONASUPO a menudo encuentra excusas para no pagar el precio total: humedad, deformación del grano etc.

EL MERCADO DEL TOMATE

Una muy buena cosecha de jitomate va de 800 a 1000 cajas por hectarea; cada caja pesa unos 30 kilos. Para el éxito es difícil de predecir, aún si las plantas son escrupulosamente fumigadas y cuidadas, la cosecha puede verse en peligro debido a plagas de hongos y al mal tiempo. Diez minutos de granizada, por ejemplo, pueden arrazar un campo. Si la cosecha se pierde, no hay modo de recuperar algo. Si la cosecha se arruina totalmente, el mal tiempo de llevar a una disminución del tamaño del fruto, lo que baja el precio.

Las fluctuaciones del mercado, por otra parte, son también una fuente de riesgos, las fluctuaciones ocurren no solo de un año a otro sino también de un mes al siguiente, e incluso de una semana a otra.

La tendencia observable a largo plazo -de la que están muy concientes los agricultores- es que los precios vayan bajando. La producción de jitomate se ha triplicado en México en los últimos diez años, y la demanda nacional no se ha expandido a ese ritmo.

Además, la incidencia de esta tendencia puede variar

de un año a otro; las fluctuaciones de los precios dependen de un complicado mecanismo que implica no sólo a la producción nacional de jitomate sino también al mercado norteamericano. Cuando los campos norteamericanos arrojan una producción baja, se importan jitomates de México para cubrir la demanda estadounidense. Los precios, entonces, se elevan en México, y el pequeño agricultor tiene la oportunidad de ganar un buen dinero. de otro modo el mercado mexicano se ha inhumado de jitomate y el precio cae. Las circunstancias de las transacciones mercantiles específicas tienden a presentar incertidumbre (10) más que riesgos para los productores de jitomate. Esto significa que los agricultores no pueden predecir que opción seguirán cuando la cosecha esté lista para el mercado, ni cual será el resultado de usar alternativas específicas de mercado.

ALTERNATIVAS

1) INTERMEDIARIOS: Una vez que el Producto ha sido cosechado, tiene que ser vendido inmediatamente, puesto que no hay camaras de refrigeración donde almacenarlo, ni otro tipo de instalaciones que permita, su preservación en latas o frascos. No hay demanda suficiente en los mercados, ni

(10) Desde el punto de vista de los productores la incertidumbre es causada, fundamentalmente por falta de información.

locales, ni tampoco en los pueblos cercanos (11) a los que el fruto podría ser económicamente y fácilmente transportado. La demanda efectiva proviene de los mayoristas de las grandes ciudades: Monterrey, Guadalajara, Queretaro, Veracruz, Puebla y sobre todo de la ciudad de México, y de los intermediarios que llegan a las localidades. Compran una cierta cantidad del producto -de acuerdo a sus propios contratos con mayoristas o exportadores- y se encargan del transporte. Es preciso hacer hincapié en que los productores no pueden confiar en un sólo intermediario para vender la totalidad de sus productos. Tampoco pueden predecir cuantos intermediarios llegarán a la región, ni que cantidad del producto podrían aceptar. De este modo, aún cuando el procedimiento de venta más comodo sería esperar a que los intermediarios compren el producto, no es seguro que estos compren toda la cosecha. Además las transacciones con los intermediarios presentan también un alto grado de incertidumbre puesto que los agricultores no saben si les ofrecen un precio justo o son engañados. Algunos agricultores adoptaron la estrategia de telefonar a mayoristas y preguntarles cuanto ofrecían, para comparar los precios ofrecidos por los intermediarios y los del mercado de la ciudad de México; resultó que la información obtenida por teléfono rara vez era confiable, los mayoristas tendían a ofrecer una

(11) Las ciudades de Cuernavaca y Cuautla demandan una cierta cantidad pero nunca absorven toda la producción.

cifra alta con la esperanza de que los agricultores las vendieran directamente; pero, cuando éstos llegaban con sus jitomates, les daban un precio mucho más bajo con la excusa de que los precios se habían derrumbado en el último momento. El agricultor, habiendo pagado el transporte, estaba virtualmente a aceptar el trato.

En ocasiones los intermediarios se dan cuenta de que la cosecha local es abundante y, arbitrariamente, bajan los precios de un minuto a otro.

2) MAYORISTAS: Para evitar estas situaciones, los agricultores deben buscar alternativas, en lugar de vender a los camioneros. Pueden por ejemplo, rentar un camión y tratar de vender directamente a los mayoristas.

Esto aumenta sus costos, pues tienen que pagar de tres a cuatro pesos por caja para los gastos de transporte. Además, la transacción sigue sujeta a la incertidumbre. El grueso de los mayoristas de la ciudad de México se encuentra en el mercado de la Merced tienen una especie de cartel dirigido a mantener los precios de compra muy bajos en relación con los pequeños agricultores; tienen asimismo un pacto sobre los precios con las grandes cadenas de supermercados y los compradores norteamericanos. La gente de la Merced sabe que los agricultores tienen prisa en vender sus jitomates,

por la naturaleza perecedera del producto y porque tienen que regresar a su tierra a proseguir la cosecha, saben también que un pequeño agricultor no tiene los medios financieros para pagar el transporte a mercados más distantes. Los mismos agricultores ignoran si la ida a mercados más distantes valdría la pena o no y han aprendido a desconfiar de la información lejana. No obstante, no pueden estar tampoco seguros de que venderán la producción en la ciudad de México. Ha habido periodos de saturación del mercado en los que los mayoristas simplemente se niegan a comprar.

3) PREVENTA: Un modo de asegurar la venta es tratarla antes de la cosecha, e incluso antes de sembrar, frecuentemente esto se halla relacionado con un préstamo de mayorista, pero puede arreglarse como un contrato por el que el mayorista asume la venta y luego paga al agricultor el precio menos los gastos, la desventaja de estos contratos es que nunca especifican los precios, y éstos dependen de la situación del mercado en el momento de la cosecha. El agricultor simplemente obtiene unos recibos a cambio de las cantidades que entrega. El término de la cosecha implica que este vaya a la ciudad de México a cobrar. A menudo resulta o que el contratista sostiene que ha vendido la cosecha a precio muy bajo; a veces estos precios son incluso más bajos que los ofrecidos por los intermediarios, y sin embargo hay que descontar los gastos y la comisión. Así si bien esta alternativa elimina

La incertidumbre en relación a la venta, aumenta la incertidumbre acerca de la obtención de un precio conveniente.

Otra manera de preventa es pasar al campo de jitomate a otro agricultor, antes de cosechar; el comprador entonces financia y organiza la recolección y el mercadeo. Esto sucede cuando un agricultor queda sin dinero para pagar a los jornaleros necesarios para levantar la cosecha, o cuando cree que no tiene los conocimientos suficientes para manejar la operación adecuadamente porque nunca ha participado en la cosecha del jitomate. (Los casos de gente que no tiene conocimiento al respecto, son raros, generalmente se trata de inmigrantes). La desventaja es que la oferta de comprar de otro agricultor es normalmente muy baja, puesto que tiene que cubrirse de los posibles riesgos de fluctuación del mercado.

4) MERCADO SOBRE RUEDAS: Este fué creado por el gobierno federal, en 1971, para evitar los abusos de mayoristas e intermediarios. Al unirse a esta organización los pequeños productores reciben una licencia especial para vender directamente a los consumidores. El gobierno arregla que, en un día determinado de la semana, un lugar público de la ciudad para que sirva de mercado exclusivamente a los productores. No obstante, los agricultores sólo pueden confiar en vender una parte de su producción por este mecanismo. Solo funciona una vez por semana y llega a un número, limitado de consumi-

dores.

Por otra parte, la competencia dentro de este mercado muestra una tendencia al aumento es decir, hay cada vez más vendedores que van al mismo mercado y a veces la cantidad de productores excede con mucho la demanda efectiva. Los agricultores han comenzado a pensar que la gente de la merced a conseguido licencias para los mercados sobre ruedas y que los inundan de productos para volverlos una alternativa poco atractiva para los labradores.

La participación en el cultivo del jitomate implica también emprender un cierto número de estrategias a corto plazo dirigidas a enfrentarse -en cuanto es posible- a las incertidumbres del mercadeo. Estas estrategias apuntan a obtener información sobre todas las alternativas de venta.

El agricultor preguntará cuáles son los verdaderos precios de la ciudad de México a otros agricultores que hayan vendido allá su producto en el pasado inmediato; si es posible el día antes, para que las fluctuaciones no modifiquen drásticamente los precios. Buscará los nombres de los mayoristas que suelen ofrecer mejores precio. Al mismo tiempo, estará listo para contactar a los intermediarios ambulantes y comprará sus propuestas con lo que ya sabe, sobre las ofertas de los mayoristas, todo esto tendrá que hacerlo sin descuidar la

organización de la mano de obra para la cosecha de sus campos.

Estas múltiples operaciones serían mucho más simples si se llevaran a cabo dentro de un marco cooperativo que coordinara los esfuerzos de muchos agricultores; pero este marco no surge en relación a la venta de jitomate: los agricultores se hallan en una relación competitiva y no como socios. Cuando se enfrentan a los intermediarios, por ejemplo, no se presentan formando un bloque, ni exigen un precio mínimo para todos ellos; al contrario, cada individuo, trata de arreglarse independientemente con el comprador. No obstante han surgido patrones de cooperación y confianza entre gente que tiene otro tipo de relaciones, parentesco, vecindad, participación en fiestas. Estas relaciones son utilizadas en el desarrollo de redes de intercambio de información y consejo sobre los precios en mercados diferentes, sobre nombres de mayoristas, sobre la llegada de intermediarios. Ha habido casos de estrategias de ventas directas emprendidas colectivamente por grupos de amigos o parientes, rentar un camión, e ir, juntos a la Merced e incluso a mercados más distantes.

El grueso de la producción de jitomate en México está en manos de grandes propietarios, con un máximo de capital y facilidades técnicas. Estos además, reciben trato preferencial de las grandes compañías exportadoras e importadoras. No conciderarían si queira la idea de establecer algún tipo

con cultivadores en pequeña escala para que estos pudieran mejorar sus posibilidades de mercadeo. Toda la producción de las grandes propiedades que no se destina a la exportación va al mercado nacional y da oportunidad a los mayoristas de bajar los precios aún por debajo de lo que requerirían los mecanismos.

EL MERCADO DEL AZUCAR Y EL ARROZ

EL cultivo de caña de azúcar implica pocos riesgos climáticos porque hay pocas tormentas y vientos fuertes. Las fluctuaciones del mercado tampoco constituyen un riesgo puesto que los precios de estos productos están sujetos a control gubernamental. Además, los agricultores no tienen que preocuparse sobre las operaciones del mercado, puesto que las cosechas son vendidas automáticamente a las agencias que financian los cultivos, como son los ingenios.

Existen asimismo marcadas diferencias en las expectativas de ganancia de arroz y el azúcar, debidas a las diferencias del valor comercial de los productos y a la naturaleza de las transacciones con las agencias financieras.

La venta del arroz al banco ejidal es llevada a cabo por medio de los funcionarios ejidales locales, y los ejidatarios pueden supervisarla, o incluso corroborar el peso de

su producción y el precio del arroz no beneficiado.

En contraste, el control sobre el azúcar se pierde desde el momento en que la zafra comienza. El ingenio transporta el producto de sus depósitos y allí se pesa sin que el agricultor pueda controlar la operación. (12)

Se ha tratado de presentar situaciones en las que, precisamente, la involucración de los agricultores en la compleja producción capitalista exige compromisos, con compadres, parientes y vecinos y el establecimiento de expectativas de comportamiento muy difusas. Además, la investigación histórica muestra que la existencia misma de un campesinado en los bajos de Morelos, a través de los siglos ha sido una función de la participación de los pobladores en una economía de planteación orientada al mercado.

La involucración actual de la agricultura comercial lleva a una situación en la que la relevancia de la mano de obra doméstica disminuye.

Los agricultores más afortunados utilizan para educar a sus hijos estas ganancias y sacarlos de la agricultura;

(12) La nueva legislación azucarera impulsada por el presidente Echeverría (1975) exige que el pago sea proporcional tanto al peso como a la cantidad de sacarosa en la caña; pero los mecanismos para hacer esto efectivo aún son defectuosos.

los pauperizadores, junto con sus vastagos, emplean más tiempo en el jornal que en su parcela (incluso la parcela llega a ser más complementaria del jornal, y no viseversa). Por su puesto no ha habido ni puede haber una sustitución total del trabajo domestico: muchos productores lo utilizan como una estrategia importante, en el contexto de escasos, riesgo e incertidumbre, sin embargo, tal estrategia no es la única ni menos la principal en la dinámica agrícola regional. En cuanto, al consumo domestico, tampoco es el objetivo fundamental de las estrategias productivas, estas buscan - inevitablemente en un contexto de apremiante monetización.

VIALIDADES

Jojutla se encuentra a 45 km. de la ciudad de Cuernavaca capital del Estado y a 124 kms. de la Ciudad de México.

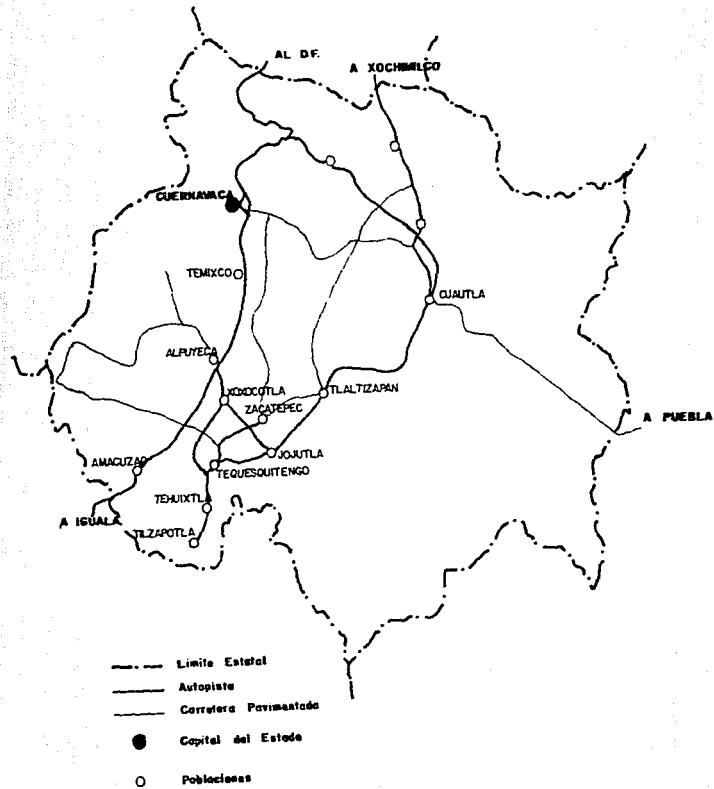
Sus principales vías de acceso son la carretera vía Cuernavaca que atraviesa por el centro de la ciudad y va hacia los pueblos aledaños como el Higuierón, Pedro Amaro y Nexpa.

