



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

LA DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION DE  
PRODUCTOS BASICOS EN LOS MERCADOS  
PUBLICOS DEL MUNICIPIO DE CUERNAVACA, MOR.

(1964-1992)

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS POLITICAS Y  
ADMINISTRACION PUBLICA  
(ESPECIALIDAD EN ADMINISTRACION  
PUBLICA)

P R E S E N T A :  
EDUARDO MARTIN MONRROY Y LEZAMA



MEXICO, D. F.

1994

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

Todo el material contenido en esta tesis 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.

## DEDICATORIAS

### A MI PADRE:

SR. MARTIN MONROY CALTENCO

En recuerdo a su cariño, nobleza y apoyo que siempre me brindó en momentos difíciles gracias.

### A MI MADRE:

SRA. MARIA DE LA CRUZ LEZAMA SEVILLA.

Por su ternura, cariño, comprensión y ejemplo de carácter en todo momento gracias.

### A MIS HIJOS:

JORGE ERICK

Por que a pesar de la distancia y el tiempo nuestro amor vive.

ROCIO JANETTE

Por tu ternura y amor que siempre tengo presente.

### A MIS HERMANOS:

Ma. Francisca  
Marcos Alejandro  
Enrique ( en memoria)  
Arturo  
Ma. de los Angeles  
José Luis  
Ma. Guadalupe

Gracias por su cariño y apoyo.

### A MIS TIAS

Francisca Urrutia S.  
Ricarda y Micaela

Gracias por su cariño y apoyo.

### A MIS PRIMOS, SOBRINOS Y AMIGOS

Gracias por su afecto y apoyo incondicional.

## AGRADECIMIENTOS

### A DIOS

Por el regalo de vida y su bondad, así como el haberme permitido alcanzar la realización de este trabajo.

### A MI DIRECTOR DE TESIS:

Lic. CARLOS HERNANDEZ ALCANTARA

Por su tiempo y dedicación, así como su gran interés que siempre mostró en la conducción de este trabajo.

Al Lic. Sergio Colmeneros Díaz González

Por la revisión, sugerencias y críticas en la redacción y estilo.

Al Ing. Rogelio Beltran Silva

Por sus sugerencias y críticas en aspectos de su contenido.

A la Lic. Elena Jeannetti Dávila

Por su crítica y estímulo.

A la Lic. María Esther Navarro Lara

Por su crítica y sugerencias.

Al Centro Bancario de Cuernavaca.

En el apoyo de información.

A la Coordinación General de Abasto

Del Departamento del Distrito Federal

Por el apoyo de revistas e información.

A la Dirección de Financiamiento y Apoyo Técnico del:

Banco Nacional del Comercio Interior S.N.C.

( Antes Banpeco, S.N.C.)

Por el apoyo de revistas e información.

A la Secretaría de Desarrollo Económico.

Gobierno del Estado de Morelos.

Por la información y apoyo.

A la Unión de Comerciantes (Centro Comercial Adolfo López M.)

En Cuernavaca, Mor.

Sr. Emilio Rosas

Por la información y apoyo de su hemeroteca.

## I N D I C E

### INTRODUCCION

#### 1. MARCO TEORICO DEL ABASTO DE PRODUCTOS BASICOS: PROBLEMAS Y DESARROLLO ECONOMICO

##### Antecedentes

##### 1.1. EL PROBLEMA DEL ABASTO DE ALIMENTOS EN LA DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION

- 1.1.1. Dos grandes modalidades en la distribución de alimentos
- 1.1.2. Estrategias de distribución y comercialización de productos básicos (caso zona metropolitana de la ciudad de México)
- 1.1.3. Características de los mercados municipales de la entidad
- 1.1.4. La distribución mayorista de alimentos (zona metropolitana)
- 1.1.5. La función del gobierno en el abasto de alimentos y comercialización

##### 1.2. LAS ECONOMIAS DE ESCALA Y LAS UNIONES DE COMPRA Y CREDITO EN EL COMERCIO

- 1.2.1. Noción de economías de escala
- 1.2.2. Las uniones de compra y crédito en el comercio

##### 1.3. IMPORTANCIA DEL COMERCIO EN EL DESARROLLO ECONOMICO

- 1.3.1. Como auxiliar con la población económicamente activa
- 1.3.2. Contribución con el producto interno bruto

#### 2. ABASTO Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS EN EL MUNICIPIO DE CUERNAVACA, MOR.

##### 2.1. IMPACTO DEL CRECIMIENTO DEMOGRAFICO EN LA ENTIDAD

- 2.1.1. Generalidades de la entidad
- 2.1.2. Aspectos de urbanización
- 2.1.3. Comparativo poblacional décadas 1960 1990

##### 2.2. LOS MERCADOS MUNICIPALES DE LA ENTIDAD

- 2.2.1. Ubicación geográfica de los mercados municipales

##### 2.3. DISTRIBUCION DE PRODUCTOS BASICOS

- 2.3.1. Mercados municipales (sistema tradicional)
- 2.3.2. Distribución del comercio organizado moderno

##### 2.4. LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS

- 2.4.1. El proceso de comercialización tradicional
- 2.4.2. Características de los mercados municipales de Cuernavaca, Mor

2.5. LOS MERCADOS MUNICIPALES DE CUERNAVACA, MOR: Problema Social, Económico y Político

- 2.5.1. Problema social
- 2.5.2. Problema económico
- 2.5.3. Problema político

3. ESTRATEGIAS FINANCIERAS EN LA DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DEL MUNICIPIO DE CUERNAVACA, MOR

3.1. LA MODERNIZACION COMERCIAL DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DE CUERNAVACA, MOR

- 3.1.1. Algunas propuestas para su modernización

3.2. EL APOYO FINANCIERO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL

- 3.2.1. Funciones y propósito de la banca de desarrollo

3.3. FINANCIAMIENTO OTORGADO EN EL PERIODO 1991 1990 COMO APOYO AL DESARROLLO COMERCIAL

- 3.3.1. Financiamiento concedido por la banca de desarrollo y fondos de fomento
- 3.3.2. Financiamiento global 1991
- 3.3.3. Financiamiento global 1990