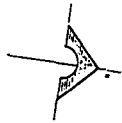
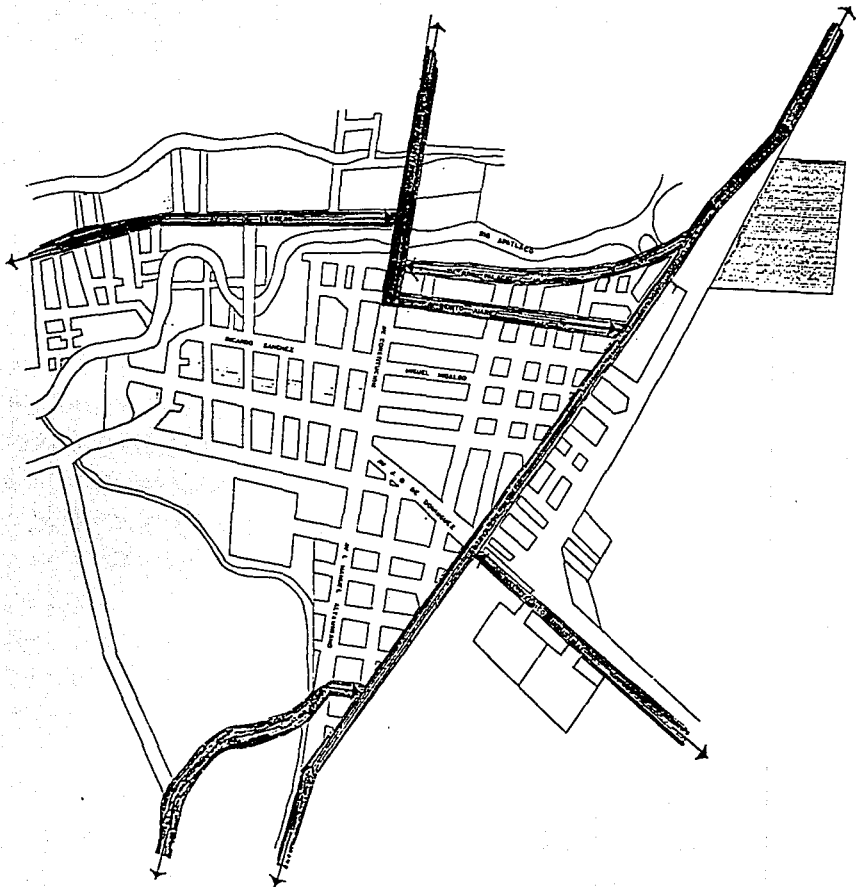
La carretera vía Zacatepec que pasa por un costado de la ciudad, cercano a la antigua vía del tren y encontrándose con la tercera vía de acceso que es la carretera que lleva a Tlaquiltenango.

Las vías de comunicación se encuentran en buen estado siendo la mayoría asfalto y muy pocas las de terracería.

EDO. DE MORELOS

POBLACIONES Y CARRETERAS





PROPUESTA	
SIMBOLOGIA	
	CALLE ORDINARIA
	CALLE DE TRONC
	CALLE DE TRONC
	CALLE DE TRONC

ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA ESTRUCTURA SOCIAL
A PARTIR DEL PORFIRIATO

Al iniciarse el último cuarto del siglo XIX la agricultura mexicana se desenvolvía dentro de un sistema de producción y de tenencia de la tierra muy variados. La mayoría de las veces estaba más cercana del autoconsumo y de la satisfacción de los mercados locales que de ser una actividad de exportación.

Una nueva política agrícola surgió con el deslinde de terrenos baldíos y de fomento de la colonización extranjera.

El siglo XIX mexicano se ha concebido con frecuencia como una ruptura caótica con el sistema colonial y como un largo prelude a la revolución del siglo XX. En esta concepción es un importante motivo del prelude el proceso de expropiación de los pueblos que culminó con la aplicación de las leyes de desamortización en la segunda mitad del siglo.

En Morelos es posible distinguir dos períodos en relación con la disminución de tierra de los pueblos y el aumento del tamaño de las propiedades privadas. El primer período dura aproximadamente hasta 1880. En él continuó el proceso de expropiación de la tierra comunal, tuvo lugar sobre todo en las

tierras bajas. A pesar de la crítica escasez de capital en el país en general los campos de caña y los ingenios de las tierras bajas nunca interrumpieron la producción para el mercado nacional e incluso para la exportación; a su vez proporcionaban cereales, carne y mano de obra. Además de los conflictos y contradicciones relacionados con los trastornos políticos a nivel nacional, en Morelos había problemas específicos, derivados tanto de pleitos por la tierra como de la resistencia de los terratenientes a pagar salarios suficientes a sus trabajadores. Otra fuente de problemas era la rivalidad entre españoles, criollos y mestizos por controlar los puestos políticos locales.

Finalmente los españoles fueron excluidos de los puestos públicos pero las contradicciones entre hacienda y pueblo, entre capital y trabajo nunca terminaron, y tuvieron efectos acumulativos que se expresan en numerosos actos de violencia. Durante esta época las grandes haciendas empiezan a producir granos en cantidades suficientes para su consumo interno y para vender en otras regiones; por tal motivo en las haciendas aún pueden observarse grandes bodegas, silos y trojes que se construyeron para almacenar maíz, frijol y chile, existían altas alcabalas y aranceles, que eran los pagos que se tenían que hacer para pasar por los caminos y que se imponían a cada tipo de mercancía y que junto con los problemas de transporte y comunicación, frenaban el desarrollo

de las actividades comerciales. Además la mayoría de la población estaba formada por indígenas que trabajaban como peones en las grandes haciendas, por lo que carecían de tierras para cultivar, y cuando las tenían, éstas eran de tan mala calidad que sólo producían para el autoconsumo y rara vez tenían un excedente para venderlo.

El segundo período y durante la época de Porfirio Díaz. A nivel nacional, la transferencia de derecho sobre la tierra fue gigantesca. Esto era, por otra parte, congruente con una política económica de "modernización", cuyas metas principales eran producir para el mercado mundial, crear una red vital de ferrocarriles iniciar industrias de tipo europeo. Durante el Porfiriato, llegaron empresas extranjeras que establecieron fábricas, construyeron ferrocarriles, perforaron pozos petroleros, etc. y todo esto influyó en la comercialización. Influyó promoviendo determinadas ramas de la agricultura ya que se empezaron a formar núcleos importantes de obreros en algunas ciudades provocado por la expansión industrial había que alimentar a esos proletarios. Por otra parte, el desarrollo generalizado de la productividad debido al proceso de capitalización permite a México mantener una clase media y una burocracia cada vez más importantes. Estas dos categorías son consumidoras de productos agrícolas.

También contribuyó a la comercialización, el desarrollo de las comunicaciones, pues permitió el transporte rápido

de mercancías de todo tipo.

Es necesario hacer notar que estas actividades de comercialización y la construcción de ferrocarriles, fábricas etc. sólo benefició a un puñado de extranjero y a unos cuantos mexicanos que estaban a su servicio.

En un momento dado la necesidad fue tal, que la producción interna fue insuficiente y se necesitó importar grandes cantidades de granos. El gobierno se vió obligado en un momento dado, a crear una "caja de préstamos para obras de irrigación y fomento de la agricultura" para remediar un poco la situación.

Desde esta época la agricultura en Morelos ha observado una tendencia general el cultivo de productos comerciales, tales como la caña de azúcar y arroz, de esta manera Morelos se ajustaba fácilmente a este marco: (13) el desplome del cultivo de caña de azúcar en Brasil creó una inmensa demanda en el mercado internacional y condicionó el surgimiento de

(13) Palom (1975) señala como motor del proceso de crecimiento de la agricultura comercial de exportación la estrechez decimonónica del mercado de plata; había que sustituir -- las divisas generadas por ésta con productos agrícolas.

nuevas estrategias por parte de las haciendas de las tierras bajas. Una primera estrategia consistió en modernizar la tecnología mediante la importación de maquinaria pesada y la reconstrucción de los anticuados ingenios. Otras estrategias consistieron en obtener más tierra, agua y mano de obra. Para expandir la producción había que arrebatar tierra y agua a los pueblos. Los salarios se mantenían bajos y pronto los habitantes de la zona y los migrantes comenzaron a buscar tierra para cultivar sus propios alimentos, pero la tierra era monopolizada por las haciendas.

Entre 1884 y 1905 fueron destruidos 18 pueblos morelenses más que en cualquier otro lugar del país - por la expansión azucarera; no sólo se tomaron los campos sino también las áreas residenciales. Se movilizó a las familias como trabajadores permanentes.

A comienzos del siglo, Morelos tenía dos rostros contrastantes. Era después de Hawaii y Puerto Rico, la principal región azucarera del mundo. Al mismo tiempo, la voracidad de las plantaciones por más tierra en que cultivar caña de azúcar creó una seria escasez de maíz y otros productos alimenticios para el consumo lo que a su vez elevó el costo de vida de los trabajadores.

El cultivador expulsado de sus tierras y proletariado

consumía cada vez menos de sus propios productos y se veía obligado a aprovisionarse en el mercado. Así, la caída de la producción y de la productividad en las comunidades indígenas convertía a sus miembros, transformados en salarizados, en consumidores en un mercado donde se volcaban la pequeña producción mercantil y la producción capitalista.

La política agraria del porfiriato apuntaba hacia un objetivo claramente definido: crear en México las condiciones sociales, y también "técnicas", necesarias para el desarrollo capitalista, obligando a los latifundistas a convertirse en explotaciones capitalistas y al campesinado comunitario a transformarse en semiproletariado desarraigado.

La brutalidad de este proceso y las contradicciones políticas y sociales que originó en el campo llegaron a provocar la explosión revolucionaria.

En sus comienzos, la revolución era un problema de una parte de la burguesía, cansada de la arbitrariedad porfiriana. Intervinieron luego la pequeña burguesía urbana y el campesinado pobre que en lo sucesivo tendría un peso decisivo en su desarrollo.

El proletariado agrícola propiamente dicho, es decir los peones acasillados en las haciendas, prácticamente no

se movió hasta 1934. El proletariado urbano se organizó para la defensa de intereses estrictamente gremiales y hasta desempeñó el papel de fuerza contrarrevolucionaria al servicio de la gran burguesía en lucha contra el campesinado.

Lo que caracteriza fundamentalmente a la revolución mexicana es ante todo el paso de los instrumentos del poder político de manos de la aristocracia terrateniente a manos de la gran burguesía surgida en parte de dicha aristocracia. Luego, muy rápidamente, el retroceso estratégico de esta nueva clase en el poder ante el empuje ejercido por otras clases sociales interesadas en la destrucción de los vestigios del sistema feudal.

La historia política de la revolución mexicana después de Madero no es más que la historia de las concesiones de una clase social a otras clases en sublavación, y no, la de la transferencia de las palancas de mando políticas y sociales de una fracción de la burguesía al pequeño campesinado. Después de la toma del poder por Madero no se produjeron los cambios esperados por los campesinos. Estos continuaron la lucha y obligaron a la burguesía a considerar las reformas sociales a que ellos aspiraban.

La revolución en Morelos tuvo como causa principal el desequilibrio tecnológico de la agroindustria azucarera.

En efecto, mientras que los ingenios alcanzaron un alto -- grado de modernización durante los años del porfiriato, los campos cañeros continuaron con una baja productividad por causa del atraso de sus técnicas. No se practicaba la rotación de los cultivos, no se difundía con la rapidez necesaria el uso de los nuevos arados y de los tractores. En vez de superar esta contradicción tecnológica entre el adelanto de la industria y el tradicionalismo de la agricultura los hacendados se precipitaron sobre las tierras de los campesinos: aumentaron la producción de caña pero no la productividad de los campos. Esto determinó la violenta respuesta campesina. Sin embargo, más que de contradicciones tecnológicas, la revolución brotó de las desigualdades existente entre las distintas clases y grupos sociales. Al igual que en otros lugares del país, la industria y el comercio locales en pequeña escala se vieron afectados por la disponibilidad de los productos traídos por ferrocarril.

Por entonces Francisco I. Madero publicó su Plan de San Luis Potosí, que exigía cambios en la estructura política y social del país, una cláusula abogaba por la justicia rural, Zapata se unió a él. En todo el territorio de Morelos dominado por las fuerzas revolucionarias se distribuyó la tierra de acuerdo con los viejos títulos de los pueblos.

La revolución triunfante no trató de destruir la propiedad privada sino de ponerle ciertas restricciones. Por otra parte, la vuelta a un modo de producción precapitalista no se hallaba entre las metas del nuevo gobierno, la tendencia que prevaleció fue la de una modernización económica capitalista.

En cuanto al campo, las nuevas políticas estaban diseñadas para favorecer el surgimiento de un gran número de pequeños propietarios, que tendrían acceso a terrenos de proporciones razonables y a un mercado nacional en el cual vender sus productos.

Para los habitantes de Morelos, su situación económica no era sustancialmente mejor que antes de la revolución. Obtuvieron tierras más bien malas, sus tierras no recibían agua, puesto que el control de riego continuaba en menos de la hacienda. Muchos decidieron abandonar la región y buscar trabajo en otras partes.

Los campesinos permanecieron en el autoconsumo dada la baja productividad y además su desorganización no les permitía llegar al mercado de manera directa, sino a través de los intermediarios que se enriquecían.

Desde que oficialmente fue promulgada, la reforma

agraria mexicana evolucionó con una cadencia irregular, con saltos hacia adelante, retrocesos y pausas que no eran sino el reflejo de las luchas de clases en el campo específico de la agricultura.

Con Carranza y Obregón, la lucha que había enfrentado la burguesía rural al campesinado pobre y la oligarquía terrateniente llevó a una situación caótica en el campo legislativo y a irrisorias transformaciones estructurales. A partir de 1921, con los regímenes de Calles, Portes Gil, Ortiz Rubio y Abelardo Rodríguez y a pesar de una ligera reanudación de los repartos de tierras, la reforma cayó casi en el olvido. Según las autoridades del gobierno por principio éste no se oponía a ella; pero de todos modos, no les parecía que fuera el mejor medio de desarrollar la burguesía rural y el capitalismo en el campo.

En 1924 Calles aprovechó las condiciones favorables que da la paz creando las bases del desenvolvimiento económico en bancos oficiales, escuelas agrícolas, caminos, presas y lo que es más, se repartieron por encima de 3 millones de hectáreas, a razón de 10 por campesino.

Calles favoreció el patrimonio ejidal por ser partidario de la pequeña propiedad, así que rehuyó la organización cooperativa lo que dominó fue una incidiosa confusión, hasta

que en 1927 Bassols precisó lo necesario en la primera ley de dotaciones y restituciones de tierras y aguas, pero esta ley fue reformada antes de 4 meses.

En 1929, el presidente Portes Gil entregó tierras a varias comunidades de Morelos, y esto resultó en más expropiaciones a las haciendas. No obstante, la hacienda logró mantener el control sobre el uso de esa tierra, los campesinos estaban obligados a cultivar caña y venderla el ingenio.

Comenzó a surgir un nuevo tipo de latifundio: éste ya no controlaba la mano y el producto mediante la apropiación directa de la tierra sino por medios más sutiles. Uno de éstos era la inversión en sistemas de irrigación.

En 1930 había muy poco dinero para comprar. No existía ni una sola tienda de mediana envergadura en toda la región. Los mercados semanales al aire libre continuaron celebrándose en los pueblos más importantes. Los campesinos vendían verduras, cereales y fruta y compraban percal, manta y huaraches traídos por vendedores ambulantes de Cuernavaca y Cuautla.

La mayoría labraba sus pequeñas parcelas y cultivaba maíz, frijol y chiles; los elementos básicos de la dieta diaria. Durante siglos la gente había complementado su agricultura de temporal con trabajo asalariado durante la temporada de

secas en las tierras de riego. Ahora esa actividad había disminuido mucho. La mayor parte de las tierras de las haciendas cañeras estaba siendo distribuida, y el riego estaba, en buena parte paralizado.

Además, varias haciendas azucareras no pudieron superar la crítica escasez de capital y la crisis de mercado generada por la depresión internacional de 1929.

En 1935, tras veinte años de "reforma", el problema agrario, estaba lejos de quedar resuelto. Efectivamente, la situación de la agricultura mexicana era inquietante.

Los grandes terratenientes, inseguros de cuál sería su suerte sólo invertían con resistencia. Por otra parte, los ejedatarios sin recursos y cuya única adquisición había sido una parcela íntima, que ni siquiera estaban seguros de conservar. Además, el mercado interior tendía a reducirse al aumentar el autoconsumo.

Los productos agrícolas llegaban efectivamente en cantidades reducidas a los mercados urbanos.

El cardenismo se puede definir como la quinta esencia de la ideología y la práctica pequeño-burguesa en lo concierne a preparar las condiciones de desarrollo del capitalis-

mo en la agricultura. Representa por lo menos el punto último a donde llega la concepción campesina del desarrollo capitalista en México. Al finalizar el mandato presidencial de Cárdenas, la fisonomía agraria de México había cambiado mucho. EL latifundismo remanente de las estructuras feudales había quebabaneliminado. Unicamente que deban el pequeño campesinado ejidal o privado y el gran capital agrícola.

Podría decirse que las intenciones populistas del período cardenista no hicieron gran cosa en favor de una región como Morelos. Cárdenas pretendía que el campesinado produjera para su subsistencia. Pero un campesinado como el de Morelos no podía sobrevivir sin trabajo asalariado suplementario, a menos que hubiera recibido riego o muchísima más tierra de la que obtuvo.

La pobreza tuvo algunas consecuencias paradójicas, por una parte, se abrieron al cultivo algunos trozos de tierra comunal en los cerros y se cultivaron trabajosamente con azadón. Por otra parte, muchos decidieron partir y abandonar sus tierras.

La segunda guerra mundial cambio el panorama. Se incrementó la demanda internacional d eproductos agrícolas mexicanos. Se disponía de capital, especialmente de capital norteamericano. Más aún, existía la oportunidad de dar impul-

so a la industrialización nacional mediante una política de sustitución de importaciones; a medida que los productos industriales de Europa y de los Estados Unidos dejaron de fluir. A los inversionistas privados - mexicanos y extranjeros - se les aseguró que la propiedad privada no corría peligro. La inversión económica gubernamental en las áreas rurales (riego, crédito bancario, carreteras) aumentó, pero se canalizó prioritariamente en beneficio de las explotaciones - normalmente privadas - que producían para el mercado de exportación.

La agricultura, que había estado estancada desde finales del porfiriato, y durante éste por lo que se refiere a los cultivos de consumo interno, inició un genuino proceso de desarrollo a partir de 1935 como resultado de la inversión pública en obras de fomento agropecuario y comunicaciones y del más amplio uso de la tierra que resulto de la reforma agraria.

En 1938, el presidente Cárdenas fundó un ingenio en Zacatepec Morelos y fomentó el renacimiento de la industria azucarera morelense, a fin de aprovechar las nuevas oportunidades que ofrecía el mercado mundial. EL ingenio de Zacatepec fue organizado como cooperativa apoyada (y controlada) por el gobierno: pero los ingenios privados, como el de Oacalco, y otros que surgieron posteriormente iban a participar también en el plan, el azúcar una vez más, se convirtió en uno de

los principales productos nacionales de exportación. (14) EN 1944 una ley federal decretó que los propietarios o usufructuarios de tierra adecuada, cercana a los ingenios deberían contribuir a incrementar la producción azucarera. De este modo los ejidatarios con tierras de riego volvieron a cultivar caña, la que tenía que ser vendida exclusivamente a los ingenios.

Otros dos cambios importantes ocurrieron alrededor de 1940. Primero, la gente tuvo acceso a pequeños préstamos de bancos gubernamentales para desarrollar la agricultura comercial. El más importante programa crediticio estaba dirigido a fomentar el cultivo de arroz en los ejidos de riego. Segundo el gobierno abrió una carretera de terracería que iba de Jojutla a Cuernavaca hasta la carretera general de la ciudad de México. El éxito de esta carretera fue tan grande que el uso del ferrocarril se ha vuelto innecesario.

Los nuevos cultivos comerciales - arroz y azúcar proporcionaron a muchos ejidatarios. La carretera abrió el camino a intermediarios que transportan los productos regiona-

(14) Crisis cíclicas han afectado la producción cañera mexicana en los últimos treinta años; desde los conflictos sociales hasta la ineficiencia global administrativa.

les a mercados más amplios y traían todo tipo de mercancías a los pueblos. La producción agrícola local se orientó cada vez más a la obtención de dinero. La transformación de la tecnología agrícola local ocurrió en este contexto de monetización creciente.

Una importante innovación tecnológica fue la introducción de arados de acero. Asimismo, los agricultores comenzaron a usar fertilizantes químicos. Pero la innovación tecnológica más importante ocurrió a fines de los años cincuenta, cuando se extendieron por la región métodos modernos para el cultivo del tomate.

La introducción del tomate como un importante cultivo comercial se vió favorecido por el hecho de que, en los años cincuenta y principios de los sesenta, los precios del jitomate en el mercado nacional subieron mucho, y por mejoras adicionales en las comunicaciones con el mundo exterior.

Los sucesores de Cárdenas, Avila Camacho, Miguel Alemán y Ruiz Cortines, abandonando la dirección tomada por el presidente reformista, favorecieron la expansión de la agricultura, apoyados en la propiedad privada y en las explotaciones agrícolas remunerativas. Ninguno de esos presidentes creía en el ejido según la concepción cardenista. Su política se plegaba a los intereses de la gran burguesía rural en pleno

desarrollo.

El estado de Morelos experimentó una invasión de la economía industrial de mercado, pero la industrialización de los productos agrícolas era una práctica desigual e injusta; todos los beneficios a la ciudad y los intermediarios y todos los sacrificios para el campesino.

Es entonces en 1965, cuando el gobierno federal constituye una gran empresa de carácter nacional cuyo objetivo central era y es comercializar de manera justa la producción agrícola. Esa empresa fue CONASUPO.

Se trata en lo esencial de una política de acopio de productos agrícolas comprados a precios tope garantizados por el Estado y de su venta a precios que frenen las alzas.

De hecho, el Estado se interponía entre el productor y el consumidor como intermediario poderoso, susceptible de quebrar la especulación, tanto alcista como bajaista. Así, pues, los mecanismos de organización del mercado instituidos, así como sus defectos han servido sobre todo para rebajar los precios de menudeo en las grandes ciudades. Es decir, han servido para disminuir el costo de reproducción de la fuerza de trabajo del obrero industrial. Con ello se ha realizado una vez más una transferencia de exedentes del campo a las

ciudades, en beneficio de los capitalistas urbanos.

Actualmente en Morelos, concretamente en el municipio de JOjutla la mayor parte de los jornaleros agrícolas son ejidatarios en posesión de una parcela de 1 a 3 hectáreas insuficiente para absorber (durante todo el año) su fuerza de trabajo.

La agricultura en Morelos ha observado una tendencia general al cultivo de productos comerciales esta tendencia se dirige a la diversificación de los cultivos, especialmente los dirigidos a la exportación y el abastecimiento del conjunto de la población que se aglomera en el Distrito Federal.

Puede asegurarse que una de las funciones que va a representar el Estado de Morelos, dentro del contexto económico nacional es la de servir de despensa de productos frescos a la capital del país. Una ola de turismo de fin de semana completa este panorama de cambio y orientación del mercado.

Ante esta situación, los grandes propietarios que disponen de crédito y tecnología compleja, y están organizados para cultivar cultivos comerciales especializados, pueden aprovechar estratégicamente las posibilidades favorables del mercado, e incluso pueden retirarse temporal o definitivamente de la agricultura. El pequeño propietario, con menos posibili-

dades de manipulación suele hallarse indefenso. Se puede afirmar que la situación de los ejidatarios y de los pequeños propietarios, minifundistas en la zona de agricultura comercial de riego, es similar ala de los campesinos que laboran en zonas de temporal. Los ejidatarios con frecuencia están dominados por las instituciones de gobierno de crédito con las cuales están cada vez más endeudados: Banco ejidal ingenios azucareros, burguesía rural, prestamistas etc.

La parte del león de los beneficios agrícolas va a los intermediarios: transportistas, comerciantes y, sobre todo, mayoristas.

PLANES Y POLITICAS DEL ESTADO

El estado en tanto instrumento de dominación de ciertas clases debe llenar funciones al mismo tiempo contradictorias y complementarias para asegurar la perpetuación del poder de esas clases y crear los mecanismos de su reproducción social.

Por una parte debe permitir el desarrollo del capitalismo en general, proporcionándole en particular bases sólidas en la agricultura. Ese es su papel esencial. Pero por otra parte, el poder del Estado es también un campo de fuerzas sociales y políticas y debe hacer un papel de árbitro controlando lo más posible, y aún frenando, los mecanismos automáticos del desarrollo capitalista.

La política general del Estado burgés en relación con el campesinado apunta a facilitar el proceso de desarrollo y de concentración capitalista y hacer al mismo tiempo a las clases precapitalistas las concesiones indispensables.

Estos dos aspectos contradictorios y complementarios se manifiestan de varios modos. Ya sea que se trate de enlazar el campesino en estructuras políticas y sindicales que tienden a integrarlo ideológica y orgánicamente en el sistema capita-

lista, ya se trate de organizar el crédito, determinar los precios y los salarios, la política de riesgo, siempre se advierten las mismas contradicciones internas.

En una economía en vías de desarrollo capitalista como la de México, el libre juego de la competencia y de los mecanismos de mercado, las violentas fluctuaciones de los precios -en alza en caso de penuria, en baja en el de abundancia. Además el grupo comercial de los intermediarios, comerciantes rurales más o menos usureros, acaparadores de todo tipo, que nace a cada instante de la inserción en la economía de mercado, de campesinos sin medios ni reservas, no dejaría de absorber una parte tal de los beneficios que agravaría el desarrollo del capitalismo. No debemos extrañarnos de que el estado haya creado entonces instituciones destinadas a controlar -por lo menos en parte- los mecanismos espontáneos del mercado. De este modo trata de lograr en esa esfera particular una transición pacífica de la pequeña economía mercantil a la economía capitalista.

Los intentos verdaderamente globales de intervención del Estado ante el problema de la comercialización datan de la segunda guerra mundial. En 1943 el gobierno creó la CEMSA (compañía exportadora mexicana s.a.)

Posteriormente la notable participación estatal en

determinadas ramas de la economía mexicana también se presenta en el macro comercio a través de la campaña Nacional de Subsistencias Populares, formando monopolios de Estado.

La CONASUPO es la empresa comercial que cuenta con el mayor capital, pero debe aclararse que esta empresa gubernamental "más que obedecer a una política de creciente participación estatal en la órbita comercial, responde a factores circunstanciales y aún al propósito de proteger y estimular a los capitalistas privados". Esto ocurre, en general, en todas las ramas de la economía, por lo que puede afirmarse que la participación estatal, más que tratar de racionalizar el mercado, tiene como objetivo acelerar la circulación y la producción. Es el principal comprador y redistribuidor de las empresas privadas (básicamente de artículos de primera necesidad), sin mencionar las tiendas del ISSSTE, de la Tesorería, etc.