3.4. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD Y TABULADORES CREDITICIOS

- 3.4.1. Evaluación técnica y económica

3.5. TIPOS DE FINANCIAMIENTO

- 3.5.1. Programas de apoyo en créditos y servicios

4. ALGUNAS PROPUESTAS PARA LA OPERACION DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DE CUERNAVACA

Modernización en la distribución y comercialización de básicos  
Modernización Operativa  
Modernización Administrativa

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

## INTRODUCCION

El abasto de alimentos, sin duda ha sido una de las funciones prioritarias que ha mantenido nuestra civilización a través de las diferentes épocas, en la era prehispánica de México su actividad ya atendía funciones importantes en su distribución: "Carrasco Pedro, Historia General, 1986" principalmente con productos obtenidos de origen familiar para su consumo y por medio de trueques efectuados en el mercado.

En la actualidad los servicios de distribución y comercialización de productos básicos se han hecho cada vez más diversificados en su proceso de intercambio, debido al crecimiento de la población cuya trascendencia es más notable para cubrir las demandas de las grandes urbes, su magnitud se manifiesta como una problemática compleja por la existencia de una gran diversidad de modalidades, en la que participan principalmente los mercados públicos, los cuales persisten con el empleo de métodos tradicionales y se observa que por la falta de cambios substanciales es decir; más modernos, afecta que su proceso de distribución y comercialización, sea menos eficaz así como también lo inhibe un apoyo financiero (préstamos) más amplio que contribuya en su impulso y desarrollo acorde a las necesidades de nuestro tiempo.

Esta investigación tiene como objetivo, analizar la importancia de los mercados públicos del municipio de Cuernavaca, Mor., en la distribución y comercialización de alimentos, en virtud de la relevancia que tiene el abasto de productos básicos, frente a una sociedad que debido a su crecimiento cada vez demanda mayores necesidades de consumo, el cual se cuantifica en un 327.9% de las décadas de los sesenta a los noventa.

El impacto de la población del municipio de Cuernavaca, Mor., está relacionado por diferentes aspectos como son primordialmente; la natalidad, los circunstanciales y como polo de atracción para las diferentes actividades económicas en general. Los acontecimientos sísmicos que afectaron principalmente el Distrito Federal, ocurridos el pasado septiembre de 1985 originaron en cierta manera uno de los cambios que contribuyeron en su aceleración, ya que tanto algunas entidades del gobierno así como de los sectores de la iniciativa privada y social se establecieron en la localidad para continuar con su función, propiciando una mayor concentración y requerimientos de servicios entre otras necesidades.

Como se ha manifestado, los mercados municipales característicamente se han constituido como principales centros de aprovisionamiento popular y el crecimiento demográfico en las últimas décadas, ha dado origen a una aceleración en el proceso de urbanización, esta condición propicia un desfase entre la demanda de bienes y servicios y sus propios recursos, para cubrir debidamente con los requerimientos actuales.

La etapa de distribución de alimentos, por su trascendencia se encuentra dividida por una infinidad de canales y agentes que intervienen con diversos métodos de operación, el gobierno y especialistas: "Programa Nacional de Modernización del Abasto 1990 1994, Rello Fernando/ Sodi Demetrio 1989, Torija Bouchan J 1990 y Martínez Néstor B 1982" la clasifican en dos grandes grupos. El primero se considera por el uso de procedimientos tradicionales y el segundo debido a contar sistemas más tecnificados y modernos, simplificando; en el tradicional participan esencialmente los conductos de los mercados municipales, sobre ruedas, tianguis y misceláneas entre otros, y en el moderno las cadenas de tiendas de autoservicio y la contribución del Estado.



El procedimiento tradicional, se identifica por mantener un método de operación de baja escala, lo cual propicia un excesivo intermediarismo que repercute en el costo de sus productos y propicia pérdidas, en cambio el sistema moderno del comercio organizado, debido a su capacidad de grandes volúmenes aprovechan las economías de escala con precios más bajos que le permite ofrecer mejores ofertas.

No obstante la peculiaridad de su dualidad, el proceso de comercialización representa un importante mecanismo para el crecimiento económico, manteniendo niveles importantes con el producto interno bruto, en el año de 1992 registró una tasa global del 26.5% con relación a las demás ocupaciones: "INEGI. Avance de información económica feb. 1993" así como también por su magnitud apoya como una fuente creciente de actividades económicas para la población, al promover entre su oferta y demanda los canales de distribución y consumo que generan los bienes y servicios indispensables.

Asimismo como los mercados municipales por ende, son centros de consumo popular de alimentos y se requiere que su abastecimiento se efectúe adecuadamente, a través de un proceso de distribución y comercialización en forma sistemática, además de contar con los recursos necesarios como es su infraestructura y servicios de apoyo, para satisfacer las necesidades de ensanchamiento de toda la población. Se llevó a cabo un análisis para delimitar la importancia de su distribución y comercialización de alimentos, de acuerdo a las funciones de la práctica tradicional, en comparación con el sistema moderno, tomando como apoyo estudios realizados por el gobierno y diferentes autores: "Programa Nacional de Modernización del Abasto Op. Cit, Gallion B/ Eisner S, 1972. Rello Fernando/ Sodi Demetrio Op. Cit, Montemayor Aurelio 1977. Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio A.C. (ANTAD) 11/29/93" ante tal consideración, se denota que los diferentes

métodos, repercuten con las condiciones prevalecientes de los mercados públicos, lo cual provoca deficiencias por el crecimiento demográfico de las últimas décadas así como la falta de innovaciones adecuadas a nuestro tiempo, e inhiben su desarrollo para satisfacer las necesidades de sus consumidores.