Actualmente las políticas que plantea el Estado a la problemática del abasto es la de modernizar los sistemas de abasto existentes promoviendo la creación de centrales y módulos de abasto que se integrarán y operarán conforme a los lineamientos del Sistema Nacional para el Abasto(+19)

(+19) Decreto establecido por el Presidente Miguel de la Madrid el 24 de Septiembre de 1984.

que enmarcado en el Plan Nacional de Desarrollo y en el Programa Nacional de Alimentación orientado fundamentalmente a promover el proceso de abasto de alimentos para lo cual contempla:

- Coadyuvar al mejoramiento del nivel de nutrición de la población y en el esfuerzo nacional de incrementar la disponibilidad de alimentos.

- Alentar la producción y productividad de las actividades agropecuarias y apoyar su programación.

- Proteger el poder adquisitivo de los consumidores y el ingreso de los productores.

- Promover el mejoramiento de la calidad y el manejo de los productos y apoyar a productores, transportistas y comerciantes para incrementar su eficiencia.

- Procurar la ordenación y coordinación de los esfuerzos requeridos para racionalizar y modernizar el abasto en nuestro país.

POLITICAS DE LOS POBLADORES

Ante la problemática de la comercialización y ante las grandes desventajas a que se enfrentan los pequeños productores para llevar al mercado sus productos, han tratado de organizarse por medio de agrupaciones, actualmente existe una agrupación de 40 ejidos de pequeños productores que les permita comercializar sus productos de manera más directa en la dinámica del mercado, sin embargo lo hacen de manera desorganizada participando con organismos estatales como CONASUPO y COABASTO, esto ha ocasionado incertidumbre, ya que funcionan como intermediarios y solo les compran productos seleccionados que después distribuyen a tiendas rurales, a pesar de esto existe cierto conformismo pues de esta manera aseguran la venta de parte de su producción.

Otros productores se han organizado formando grupos de vecinos, amigos ó parientes para llevar su producción a mercados más distintos donde les pueden ofrecer mejores precios pero son acciones aisladas ya que en el momento de vender sus productos lo hacen de forma particular.

Pero no existen organizaciones fuertes ni consolidadas que le hagan frente a este problema.

OBJETIVOS

La presente investigación pretende alcanzar los siguientes objetivos.

Dar una alternativa arquitectónica a la problemática de la comercialización a la que se enfrentan los pequeños productores cotidianamente, logrando una participación más directa en la comercialización de los productos agrícolas, disminuyendo con esto el acaparamiento e intermediarismo de estos productos y mejorando así las condiciones de trabajo de los pequeños productores y ayudando en gran parte al abastecimiento de productos del campo a la población de Jojutla Morelos.

Promover también la integración de grupos y cooperativas de pequeños agricultores fortaleciendo así su participación en la actividad comercial.

Diseñar e implementar la alternativa arquitectónica en función a los requerimientos de productos en el área de consumo, adecuar la cantidad y tipo de equipamiento a las necesidades de operación así como a los planteamientos y características socio económicas de la demanda, para lo cual se tomará en cuenta, costumbres de la actividad comercial, consi-

derando también el aspecto tipológico como serían tianguis y plazas. Ubicando la propuesta dentro del contexto urbano.

DESARROLLO DEL PROGRAMA ARQUITECTONICO

El desarrollo de las propuestas arquitectónicas queda en función a la problemática y a las necesidades de los usuarios, para lo que hemos analziado las condiciones materiales, espaciales, funcionales y ambientales de los espacios comerciales en Jojutla Morelos, así como la relación que existe entre las necesidades reales y las posibilidades económicas y materiales con los que cuenta la población. Lo cual nos marca las condiciones a seguir en la propuesta y en los aspectos construtivos con sus materiales y acabados.

Para el desarrollo arquitectónico consideramos:

I.- El estudio y análisis de las condiciones físico-espacial y ambiental en relación a lo comercial.

II. Determinar la clasificación de las necesidades en base a su importancia.

III. Programa de Necesidades.

1. Relación actividad-necesidad, local requerido.
2. Estudio de áreas y determinación de zonas.

3. Determinación del predio.
4. Radio de influencia.
5. Compatibilidad urbana.

PROGRAMA ARQUITECTONICO

ADMINISTRACION

* Control	9 m ²
* Sala de Juntas	135 m ²
* Administración	6 m ²
* Bodega	9 m ²
* Sanitarios	18 m ²

AREA COMERCIAL

* Bodegas	1,536 m ²
- De frutas y hortalizas	
- De semillas y granos	768 m ²
- Control y recepción de productos	
* Frigoríficos	256 m ²
- De frutas y legumbres	512 m ²
* Mercado de productores	2,688 m ²
- Fondas	9 fondas
- Puestos	196
- Sanitarios	64 m ²

SERVICIOS

* Andenes de carga y descarga	800 m ²
* Patio de maniobras	4,492 m ²
* Estacionamiento	890 m ²
* Areas verdes y áreas pavimentadas	6,950 m ²
* Circulación peatonal	
* Depósito de basura	40 m ²
* Cuarto de máquinas	26.20 m ²
* Caseta de control	4 m ²
* Area de amortiguamiento	15,454 m ²
* Area total del centro acopio	33,07720m ²

MEMORIA DESCRIPTIVA DEL PROYECTO

El proyecto que se presenta es en base a los criterios y deducciones que se llegaron tomando en cuenta la naturaleza y tipo de actividades que se suscitan; alturas, claros, banos, pasillos y cada uno de los elementos arquitectónicos son motivados por las mismas necesidades de los pequeños productores.

El sistema constructivo depende en gran medida a las características propias del lugar, así como cada uno de los edificios lleva su propia justificación.

Las cimentaciones a base de zapatas corridas y utilizando concreto armado, son la base para las columnas que soportarán la estructura que forma las cubiertas de bodegas y del mercado. Por otro lado los acabados definitivos van en acuerdo con lo establecido en la zona y dándole un aspecto típico al lugar.

El proyecto se divide en tres áreas principales: áreas comercial, área de servicios y área administrativa.

En el área comercial se encuentran las bodegas de almacenamiento de granos así como los frigoríficos para la conservación de productos perecederos, mismos que se encuentran

dentro de un patio de maniobras en el cual descargan y cargan los productores de la zona. Otro de los edificios ubicado dentro del área comercial es el mercado de productores conteniendo este los locales para la venta de mercancía, fondas de comida, bodegas, sanitarios y zonas jardinadas.

El área administrativa consta de un edificio de control donde se llevan a cabo las gestiones para el buen control de todo el complejo, este edificio está provisto de una sala de juntas, de una administración, de una zona de control, bodega y sanitarios.

Por último tenemos la zona de servicios en la cuál se ubican todos los equipamientos necesarios para dar el abasto suficiente de agua, luz y drenaje que se utilice en las dos zonas mencionadas con anterioridad.

Todo esto representa el centro de acopio y comercialización de productos agrícolas para los pequeños productores en Jojutla Morelos.

ALCANCES DE TRABAJO POR CONJUNTO

- * Planta de conjunto esc. 1:250
- * Fachadas esc. 1:250
- * Instalación Hidráulica esc. 1:250
- * Instalación sanitaria esc. 1:250
- * Instalación eléctrica esc. 1:250
- * Instalación de gas esc. 1:250

ALCANCES DE TRABAJO POR ELEMENTO

PLANOS ARQUITECTONICOS

- * Planta de conjunto esc. 1:250
- * Plantas esc. 1:50 y 1:100
- * Cortes esc. 1:50 y 1:100 longitudinales y transversales
- * Fachadas esc. 1:50 y 1:100

PLANOS ESTRUCTURALES

- * Planta de cimentación esc. 1:50 y 1:100
- * Cortes

INSTALACIONES HIDRAULICA

- * Plantas esc. 1:50 y 1:100
- * Cortes esc. 1:50 y 1:100
- * Fachadas esc. 1:50 y 1:100
- * Isométricos y cuadro de datos

INSTALACION SANITARIA

- * Plantas esc. 1:50 y 1:100
- * Cortes esc. 1:50 y 1:100
- * Fachadas esc. 1:50 y 1:100
- * Isométricos y cuadro de datos

INSTALACION ELECTRICA

- * Plantas esc. 1:50 y 1:100
- * Cuadro de cargas y cuadro de datos
- * Diagrama unifiliar

INSTALACIONES DE GAS

- * Plantas esc. 1:50 y 1:100
- * Cortes esc. 1:50 y 1:100
- * Isométricos y cuadro de datos

CORTES DE FACHADA

- * Planos de cortes por fachada esc. 1:20

DETALLES CONSTRUCTIVOS

- * Planos de detalles constructivos esc. 1:20

APUNTES PERSPECTIVOS

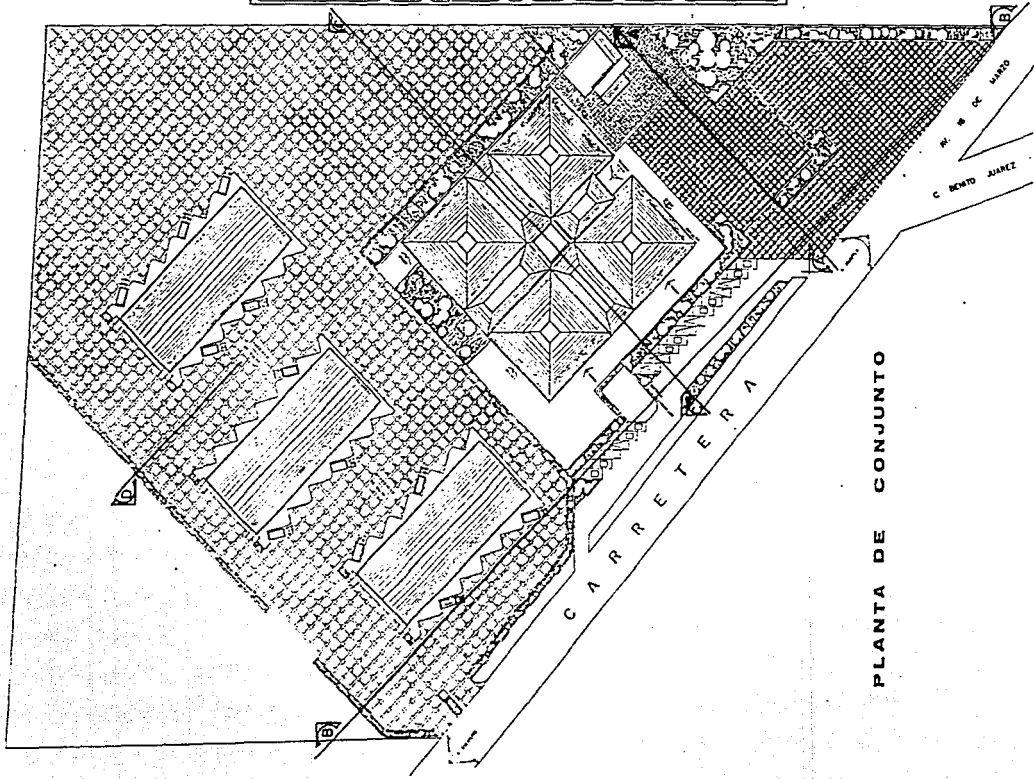
- * Isométrico

BIBLIOGRAFIA

- * Gutelman, Michel. "Capitalismo y reforma agraria en México".
Edit. Era México, D.F. 1979.
- * Becerril Chías, Luis. "Análisis Geoeconómico del Comercio
en México".
Edit. UNAM México, D.F., 1979.
- * De la Peña, Guillermo. "Herederos de promesas"
Ediciones de la casa chata México, D.F. 1980.
- * Conasupo. "Comercialización Agropecuaria"
Edit. Centros Conasupo de Capacitación México, D.F.
- * Del Moral, Rodolfo. "El Método Dialéctico"
ANUIES. México, 1977.
- * George, Pierre. "Geografía económica"
Ediciones Ariel, Barcelona 1970.
- * De la Peña, Guillermo. "Morelos viento en la cima fuego
en el cañaveral".
Ediciones de Morelos SEP 1982.
- * Plan municipal de desarrollo urbano.
Cédula Básica de información del municipio de Jojutla
- * Diario Oficial
Segunda sección. México, D.F., 27 de septiembre de 1984.
- * Normas de planeación
Sistemas nacional para el abasto. México, D.F., 1984.

BIBLIOGRAFIA

- * Gutelman, Michel. "Capitalismo y reforma agraria en México".
Edit. Era México, D.F. 1979.
- * Becerril Chías, Luis. "Análisis Geoeconómico del Comercio
en México".
Edit. UNAM México, D.F., 1979.
- * De la Peña, Guillermo. "Herederos de promesas"
Ediciones de la casa chata México, D.F. 1980.
- * Conasupo. "Comercialización Agropecuaria"
Edit. Centros Conasupo de Capacitación México, D.F.
- * Del Moral, Rodolfo. "El Método Dialéctico"
ANUIES. México, 1977.
- * George, Pierre. "Geografía económica"
Ediciones Ariel, Barcelona 1970.
- * De la Peña, Guillermo. "Morelos viento en la cima fuego
en el cañaveral".
Ediciones de Morelos SEP 1982.
- * Plan municipal de desarrollo urbano.
Cédula Básica de información del municipio de Jojutla
- * Diario Oficial
Segunda sección. México, D.F., 27 de septiembre de 1984.
- * Normas de planeación
Sistemas nacional para el abasto. México, D.F., 1984.