Se determina que la capacidad de los mercados municipales de la localidad de Cuernavaca, Mor., es poco favorable para atender satisfactoriamente los requerimientos de una población de 280,752 habitantes de la localidad, y 1,195,380 indirectos en la entidad: "INEGI, IX Censo de Población y Vivienda, Morelos, 1990" las instalaciones obsoletas, la falta de mantenimiento y adecuación en su infraestructura no es acorde a las demandas de los aproximadamente 30 mil a 40 mil visitantes que concurren diariamente, en general estos desequilibrios engloban su problemática particularmente en el Centro Comercial Adolfo López Mateos, (principal centro de abasto de la entidad) asimismo se denotan deficiencias en sus etapas de distribución y comercialización que no compensan sus servicios de apoyo, consecuentemente repercute para cubrir debidamente las necesidades de su desarrollo. Otro aspecto también de consideración es la sobrepoblación de comerciantes semifijos y ambulantes, cuyo impacto ocasiona condiciones higiénicas desfavorables e inseguras que inhiben el impulso de su actividad comercial para garantizar la calidad, suministro y precios bajos al alcance de los sectores más necesitados.

Ante esta situación, se hace notar como consecuencia los problemas sociales, que han trascendido en señalamientos como; servicios anacrónicos, decadentes e inseguros que ponen en riesgo a su población además de otros: "Diario de Morelos 27 sep. 1992" Económicos, por las repercusiones derivadas del excesivo intermediarismo y la falta de una Central de Abastos, la baja escala de poder de compra de los comerciantes, el limitado apoyo crediticio y la falta uniones de compra y crédito afecta en sus

precios, asimismo la saturación de puestos semifijos y ambulantes, demerita la calidad de sus productos por la insuficiencia de servicios. Y los políticos han propiciado pérdidas millonarias, caos vial, entre otros aspectos, afectando la economía de la población: El Universal, Morelos 30 enero 1992" originado por el predominio de los espacios del Centro Comercial (ALM) que ha tenido como resultado conflictos de sus agremiados con otras agrupaciones, así como críticas de la deficiente administración señaladas por otros dirigentes políticos. "El Universal Op. Cit 6 dic. 1992" De estos desajustes se precisa, que es importante la intervención de las autoridades municipales, cuya competencia es la de promover y alentar con los diferentes sectores, las condiciones que garanticen la suficiencia alimentaria en forma adecuada para toda la población, principalmente con las familias más necesitadas, en virtud de ser una demanda social que se requiere de su atención, sobre todo que aseguren satisfacer sus necesidades en calidad, suficiencia y precios bajos.

Cuernavaca, Mor., es el principal municipio del estado de Morelos, y a pesar del crecimiento de la población que ha tenido tanto la localidad como la entidad en las últimas décadas, no cuenta con una Central de Abastos que atienda sus necesidades, en virtud de que gran parte de sus productos los provee en forma dependiente de la Central de Abastos de Iztapalapa (CEDA) y Jamaica (México, D.F.) provocando una triangulación comercial, que repercute en el costo de sus productos, (indirecto) por los transportes que comprende del 12% al 20% del medio mayorista, además del 8% al 15% en detallistas locales, sin considerar las repercusiones y mermas estimadas hasta en un 60% desde su recolección: "Torres T. Felipe, El Abasto Alimentario, 1993". Asimismo la oferta de precios es más elevada, hasta del 4.27% el más bajo y el 26.28% del más alto con relación a las cadenas de tiendas de autoservicio.

Por lo tanto, es imprescindible la necesidad de llevar a cabo la ejecución de cambios en su sistema tradicional, lo cual implica; su modernización cuyo concepto abarca una transformación general.

La modernización, como término comprende la articulación del desarrollo económico y sus procesos de cambios socio políticos, en el caso del abasto de alimentos es una demanda social que está ligada al crecimiento de la población y la participación de los diferentes sectores económicos: "Iglehart. R. may/94" cuestiona que la teoría de la modernización tiene precedentes en la década de los cincuenta, fundamentada en estudios que establecen la vinculación del desarrollo económico con el proceso de urbanización y el cambio de sus relaciones políticas, culturales, industriales entre otros aspectos, que interactúan como patrones lógicos.

El trabajo de esta investigación se divide en tres capítulos. El primero abarca desde los antecedentes de los mercados públicos en la época prehispánica de México, hasta su manifestación actual de la Central de Abastos de la ciudad de México (CEDA), así como la distribución mayorista y su poder de oligopolio en el abasto de alimentos, sus problemas y la importancia que tiene en el desarrollo económico.

El segundo capítulo se refiere al abasto y comercialización de alimentos que mantienen los mercados públicos del municipio Cuernavaca, Mor., para tal efecto se toman en cuenta las características generales de la entidad, y de manera particular los de la localidad de Cuernavaca, Mor., en sus etapas de distribución y comercialización también se incluye a las tiendas del comercio organizado moderno. Para determinar su eficiencia se llevó cabo un comparativo de su población tomando como base las décadas de los sesenta a los noventa, lo cual manifiesta que ha tenido un crecimiento del 327.9% que impactan con los mercados municipales, cuyos servicios del más importante de la entidad, El Centro comercial Adolfo López Mateos tiene una antigüedad que data de 30 años para cubrir las necesidades actuales de sus concurrentes, así como la repercusión de sus problemas; social, económico y político.