PLANTA DE CONJUNTO

<p>ACORDIO Y COMERCIALIZACION</p> <p>CENTRO DE</p>	<p>JO ANTE LA</p> <p>ADREZOS</p>		<p>CLASE DE</p>	<p>PROYECTO</p>		<p>UNAM</p>
--	----------------------------------	--	-----------------	-----------------	--	-------------



CORTE AA'



CORTE BB'




CORTE CC'





CORTE DD'

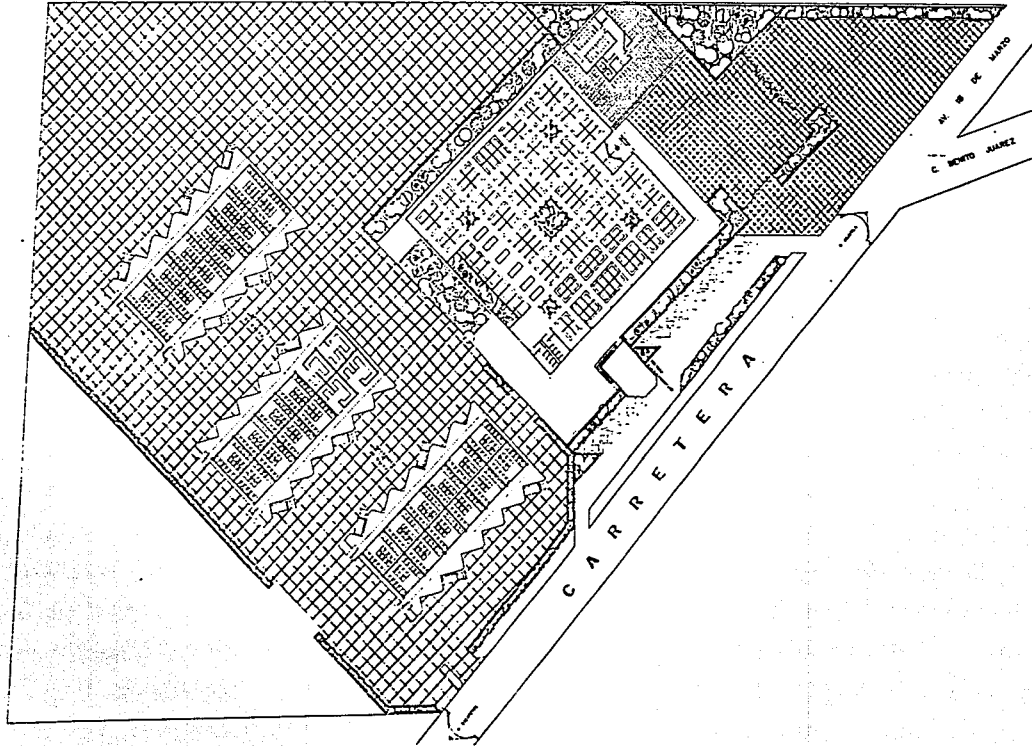
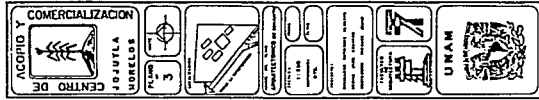
CENTRO DE

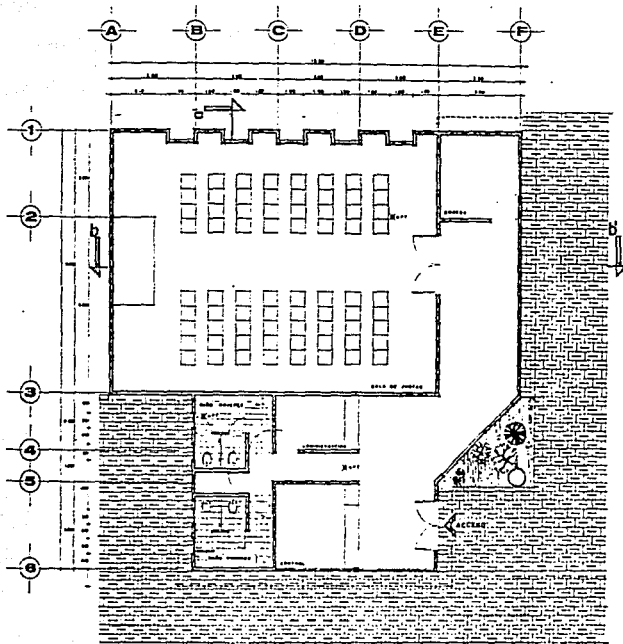


COMERCIALIZACION

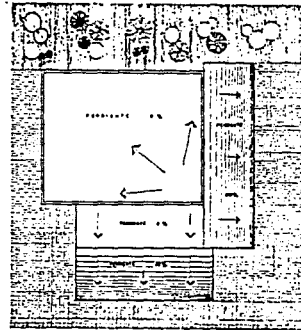
**JOJUTLA
MORELOS**

PLANO	FOYTE
2	
LUGAR	
FORMA DEL TITULO	
FINCAS DE COSA	
ESCALA	FECHA
1 : 500	
MEMORIAS	ELABO
DYE	
PROYECTO	
CARRILES DE FERROCARRIL MEXICO - SAN PEDRO EN EL MUNICIPIO DE JOJUTLA	
FACULTAD	7
ARQUITECTURA	
UNAM	
	





PLANTA ARQUITECTONICA



PLANTA DE AZOTEA

**ACOPIO Y
COMERCIALIZACION**

**CENTRO DE
COMERCIALIZACION**

**JOJUTLA
MORELOS**

PLANO
4

ESTADO

UBICACION DEL PROYECTO

**PROYECTO DE PLAN
ARQUITECTONICO (ADQUISICION)**

TIPO
TIPO

FECHA
1979

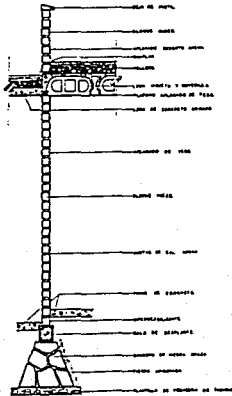
PROYECTO
CONSEJO TECNICO ALTA
DIRECCION GENERAL
MONTAJE TALLERES ADIC.

**PAQUETA DE
ARQUITECTURA
P.R.P.**

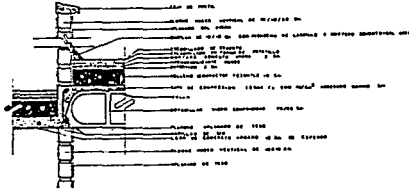
7

UNAM

ADMINISTRATIVO



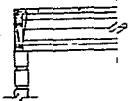
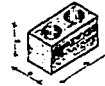
CORTE POR FACHADA



DETALLE



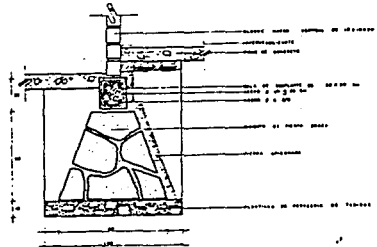
BOVEDILLA



APOYO DE VIGUETA SOBRE MURO



VIGUETA PRENSADA



CORTE POR FACHADA Y DETALLES

ACOPIO Y
COMERCIALIZACION

**JOJUTLA
MORELOS**

PLANO

6

PROYECTO

DESCRIPCION DEL PLANO

CORTE POR FACHADA DETALLE

ESCALA

1:20

FECHA

PROYECTA

ARMANDO GONZALEZ ALBERTO

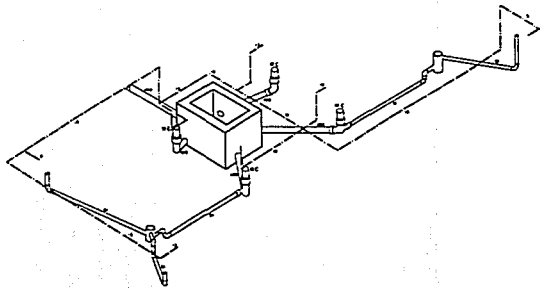
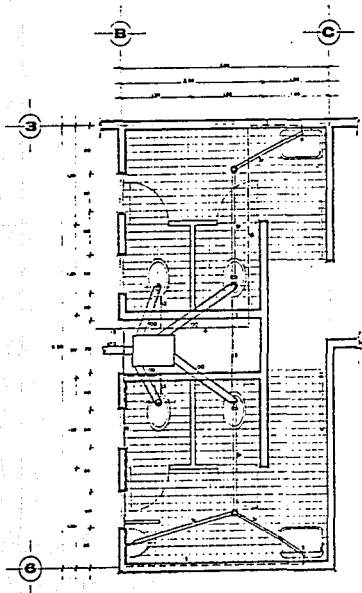
INGENIERO EN ARQUITECTURA

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MORELOS

FACULTAD DE ARQUITECTURA

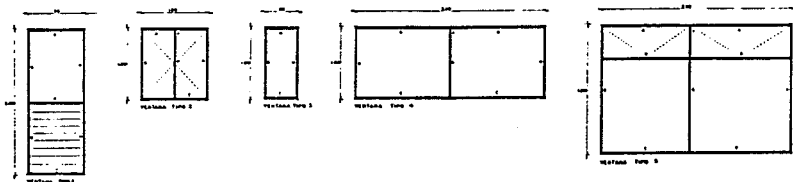
ITM

UNAM

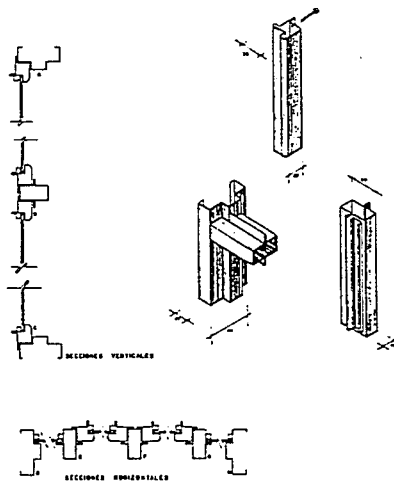
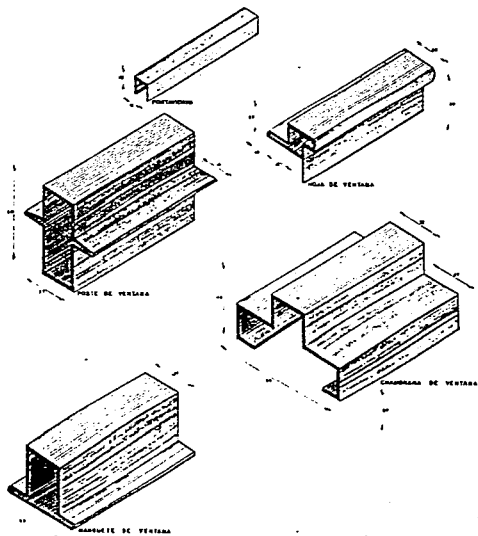


**INSTALACION
HIDRAULICA Y SANITARIA**

ACOPIO Y COMERCIALIZACION	
	
JOJUTLA MORELOS	
PLANO Nº	7
PROYECTO DE PLANO INSTALACIONES (HIDRAULICAS Y SANITARIAS)	
ESCALA	1:20
PROYECTADO POR	M.T.S.
PROYECTO	
SANITARIO DE UNO Y DOS ALCANTARILLOS DE UNO Y DOS ALCANTARILLOS DE UNO Y DOS ALCANTARILLOS	
FACULTAD DE ARQUITECTURA	
UNAM	
	

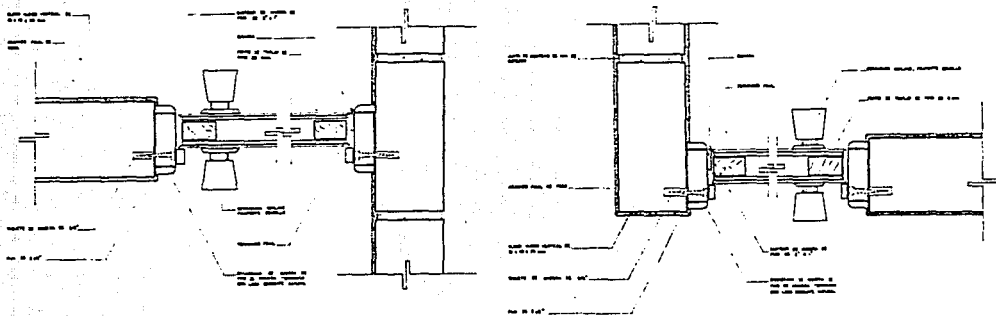


SECCIONES TUBULARES DE LAMINA

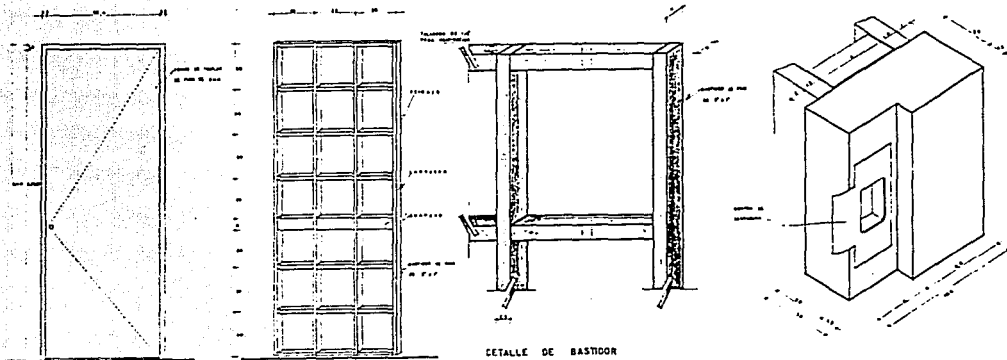


VENTANAS TUBULARES DE LAMINA

ACOPIO Y COMERCIALIZACION JOJUTLA MORELOS	
PLANO 8	
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MORELOS CENTRO DE INVESTIGACIONES Y DESARROLLO TECNOLÓGICO	
ESCALA 1:100	PROYECTADO BYD
COMERCIALIZACION Y DISTRIBUCION DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y FORESTALES INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MORELOS CENTRO DE INVESTIGACIONES Y DESARROLLO TECNOLÓGICO	
FACULTAD DE ARQUITECTURA R.H.R. 	7
UNAM 	



DETALLE DE CHAMBRANAS Y PUERTAS



PUERTA 1

BASTIDOR

DETALLE DE BASTIDOR

DETALLE DE MARCO

ACOPIO Y COMERCIALIZACION

JOJUTLA MORELOS

PLANO No. 10

DETALLE DE PUERTA

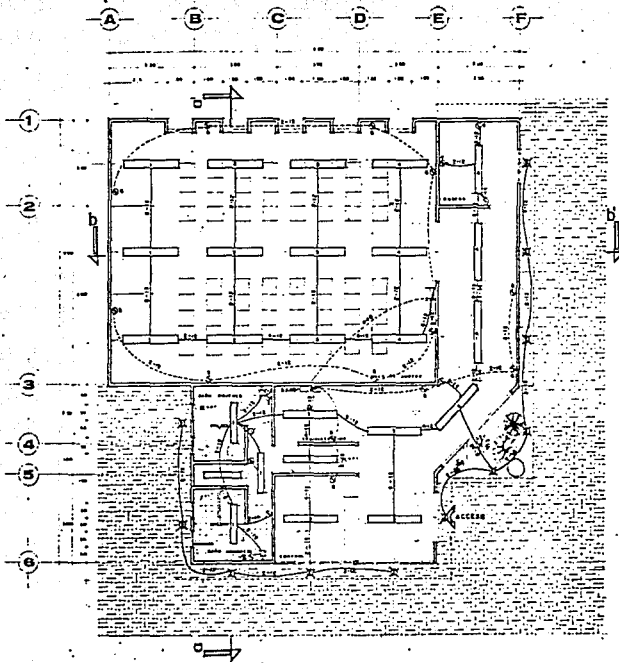
PROYECTADO POR: **ING. JUAN GONZALEZ**

PROYECTADO POR: **ING. JUAN GONZALEZ**

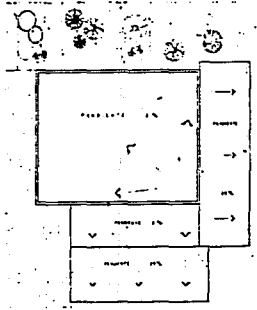
PROYECTADO POR: **ING. JUAN GONZALEZ**

FACULTAD DE ARQUITECTURA UNAM

UNAM



PLANTA ARQUITECTONICA



PLANTA DE AZOTEA

CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACION

JOJUTLA MORELOS

PLANO II

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y SERVICIOS ARQUITECTONICOS (IASA)

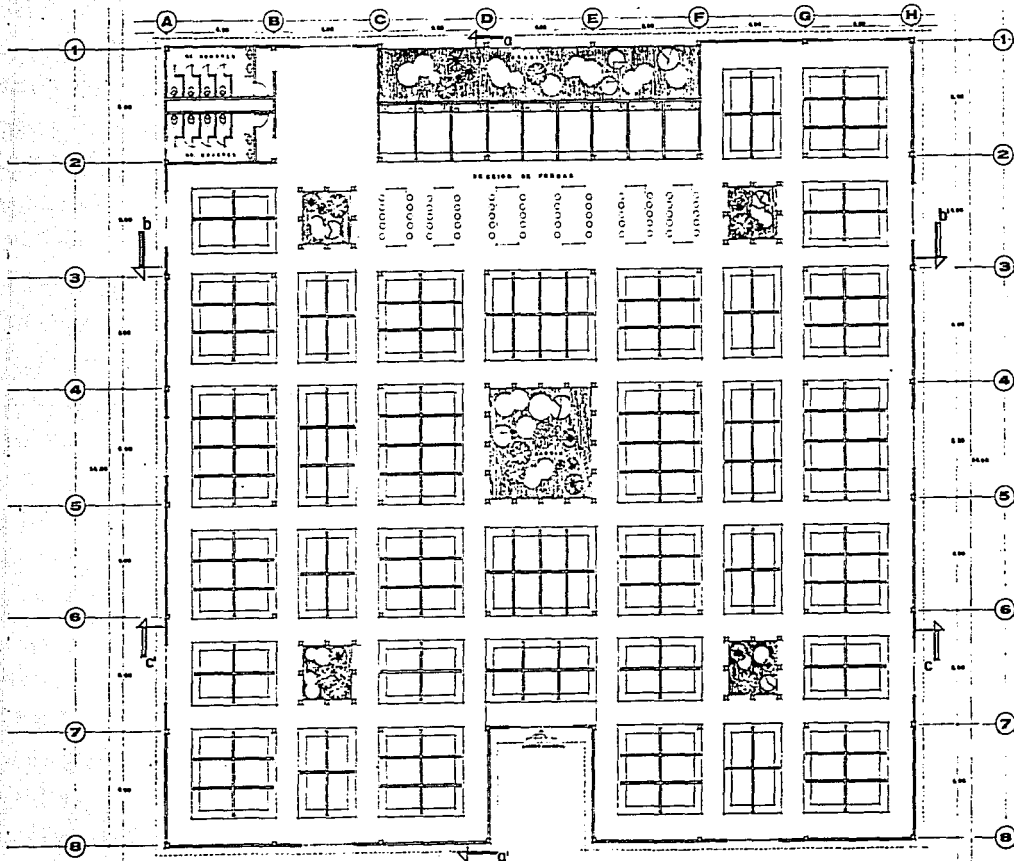
PROYECTO

CAMPUSES DE INVESTIGACION Y SERVICIOS

PROYECTO DE INVESTIGACION Y SERVICIOS

FACULTAD DE ARQUITECTURA

UNAM



COMERCIALIZACION

CENTRO DE ACOPIO Y

JOJUTLA MORELOS

PLANO 12

ARQUITECTONICO (MERCADO)

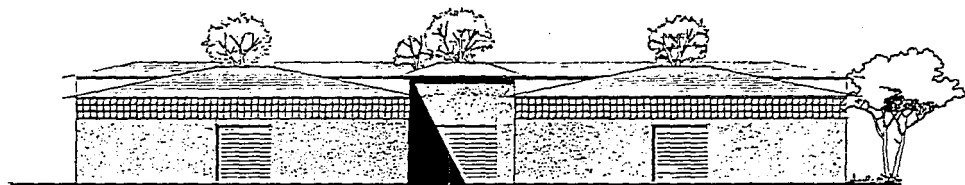
Área: 1,100 m²

Arquitectos: MTS

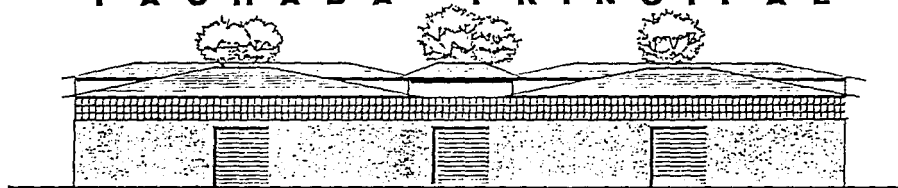
COLEGIO INTERNO AMARILLO

FACULTAD DE ARQUITECTURA

UNAM



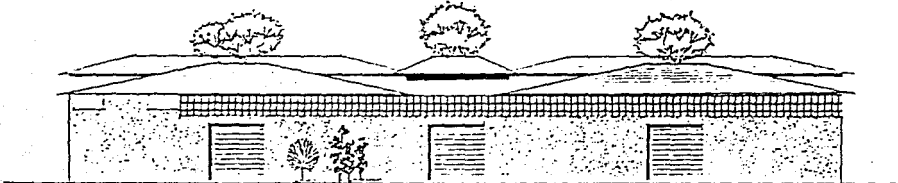
FACHADA PRINCIPAL




FACHADA LATERAL

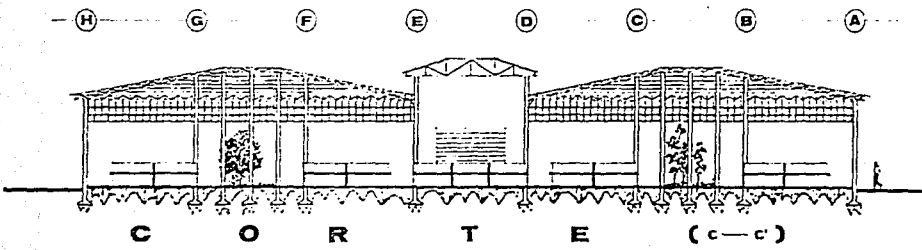
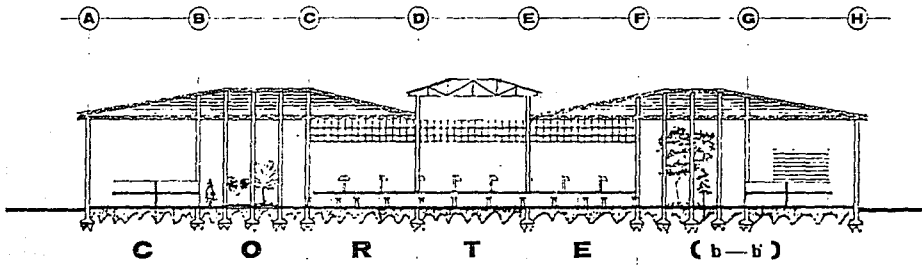
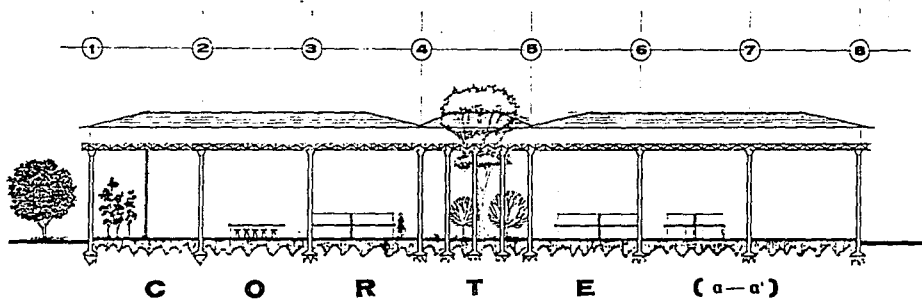


FACHADA POSTERIOR




FACHADA LATERAL




ACOPIO Y	
CENTRO DE	COMERCIALIZACION
	
JOJUTLA	
MORELOS	
PLANO	HOY.
13	
DESCRIPCION:	
DEL PLAN	
FACHADAS	
AREA:	PERIM:
OPORTUNIDAD:	VALOR:
OTR.	
PROYECTO:	
CONSEJEROS INTERIORES ALABROS	
OPORTUNIDAD PARA CONSTRUCCION	
PROYECTOS: INTERIORES ALABROS	
FACULTAD	UNAM
DE ARQUITECTURA	
	
UNAM	
	

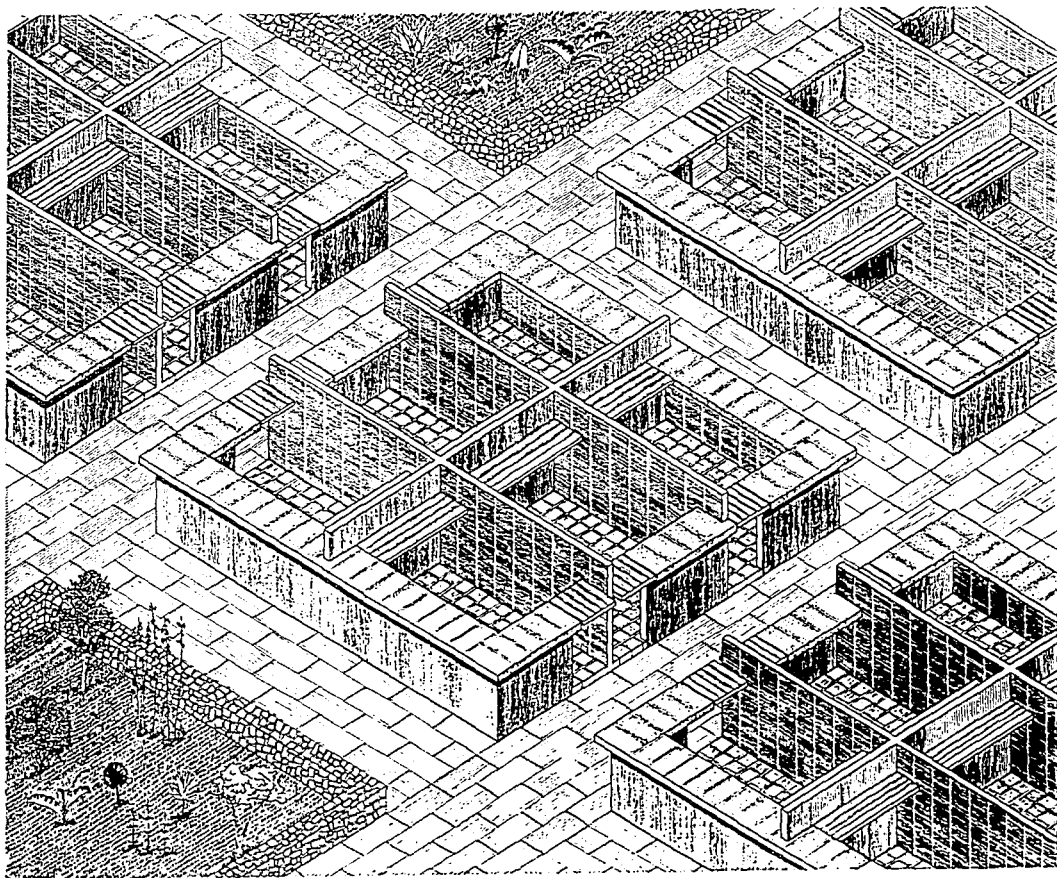


ACOPIO Y
COMERCIALIZACION

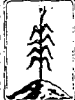


CENTRO DE
JOJUTLA
MORELOS

PLANO 14	HOJA: 1
REVISIONES:	
TITULO DEL PROYECTO CORTES	
ESCALA: 1:100	FECHA:
APROBACION: MPL	CLASE:
PROYECTO:	
DISEÑADOR: ESTEBAN PARRON ARQUITECTO: JOSE ESCOBAR COLABORADOR: ESTEBAN PARRON	
FACULTAD DE ARQUITECTURA 	
UNAM 	



CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACION



JOJUTLA MORELOS

PLANO 15

FORMA DEL PLANO

FACULTAD ISOMETRICA DE DISEÑO DE LOCALIDADES

ESCALA 1:30


LECTORADO NTA

PROFESOR


INGENIERO DEFORMAS ALBERTO VILLARREAL VILLARREAL

INGENIERO TITULAR MATEO

FACULTAD DE ARQUITECTURA



UNAM



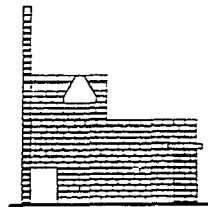
DETALLES DE
LOCAL Y FONDA



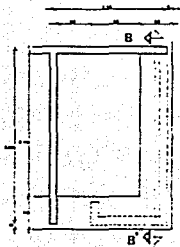
ALZADO DEL LOCAL



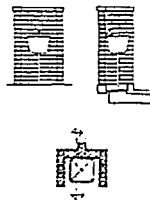
CORTE B-B'