El tercer capítulo presenta la estrategia del apoyo financiero (préstamos a comerciantes) que ha otorgado la banca de desarrollo durante el periodo de 1991 y 1990, con base al programa de créditos por convenios y especiales establecido para comerciantes y locatarios de los mercados municipales, con la finalidad de contribuir en su crecimiento, no obstante a la situación preferencial se determinó un 6% de colocación anual en recursos, denotándose que es un porcentaje poco significativo en comparación con el reportado por la banca comercial, además de que el sector comercio es una de las actividades más importantes que contribuyen al desarrollo de la economía del estado, según las autoridades estatales manifiesta una participación del 53% en su población económicamente activa, otro aspecto que se incluye son los estudios de factibilidad y tabuladores de crédito, asimismo también los tipos de financiamiento que coadyuvan a su impulso y modernización.

Este trabajo tiene como finalidad, señalar algunas de las características que influyen en los mercados públicos del municipio de Cuernavaca, Mor., en su etapa de distribución y comercialización, además de establecer la importancia que mantienen como principales centros populares en el abasto de productos básicos, así como también las consecuencias que han trascendido en problemas de carácter social, económico y político y no obstante, la falta de una adecuada planeación para la reordenación, ubicación y nuevos centros de abasto deja entrever que las autoridades no han dado solución a sus problemas anacrónicos, lo cual impactan con las necesidades del crecimiento de la población.

Por lo tanto debido a su gran complejidad, se realizó con el apoyo de investigaciones y críticas del gobierno, así como de diferentes especialistas de sistemas del abasto alimentario, lo cual obligado a las limitaciones de esta investigación la información puede estar en desacuerdo con otros criterios.

## 1. MARCO TEORICO DEL ABASTO DE PRODUCTOS BASICOS: PROBLEMAS Y DESARROLLO ECONOMICO

### ANTECEDENTES

La actividad de los mercados públicos tiene antecedentes históricos muy remotos, en la época prehispánica de México el mercado ya cumplía con una función importante en la distribución de productos generados por la producción familiar. Sin embargo, debido a sus limitaciones no cubría las demandas de los grupos dominantes como eran los señores y nobles es decir; la producción hogareña la realizaban los labradores y artesanos que abastecían sus propios requerimientos o a través de trueques que efectuaban en el mercado, solo en los casos de mayores necesidades de producción estas se sujetaban a la organización y distribución que mantenían como política el pago de tributos.

El mercado de Tlaltelolco fue el más importante de la gran Tenochtitlán debido a la gran diversidad de productos que en este se comerciaban tales como: frutas, verduras, carnes de aves, y pescado así como artesanías entre otros, manteniendo una actividad diaria de abasto con los visitantes que concurrían. En su población se encontraban los productores con sus mercancías, y artesanos de cada oficio en grupos bajo el control de sus mandones, así como también la presencia de un grupo de jueces señores de los mercaderes: "Pochteca Tlatoque....."<sup>(1)</sup> en virtud de que cualquier actividad mercantil pagaba impuestos, también en

<sup>1</sup>Carrasco Pedro  
Historia General  
ed, El Colegio de México 1986, pp 231

su organización sobresalen los mercaderes profesionales (Pochteca) cuyo control trascendía en aspectos económicos, políticos, ceremoniales y militares, además de que estos se integraban en sus propios grupos corporativos y barrios de la ciudad de México para relacionarse mutuamente y efectuar grandes expediciones comerciales, debido que existía entre ellos determinado linaje de nobleza.

Las transacciones mercantiles, se efectuaban en el propio mercado en virtud de que se prohibía cualquier operación fuera de este, también se llevaban a cabo los cambios o trueques (anteriormente mencionado) no obstante que se tomaban algunas mercancías como medida de pago, tales como el cacao que mantenía poco valor, las mantas (quachtli) y el oro en polvo o plumas con un valor excepcional. El comercio no se consideraba como una actividad privada ya que esta se ejercía bajo el control de los reyes de las ciudades donde provenían los mercaderes, así como la recaudación tributaria de bienes obtenida de los artesanos que constituía un capital mercantil administrado por los Pochtecas como emisarios del rey.

A la caída de la gran Tenochtitlán el mercado de Tlatelolco perdió su importancia, y esta situación benefició a los comerciantes establecidos en la plaza mayor así como a los ubicados en los portales construidos a su alrededor. En el año de 1696 se edificaron dos edificios que conformaron el Parían, el cual se comunicaba al portal de mercaderes y a la catedral, manteniéndose así la actividad comercial de la Nueva España.

En el siglo XIX el crecimiento de la población y debido a las necesidades de esa época se contaba con varios mercados en la ciudad de México, establecidos: "Al norte los de Santa Catarina, Santa Ana y Guerrero; al sur, el de San Juan; al oriente el de

la Merced y el de San Lucas; al poniente, el Dos de Abril y al de San Cosme .....”(2 )

En el año de 1900 la Merced destacaba sobre los 14 mercados existentes representando el 39% del total, y debido a las necesidades de crecimiento de la población se fueron incrementando sus bodegas y puestos de comerciantes que se concentraron en diferentes calles y edificios de su periferia, lo cual se constituyó como el más importante centro de abasto de productos de primera necesidad.

Durante el periodo de 1900 a 1940 el incremento de sus comerciantes repercutió en un crecimiento desarticulado de puestos fijos y semifijos el cual alcanzó 53 manzanas del centro de la ciudad así como la invasión de diversas calles, edificios y viviendas que se utilizaron como bodegas. Para el año de 1957 esta situación ya había trascendido, por la presencia de diversos problemas y condiciones higiénicas desfavorables. Su actividad destacó como el centro comercial más importante del País, ya que satisfacía los requerimientos de la ciudad así como el abasto de otros mercados que a su vez se complementaban con el mercado de Jamaica, en la venta de verduras, abarrotes, frutas etc., con el de Tepepan en pescados y mariscos y en carnes rojas con el rastro de ferrería.