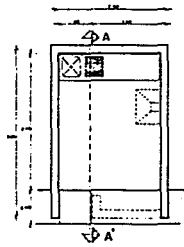
CORTE A-A'



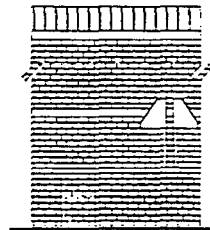
PLANTA DEL LOCAL



TARJAS

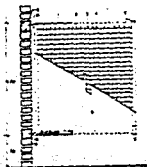


PLANTA DE FONDA

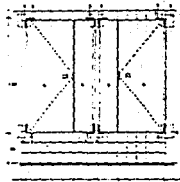


ALZADO FRONTAL DE FONDA

ACOPIO Y COMERCIALIZACION	
JOJUTLA MORELOS	
PLANO N°	FECHA
16	
DESCRIPCION	
TITULO DEL PLANO	
VOLUMEN DE VENTAS	
ESCALA	FECHA
1:25	
ACOSTUMBRADO	OTRO
PROYECTO EJECUCION DE OBRA DISEÑO Y/O CÁLCULO INSPECCION TÉCNICA FINAL	
FACILIDAD ARQUITECTÓNICA 	
UNAM 	

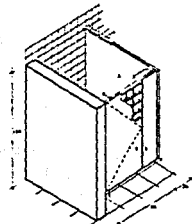


ALZADO LATERAL

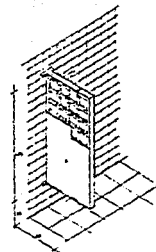


ALZADO FRONTAL

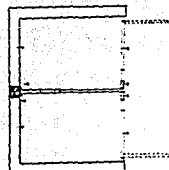
ESPECIFICACIONES
 MATERIAL: M.C.P.
 MORTERO: 1:3
 REVOQUE: 1:3
 PINTURA: ACRILICA
 PUERTAS Y VENTANAS: ALUMINIO
 PISO: CERAMICO



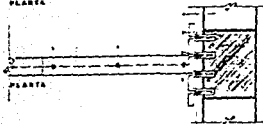
ISOMETRICO



ESPECIFICACIONES
 MORTERO: 1:3
 REVOQUE: 1:3
 PINTURA: ACRILICA
 PUERTAS Y VENTANAS: ALUMINIO
 PISO: CERAMICO

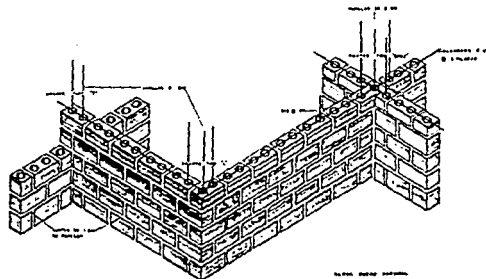


PLANTA

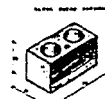


ALZADO

ESPECIFICACIONES
 MATERIAL: M.C.P.
 MORTERO: 1:3
 REVOQUE: 1:3
 PINTURA: ACRILICA
 PUERTAS Y VENTANAS: ALUMINIO
 PISO: CERAMICO



ARREGLO DE MURO



MAMPARAS Y MUROS DE BAÑO

CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACION



JOJUTLA MORELOS

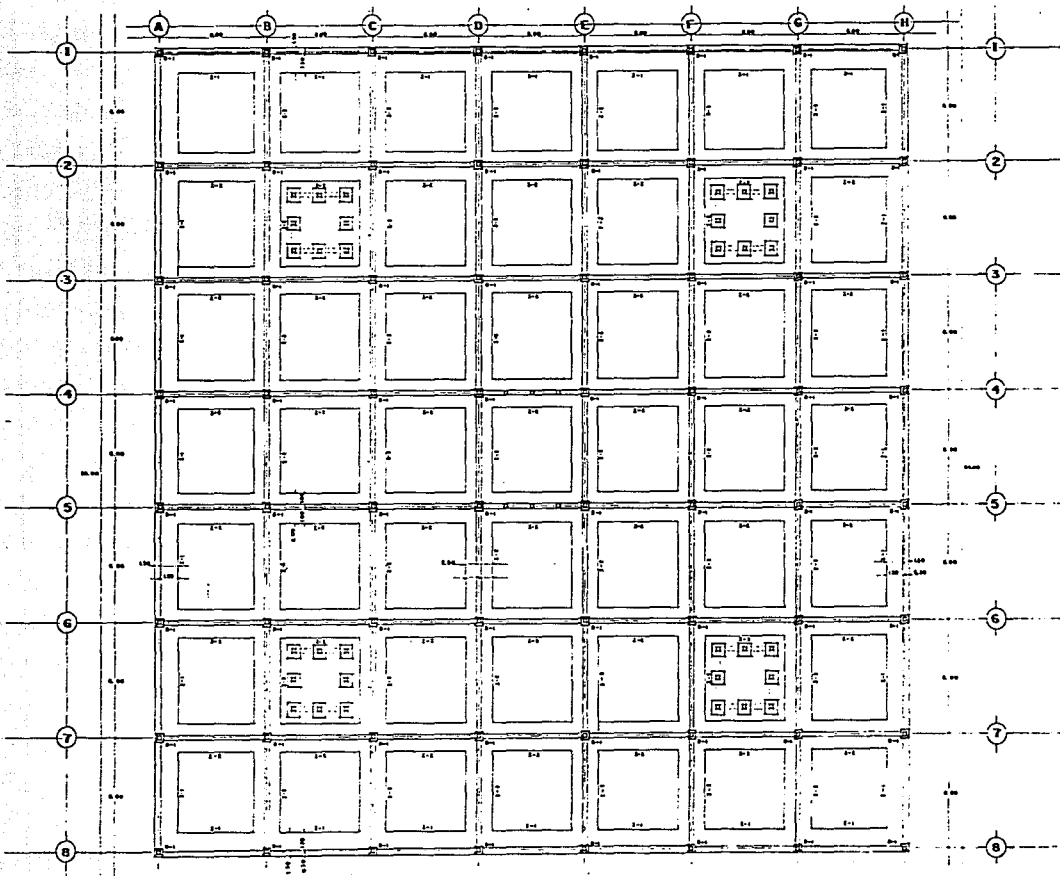
PLANO N° 17

DETALLES:
 MUROS Y MUROS DE BAÑO

FACULTAD DE ARQUITECTURA UNAM



UNAM



ACOPIO Y COMERCIALIZACION

CENTRO DE

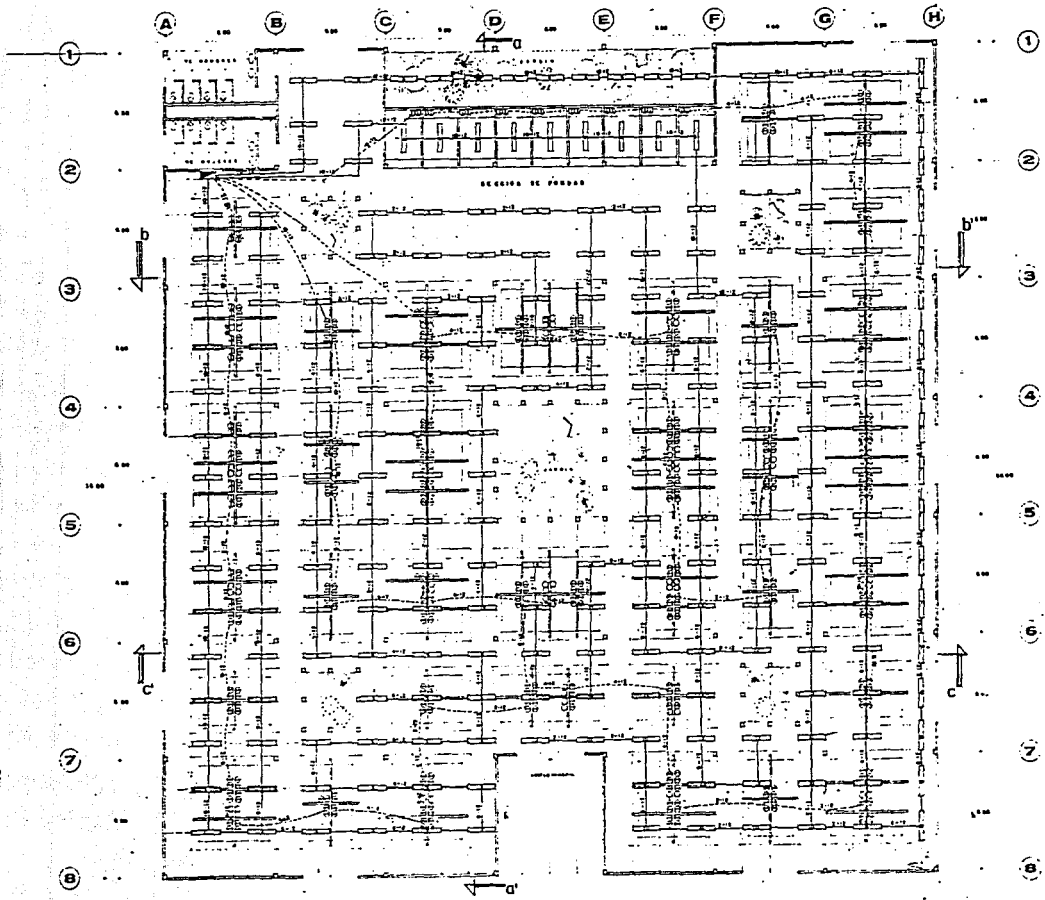
JOJUTLA MORELOS

PLANO DE 18


PLANTA CIMENTACION

FACULTAD DE ARQUITECTURA

UNAM




CENTRO DE ACOPIO Y
COMERCIALIZACION



JOJUTLA
 MORELOS

PLANO
20






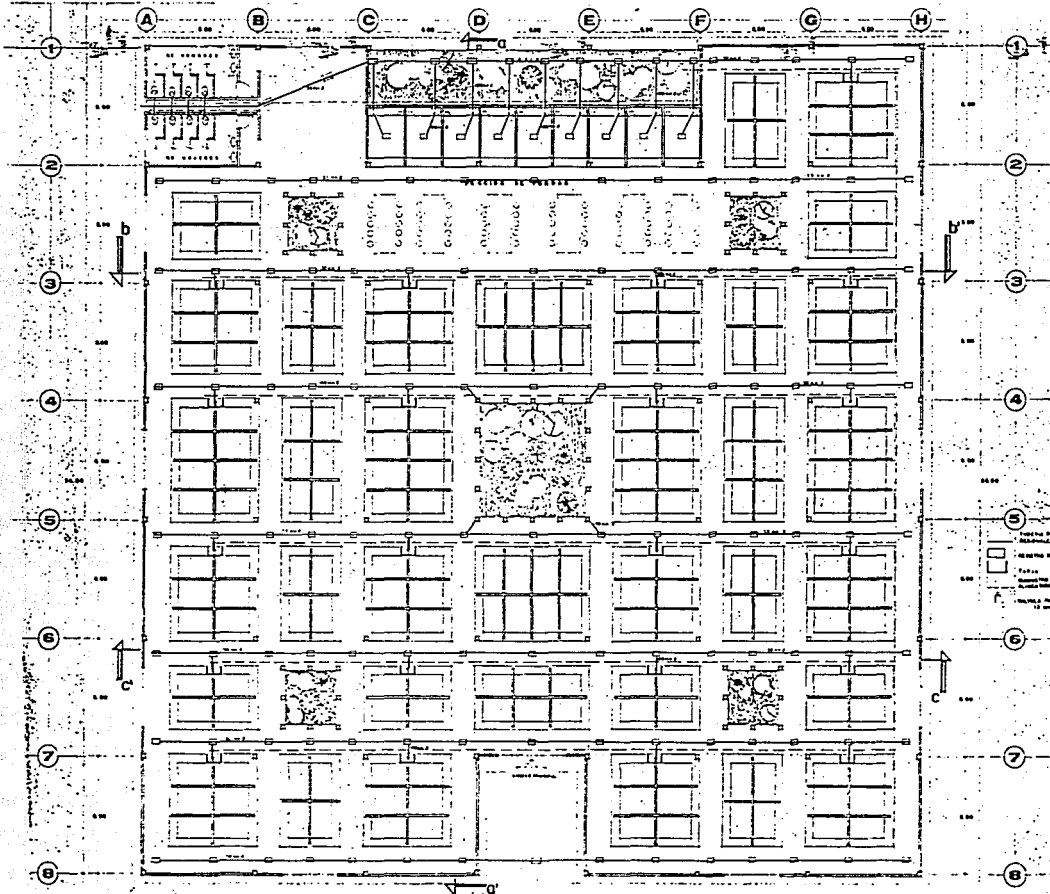
ARQUITECTONOS (MEXICANOS)

1 100
 ARQUITECTOS
 MEX

7

FACULTAD DE ARQUITECTURA
 UNAM





CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACION

JOJUTLA MORELOS

PLANO No. 21

ARQUITECTONICO (MEZADO)

ESCALA 1:100

ACERQUEADO MTS

PROYECTO

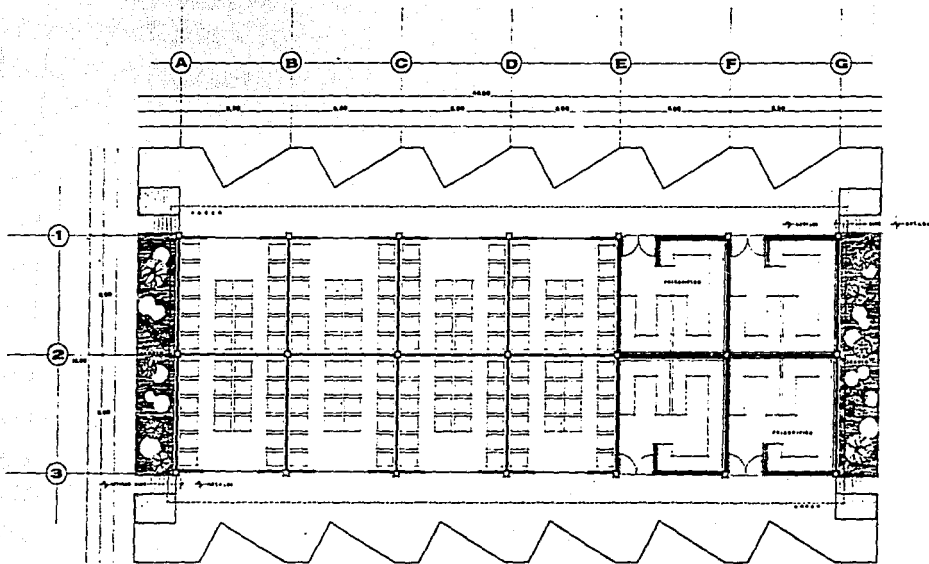
CALLEJONES ROTUNDOS ALBERTO VELAZQUEZ Y CALLES ESTRECHAS