Ante la presión creciente de sus problemas tales como; la falta de infraestructura, sistemas operativos inadecuados y de distribución, aunado al crecimiento de la población se obligó al

<sup>2</sup> Departamento del Distrito Federal  
Coordinación General de Abasto  
Diseño ennenis, mercado/ a, pp 8



gobierno ha efectuar la planeación de una Central de Abastos en 1968 y en 1980 se aprueba el proyecto e inician su construcción en 1981, siendo hasta el mes de noviembre de 1982 cuando se efectúan sus primeras operaciones comerciales.

Como se puede notar, el crecimiento de la población ha provocado que el abasto y la comercialización de alimentos se suministre a través de las centrales de gran mayoreo, como es el caso de Iztapalapa de la ciudad de México (CEDA), y los mercados públicos que también cumplen con una doble función; social y económica, al formar parte de los programas de modernización se les debe apoyar e impulsar, en primer lugar por que siguen siendo un centro popular de abastecimiento de productos básicos en especial de las familias de bajos ingresos, y por contribuir como una fuente de actividades de un importante número de la población económicamente activa. Por lo tanto esta doble función se debe fortalecer debido a los limitantes de sus características de; infraestructura, servicios de apoyo y la baja escala operativa de su poder de compra que mantienen, ya que no manifiestan que se garanticen el óptimo suministro de alimentos, frente al impacto del crecimiento demográfico que día con día aumentan sus necesidades de consumo, en calidad suficiencia y precios bajos.

De acuerdo a lo que se ha indicado, el proceso del abasto de alimentos es una función que ha realizado nuestra civilización para satisfacer una necesidad vital. Asimismo a través de la historia ha sido determinante la participación que han mantenido los mercados públicos en su desarrollo, no obstante que en su proceso no manifiesten una adecuación para el impulso de la dinámica de sus funciones, éstas han contribuido como un importante mecanismo económico en las diferentes etapas de cada época.

En la era prehispánica se efectuaba el intercambio de mercancías y artículos para satisfacer diversos requerimientos, situación que con los cambios económicos de cada época se fueron transformando

de acuerdo a las necesidades y demandas del crecimiento de la población, que cada vez se han hecho más importantes y necesarias para su desarrollo, con lo cual por su incremento considerable se ha llegado a establecerse la distribución y comercialización de productos básicos en gran escala, siendo principalmente agrícolas, granos, cárnicos, entre otros.

Considerando que el crecimiento demográfico, tiene un impacto determinante con el proceso de urbanización, a su vez su transformación juega un papel importante con la población ya que implica resolver la satisfacción de bienes y servicios. El gobierno a través de sus funciones debe responder a las necesidades de la sociedad, para mantener el bienestar urbano y rural, fomentando servicios adecuados como son los: "mercados y centros de abasto....".<sup>(3)</sup> para satisfacer el abasto y la distribución de alimentos, que hacen frente a una población que aumenta vertiginosamente y con ella la demanda de requerimientos, principalmente para que se cubran sus necesidades adecuadamente, por lo tanto en los siguientes capítulos de esta investigación se presenta la participación que mantienen los mercados públicos en la distribución y comercialización de alimentos.

<sup>3</sup> Secretaría de Programación y Presupuesto  
Metodologías para el establecimiento de los sistemas municipales de planeación democrática, octubre de 1988 pp 10

## 1.1. EL PROBLEMA DEL ABASTO DE ALIMENTOS EN LA DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION

### 1.1.1. DOS GRANDES MODALIDADES EN LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS

Si se toma en cuenta que los adelantos tecnológicos día con día se hacen más patentes modernizando nuestros diferentes ámbitos y condiciones de vida, y en esta dinámica el proceso de urbanización interactúa con las necesidades del crecimiento demográfico, que exige tener una mayor demanda de bienes y servicios para cubrir sus requerimientos. No obstante su transformación la actividad abastecer de alimentos a las grandes urbes se manifiesta como una problemática compleja, sobre todo por la existencia de una gran diversidad de modalidades y agentes que intervienen en su desarrollo, por consiguiente el gobierno y diferentes autores de la estructura comercial la clasifican en dos grandes rubros, que se integran principalmente de; un sistema tradicional y otro moderno, de acuerdo a los métodos de su participación.

En el comercio tradicional destacan los mercados públicos, sobre ruedas, tianguis, misceláneas y establecimientos especializados como (tortillerías, carnicerías, panaderías) entre otros. En el sistema moderno lo conforman el comercio organizado, y las cadenas de tiendas de autoservicio y almacenes.

Para establecer la diferencia de estos dos canales de distribución, se consideran los acontecimientos históricos, que identifican al abasto tradicional de alimentos a través de los mercados públicos, a su vez los caracteriza primordialmente en las zonas urbanas hasta la década de los cuarenta, con la aparición de los primeros supermercados y cadenas de tiendas comerciales, surge el comercio organizado, así como la nueva modalidad del autoservicio que cambia los hábitos de compra y da origen a la dualidad comercial, cuya presencia se ha hecho más intensiva en nuestros días.

Lo anterior pudiera tener otras interpretaciones dependiendo de cada punto de vista, sin embargo la mayoría de los investigadores especializados establecen esta diferencia: "los conceptos tradicional y moderno pueden provocar confusiones o interpretaciones equivocadas su diferencia esencial consiste en sus raíces históricas tan distintas y en lo diverso de las relaciones sociales que favorecen el desarrollo uno del otro....." (4 )

Por lo tanto, en la gran diversidad de modalidades y agentes que intervienen en el abasto de alimentos, los mercados públicos cumplen una función preponderante, es decir; a pesar de existir dos grandes sistemas como se ha mencionado, uno tradicional y otro moderno, esto no significa que ambos tengan como finalidad, cubrir adecuadamente las necesidades de toda la población, particularmente a las familias de menores ingresos, según antecedentes, desde un principio el comercio tradicional de los mercados públicos se ha caracterizado en atender las demandas de

<sup>4</sup>Rello Fernando/ Sodi Demetrio  
Abasto y Distribución de Alimentos en las Grandes Metropolis  
ed, Patria, S.A. de C.V. México 1989 pp 75

las clases populares, mantenido en su forma de operación actividades comerciales en bajos volúmenes que propician la ausencia de técnicas más avanzadas y modernas en el proceso del abasto, el cual con el crecimiento de la población y el impacto del urbanismo ha ocasionado un desfase en su coordinación de distribución y comercialización, además la insuficiencia de infraestructura y de servicios de apoyo repercuten en un deficiente desarrollo, el cual difiere del comercio organizado moderno que mantiene equipo adecuado, e instalaciones de acuerdo a sus necesidades, solo que este por conveniencia y rentabilidad se establece primordialmente en las zonas más privilegiadas según se menciona: "por otra parte existe un sector moderno constituido por el comercio organizado a través del autoservicio que atiende a estratos medios y altos en las zonas urbanas y, por otro uno tradicional e ineficiente que opera bajos volúmenes de venta y que agrupa a los mercados fijos y móviles, comercio especializado y ambulante. Este último sector se desarrolla con deficiente infraestructura comercial, falta de organización operativa y física y limitado acceso al financiamiento....."(5 )

En México los mercados públicos tienen una función determinante en el abasto de alimentos, como son principalmente los productos frutícolas, legumbres, cárnicos, pollo, pescados, entre otros. En nuestros días su actividad se ha intensificado y diversificado, debido al elevado índice de la población urbana, pero de acuerdo a las condiciones de su baja escala operativa, la insuficiencia de infraestructura y de servicios de apoyo repercuten negativamente en sus costos y se considera: "En la actualidad, los mercados de venta al detalle han constituido centros de repunte comercial y

<sup>5</sup>Torija Bouchan J  
Problemas de Comercialización y Distribución

IEPES mayo 1990 pp 10

detonadores del impulso social; no obstante, la situación de su infraestructura ha hecho que cada vez se canalicen recursos en absorber sus déficits operativos...."(6 )

Otro aspecto que resalta entre las principales características de la dualidad comercial, se determinan las ventajas que mantiene el comercio organizado moderno, con relación al comercio tradicional de los mercados públicos. Como se ha indicado estos últimos mantienen un sistema de operación de baja escala, cuyo resultado tiene como efecto un intermediación excesiva y costosa que trasciende en deficiencias y repercusiones que provocan pérdidas, lo cual afecta los precios de los productos, en cambio el comercio organizado a través del autoservicio, debido a las condiciones de su sistema de mayores volúmenes le permite tener una relación directa con los productores, industriales, o mayoristas de elevados márgenes comerciales. A su vez estos pueden ofrecer mejores ofertas de sus productos, y se indica: "Se encuentran los establecimientos grandes representados por las tiendas de departamentos y cadenas comerciales, los cuales además de tener una integración vertical como empresas, tienen funciones que ya sobrepasan la estrictamente comercial como son las diferentes actividades; financiera; en cuanto a la venta, otorgando créditos y en la compra, al diferir los pagos a proveedores; publicistas; arrendadora de locales anexos o integrados al establecimiento etc....."(7 ).

<sup>6</sup>Pichardo Pagaza I

Promoción para la Construcción, Privatización y Habilitación de Mercados de Venta al Detalle

Gobierno del Estado de México

<sup>7</sup>Martínez Néstor B

La Comercialización al Detalle de Frutas y Verduras C. Puebla

Comercio y Desarrollo abril/junio 1982 pp 27

El sector público también hace notorio la diferencia de repercusiones que predominan en esta dualidad comercial, estableciendo sobretodo las ventajas del sistema moderno y las desventajas del tradicional, de esta confrontación en forma general manifiesta: "La actividad comercial al menudeo se caracteriza por una marcada dualidad. Por un lado, existen sistemas comerciales modernos que pueden aprovechar economías de escala y pueden operar con bajos costos unitarios y por otro, se presenta el comercio tradicional, con múltiples establecimientos pequeños que pueden operar en escalas bajas y con altos costos....."(8 )

Con base a las características que prevalecen en ambos sistemas como son las antes indicadas entre otras, se denota que estas son de consideración y poco competitivas en la distribución y comercialización de alimentos que se deriva de sus métodos de operación para lograr un desarrollo paralelo que finalmente beneficie a toda la población, particularmente a los grupos de más bajos ingresos, además de su población económicamente activa.

<sup>8</sup> Secretaría de Comercio y Fomento Industrial  
Programa Nacional de Modernización del Abasto 1990 1994  
Diario Oficial 24 de enero de 1990 pp 29

### 1.1.2. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS. (Caso; Zona metropolitana de la ciudad de México)

Los mercados públicos además de participar con el desarrollo económico de México se establecen como estrategia principal en las zonas urbanas populares y rurales para la distribución y comercialización de alimentos, que si bien debido a lo limitado de su baja escala operativa, de servicios de apoyo e infraestructura no son eficientes. Sin embargo debido a las ventajas de su ubicación estos atienden las necesidades de todos los consumidores principalmente a las familias de bajos ingresos, en virtud de que sus compras dependen de sus ingresos y no pueden adquirir grandes volúmenes que les permita almacenar, consecuentemente sus visitas son más frecuentes, (Montemayor A.1982) considera en encuestas realizadas (de las zonas urbanas de México) que se ha manifestado el 45% de las frutas y verduras eran adquiridas por las amas de casa en los mercados públicos, en el caso de cárnicos el 73% con tablajeros tradicionales, y en las familias de mayores ingresos compraban en un 30% de verduras y carnes en supermercados, haciéndose más importante en los estratos medios y altos.