PROYECTO DE CALLES

PROYECTO DE CALLES

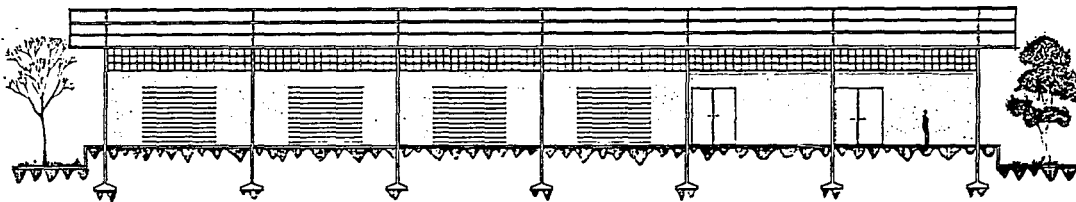
FACULTAD DE ARQUITECTURA

UNAM

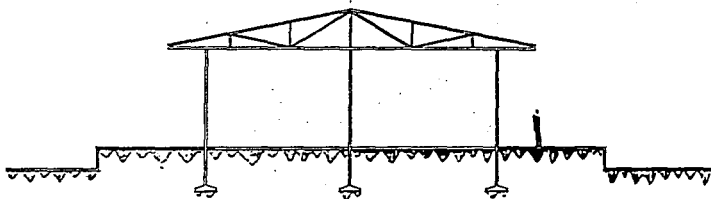


PLANTA ARQUITECTONICA

CENTRO DE ACOPIO Y COMERCIALIZACION  JOJUTLA MORELOS	
PLANO # 22	
 UBICACION DENTRO DE LA INSTITUCION	
NOMBRE DEL PLAN: ARQUITECTONICO (PROYECTO)	
ESCALA: 1:100	TIPO: PLAN
APROBACION: NITL	PLANO
PROYECTO: DISEÑO DEL PLAN DE ALBERGUE PARA LA UNAM INSTITUTO TECNOLÓGICO DE JOJUTLA	
FACULTAD DE ARQUITECTURA I.T.E.S.	
UNAM 	

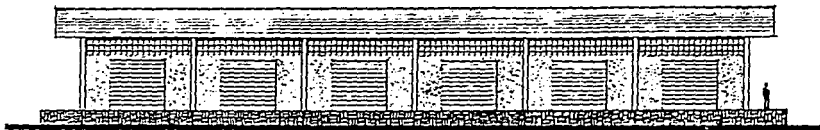


C O R T E A

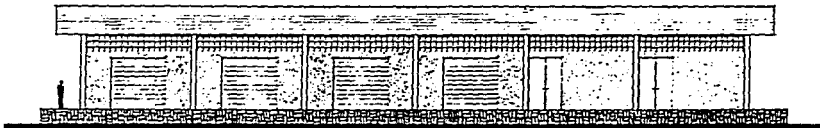


C O R T E B

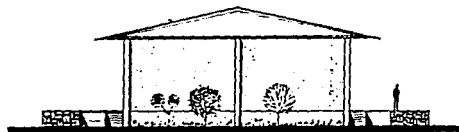
ACOPIO Y COMERCIALIZACION	
JOJUTLA MORELOS	
PLANO 24	HOJA
TITULO	
NOMBRE DEL PLANO CRISTAL FISICOMICO	
ESCALA 1:75	FECHA 1971
AUTOR MTE	DISEÑADOR
CALIFICACION DEL TITULO INGENIERO QUIMICO ALUMNO MEMORIAS DE GRADUACION PROYECTO DE CRISTAL FISICO	
FACULTAD DE ARQUITECTURA U.N.A.M.	
UNAM	



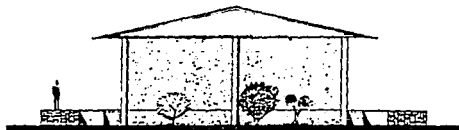
F A C H A D A N O R T E



F A C H A D A S U R

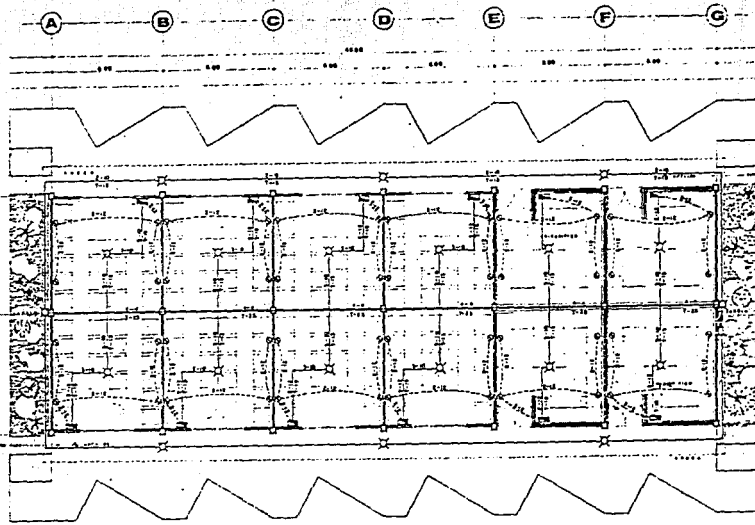


F A C H A D A E S T E



F A C H A D A O E S T E

ACOPIO Y COMERCIALIZACION	
JOJUTLA MORELOS	
PLANO No. 25	Fecha:
Descripción:	
PROYECTO DE ARQUITECTURA (FACHADAS)	
Cliente:	Autor:
Escala: 1:100	Fecha:
Observaciones:	
HOJAS QUE INTEGRAN AL PROYECTO: PLANO DE SITIO PLANO DE DISTRIBUCION DE PUERTAS	
FACULTAD DE ARQUITECTURA	7
UNAM	



PLANTA ARQUITECTONICA

CENTRO DE

ACOPIO Y

COMERCIALIZACION

JOJUTLA
MORELOS

PLANO
26

LUGAR

CARRERA DE

ARQUITECTURA

(1960/1961)

MASSA

1:100

RESTRICCIONES

1:500

PLANO

1:100

LINEA

PROYECTO

ANALISIS Y DISEÑO PLANTA

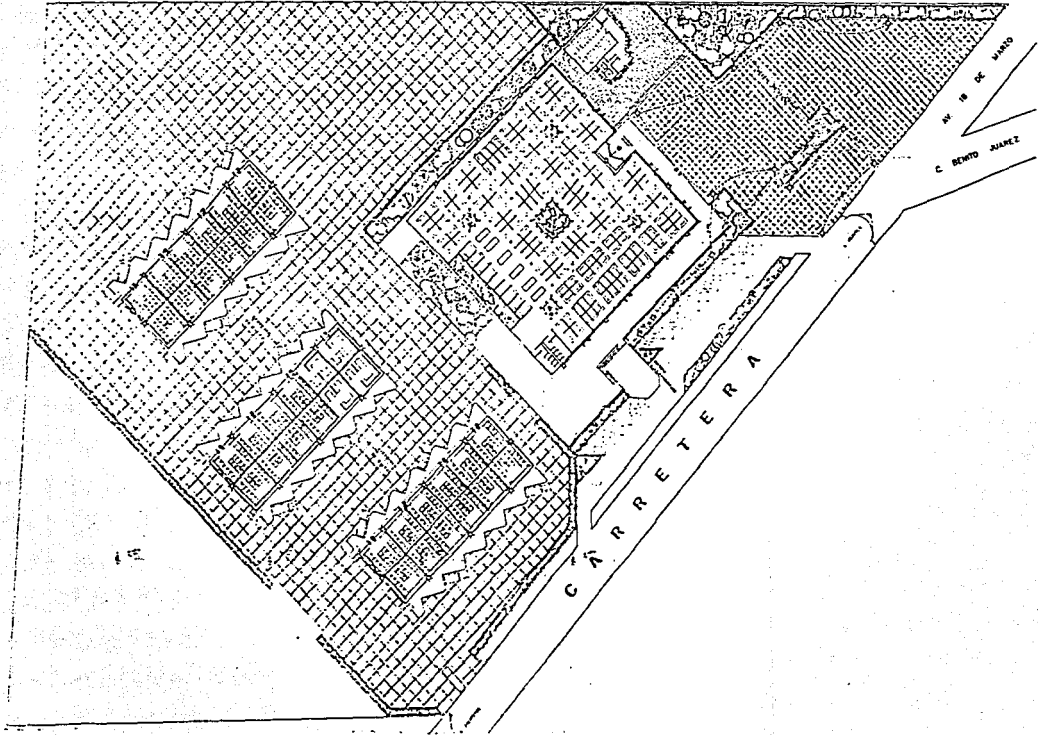
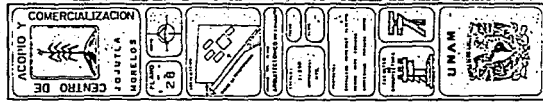
MASSA Y/O SECCION

CONTORNOS TERCERA OBRERA

FACULTAD DE

ARQUITECTURA

UNAM



CUADRO DE CARGAS DE BODEGAS

VOLTAJE (CONTO)		1000	2000	3	4	5	6
B1	1			500			
B1	2			500			
B1	3			500			
B1	4			500			
B1	5			500			
B1	6			500			
B1	7			500			
B1	8			500			
B1	9			500			
B1	10			500			
B1	11			500			
B1	12			500			
B1	13			500			
B1	14			500			
B1	15			500			
B1	16			500			
B1	17			500			
B1	18			500			
B1	19			500			
B1	20			500			
B1	21			500			
B1	22			500			
B1	23			500			
B1	24			500			
B1	25			500			
B1	26			500			
B1	27			500			
B1	28			500			
B1	29			500			
B1	30			500			
B1	31			500			
B1	32			500			
B1	33			500			
B1	34			500			
B1	35			500			
B1	36			500			
B1	37			500			
B1	38			500			
B1	39			500			
B1	40			500			
B1	41			500			
B1	42			500			
B1	43			500			
B1	44			500			
B1	45			500			
B1	46			500			
B1	47			500			
B1	48			500			
B1	49			500			
B1	50			500			
B1	51			500			
B1	52			500			
B1	53			500			
B1	54			500			
B1	55			500			
B1	56			500			
B1	57			500			
B1	58			500			
B1	59			500			
B1	60			500			
B1	61			500			
B1	62			500			
B1	63			500			
B1	64			500			
B1	65			500			
B1	66			500			
B1	67			500			
B1	68			500			
B1	69			500			
B1	70			500			
B1	71			500			
B1	72			500			
B1	73			500			
B1	74			500			
B1	75			500			
B1	76			500			
B1	77			500			
B1	78			500			
B1	79			500			
B1	80			500			
B1	81			500			
B1	82			500			
B1	83			500			
B1	84			500			
B1	85			500			
B1	86			500			
B1	87			500			
B1	88			500			
B1	89			500			
B1	90			500			
B1	91			500			
B1	92			500			
B1	93			500			
B1	94			500			
B1	95			500			
B1	96			500			
B1	97			500			
B1	98			500			
B1	99			500			
B1	100			500			
TOTAL		16	16	8000	8000	8000	

CUADRO DE CARGAS DE ADMINISTRACION

VOLTAJE (CONTO)		1000	2000	3	4	5	6
1				500			
2				500			
3				500			
4				500			
5				500			
6				500			
7				500			
8				500			
9				500			
10				500			
11				500			
12				500			
13				500			
14				500			
15				500			
16				500			
17				500			
18				500			
19				500			
20				500			
21				500			
22				500			
23				500			
24				500			
25				500			
26				500			
27				500			
28				500			
29				500			
30				500			
31				500			
32				500			
33				500			
34				500			
35				500			
36				500			
37				500			
38				500			
39				500			
40				500			
41				500			
42				500			
43				500			
44				500			
45				500			
46				500			
47				500			
48				500			
49				500			
50				500			
51				500			
52				500			
53				500			
54				500			
55				500			
56				500			
57				500			
58				500			
59				500			
60				500			
61				500			
62				500			
63				500			
64				500			
65				500			
66				500			
67				500			
68				500			
69				500			
70				500			
71				500			
72				500			
73				500			
74				500			
75				500			
76				500			
77				500			
78				500			
79				500			
80				500			
81				500			
82				500			
83				500			
84				500			
85				500			
86				500			
87				500			
88				500			
89				500			
90				500			
91				500			
92				500			
93				500			
94				500			
95				500			
96				500			
97				500			
98				500			
99				500			
100				500			
TOTAL				8000	8000	8000	

CUADRO DE CARGAS MERCADO

VOLTAJE (CONTO)		1000	2000	3	4	5	6
1				500			
2				500			
3				500			
4				500			
5				500			
6				500			
7				500			
8				500			
9				500			
10				500			
11				500			
12				500			
13				500			
14				500			
15				500			
16				500			
17				500			
18				500			
19				500			
20				500			
21				500			
22				500			
23				500			
24				500			
25				500			
26				500			
27				500			
28				500			
29				500			
30				500			
31				500			
32				500			
33				500			
34				500			
35				500			
36				500			
37				500			
38				500			
39				500			
40				500			
41				500			
42				500			
43				500			
44				500			
45				500			
46				500			
47				500			
48				500			
49				500			
50				500			
51				500			
52				500			
53				500			
54				500			
55				500			
56				500			
57				500			
58				500			
59				500			
60				500			
61				500			
62				500			
63				500			