Otras investigaciones más recientes sobre la importancia del abasto de básicos y la participación que mantiene el sistema tradicional de los mercados públicos en gran cadena alimentaria, realizadas en la zona metropolitana de la ciudad de México, también establecen un alcance considerable en las compras de alimentos, efectuados principalmente por los grupos más necesitados con lo cual se menciona: "El mercado público abastece 34.8% de las necesidades metropolitanas globales de frutas y verduras, casi 30% de las de



carne y más de 25% de las de despensa...." (9 )

Lo anterior indica, que a pesar de existir en las zonas urbanas una gran modalidad de establecimientos del comercio organizado y del comercio tradicional, es decir los mercados públicos estos cubren esencialmente las necesidades de las clases populares que otros sectores de la economía no les interesa cubrir, en este aspecto se menciona: "El comercio organizado no acude a las zonas populares y menos aún acudirá a zonas rurales, ya que éstas la venta fundamental por razones obvias, es de productos básicos donde el margen de utilidad - y con ello su rentabilidad - resultan menores. Es por ello que estos productos son usados en estos sistemas como venta de gancho....." (10), con lo cual se destaca que los grupos medios y altos se benefician más por su capacidad de compra en el comercio moderno, por otro lado resulta contrario en las familias de menores ingresos, ya que es en su detrimento por su bajo poder de compra y se precisa: "El comercio moderno se ha concentrado en el medio urbano que paradójicamente ha propiciado que los estratos pobres compren al menudeo a precios elevados, mientras que los medios y altos lo hagan a precios menos elevados debido a su capacidad de acceso al gran comercio...." (11). Ante esta perspectiva se determina la función de los mercados públicos en el abasto de alimentos y a pesar de sus limitaciones atienden en condiciones poco favorables las necesidades de la población en general.

<sup>9</sup>Torres Torres F

El Abasto Alimentario en la ZMCM

I. de Investigaciones Económicas U.N.A.M. México 1993 pp 230

<sup>10</sup>Bodí Demetrio

Los Sistemas de Comer. del Estado y el Pequeño Comercio

Comercio y Desarrollo ene/feb/mar 1980 pp 13-14

<sup>11</sup> Terrab Quesnal Carlos

Participación del Estado en la Dist. y Comer. de Alimentos

IEPES 25 de mayo 1990 pp 15

Entre las características que reafirman la función importante de los mercados públicos, destacan la venta al detalle en las zonas urbanas, derivado de su actividad de distribución y comercialización de alimentos, el cual se determina por la rotación que mantienen de diversos productos en el proceso de las operaciones que realizan los detallistas y locatarios para ofrecer diferentes tipos de mercancías, con la finalidad de atender la demanda del crecimiento de la población. A pesar de los limitantes de su baja escala no significa que su participación no sea determinante en el desarrollo económico y social, según lo señalan: "Los mercados públicos al menudeo tienen una importancia que deriva del papel que desempeñan dentro del comercio urbano; por una parte, sus ventas de ciertos productos no son tan altas que los coloque en los primeros lugares como canales de distribución, pero por otra algunos productos como frutas, verduras, flores, o carnes, se encuentran en los mercados públicos una importante manera de llegar a los consumidores, sobre todo a las clases más necesitadas....." (12 ).

De acuerdo a lo anterior se tendría la siguiente interrogante; ¿Cuales son los alcances de la distribución y comercialización de básicos? Sodi Demetrio dice; en su estudio de la estructura comercial que: "al 76% de la distribución de alimentos y abarrotes corresponde al pequeño comercio; el 18% está en manos de las grandes tiendas normalmente organizadas en cadenas, y el 6% restante constituye un esfuerzo del Estado....." (13 ).

<sup>12</sup>Muldoon Juan /Servtje Daniel  
El Comercio de Alimentos en México,  
ed, Trillas México 1984 pp 93

<sup>13</sup>Los Sistemas de Comercialización del Estado, Op. Cit., pp 12

Puntualizando las condiciones señaladas, es un hecho que confirma la trascendencia de los mercados públicos en las zonas urbanas y rurales, como es el municipio de Cuernavaca, (objeto de estudio) con base a los censos estadísticos del Gobierno del Estado de Morelos y de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C (ANTAD) estos servicios sólo se concentran con mayor influencia en los dos municipios más importantes de Morelos; Cuernavaca y Cuautla es decir, el comercio organizado se encuentra instalado únicamente en los municipios antes mencionados, esto significa que no se cubre a toda la población, ya que ésta se encuentra diversificada en los 32 municipios de la entidad, lo cual representa que el 66.45% de su población, la distribución se realiza principalmente con mercados públicos (las cifras de estos datos se presentan en el segundo capítulo).

### 1.1.3. CARACTERISTICAS DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DE LA ENTIDAD

A pesar de que el abasto de alimentos, es una demanda social preponderante que se debe de cubrir en suficiencia, calidad y precios bajos, las condiciones que manifiestan los mercados municipales de la entidad, en sus etapas de distribución y comercialización no mantienen los requerimientos apropiados para que se realice en forma eficaz y eficiente, de acuerdo a los limitantes de sus condiciones, así como también entre otros aspectos se mencionan los siguientes:

#### INFRAESTRUCTURA

Como se ha destacado los mercados municipales se caracterizan como centros de abastecimiento popular que atienden la venta de diversos productos al detalle, particularmente básicos tales como; frutas y verduras, granos, carnes entre otros, tradicionalmente han mantenido actividades muy heterogéneas y una capacidad de operación muy restringida por los limitantes de su infraestructura, sin embargo a pesar de no tener los requerimientos apropiados para cubrir las demandas actuales, han llegado a mantener funciones de comercialización y acopio al medio mayoreo y menudeo, por la carencia de centrales de abasto en determinadas zonas y regiones, para satisfacer las demandas de la población.

El crecimiento demográfico actual, aunado a su desarrollo repercute negativamente en su capacidad instalada, así como

también la falta de mantenimiento y adecuación acrecienta sus problemas, haciéndose a su vez obsoleta su función a las necesidades de nuestra época. Esta situación además de la presencia del comercio semifijos y ambulante repercute en la saturación de los mercados, provocando obstrucción de áreas públicas y de circulación vehicular, con implicaciones higiénicas desfavorables.

#### SITUACION OPERATIVA Y SERVICIOS

El proceso operativo tradicional por su baja escala es muy limitado y deficiente, que también se manifiesta por la falta de servicios que se encuentran restringidos o carecen para cubrir las necesidades de su desarrollo como son; frigoríficos, bodegas, espacios de acceso, centros de información y suficientes canales de distribución apropiados a su estructura, que aunado a los métodos tradicionales de operación y distribución propician déficits por el impacto del crecimiento de la población.

#### ASPECTO ECONOMICO

En general la evolución que ha tenido por su crecimiento económico es más significativo en las zonas urbanas, con un mayor impacto comercial y dejando en la marginación al comercio de la zona rural con pocos o sin ningún servicio. Ante las perspectivas de la recuperación económica con estabilidad de precios, mencionado por el gobierno federal actual, en el: (Plan Nacional...) las condiciones actuales que se manifiestan los mercados municipales de distribución y comercialización de

alimentos no tienen las características para que se cubra adecuadamente las demandas de la población, por la falta de una eficiente diversificación en su estrategia comercial más directa de los estados productores con los mercados municipales, en virtud de que estos centralizan sus productos en determinadas regiones, (como es el caso de la Central de Abastos de la ciudad de México) para fijar los precios antes de ser distribuidos y comercializados, situación que provoca una triangulación de su oferta y se genera el intermediarismo con los mercados que atienden al medio mayoreo y menudeo.

Otra condición determinante es la baja escala del poder compra de los pequeños y medianos comerciantes, así como de la falta de capacidad para la obtención de financiamiento bancario suficiente que amplíe sus condiciones, debido al reducido número de uniones de compra y crédito no se aprovechan las economías de escala ni se obtienen precios más bajos en calidad y suficiencia. (posteriormente se presenta una comparación de las uniones de compra y crédito)

De acuerdo a la situación que presenta el comercio y abasto de productos básicos, resulta evidente la necesidad de su impulso y desarrollo, para contribuir adecuadamente con el crecimiento económico y social del país, asimismo por el papel que juega es sin duda una de las demandas sociales prioritarios que el gobierno, debe resolver en beneficio de la población, particularmente la de más bajos ingresos. También es interesante el hecho que existe, sobre la distribución y comercialización de alimentos, que se relaciona con la influencia que ejerce el mercado mayorista con los mercados municipales, por su gran poder de acopiador que este mantiene con el sistema tradicional, por lo tanto es indispensable mencionar algunos de sus principales aspectos, que mantienen en la gran cadena alimentaria.

#### 1.1.4. LA DISTRIBUCION MAYORISTA DE ALIMENTOS (Zona Metropolitana)

Debido a la escasez de estudios, sobre el proceso de la distribución mayorista de los mercados municipales de Cuernavaca, Mor., se toman en cuenta las condiciones que manifiestan en la zona metropolitana de la ciudad de México, (CEDA) por consiguiente se destaca que el proceso mayorista de alimentos surge con el crecimiento demográfico ya que tiene un impacto significativo con las necesidades de bienes y servicios, que implica cada vez una mayor demanda de sus requerimientos, asimismo en la dinámica del abasto de básicos se requiere de la utilización de canales más grandes para su distribución, que abarca desde las zonas productoras hasta las grandes urbes y se señala: "hace menos de cincuenta años, el 80% de la población habitaba en áreas rurales, ahora ese porcentaje se ha reducido considerablemente y es cercano al 30%. Esto implica una mayor especialización en la actividad económica e incrementa la demanda por servicios comerciales....."<sup>14</sup>, por lo tanto, para cubrir estos desajustes interviene el mercado mayorista que amplía su capacidad de acopio\* (reunir en cantidad alguna cosa) y distribución para atender los requerimientos de un mercado menudista, cada vez más grande y diverso, ocasionado por la dinámica de expansión de la sociedad que se multiplica en forma desarticulada.

Como la función principal del mercado mayorista radica en su capacidad de acopio, éste le permite operar a través de un intermediarismo, que abarca desde los sectores productores hasta los detallistas. Primero actúan como compradores de la

<sup>14</sup>Montemayor Aurelio H

El Funcionamiento de los Mercados de Productos Perecederos en México  
Comercio y Desarrollo abril / junio 1982 pp 12

\* Oceano Uno, Diccionario Enciclopédico Ilustrado, ed. 1992

producción, para luego distribuir al comercio menudista también mencionan que: "el mayorista tradicional es un intermediario que tiene un gran poder como comprador en mercados rurales atomizados y como vendedor oligopólico (controla una parte significativa de los alimentos que ingresan a las grandes urbes)....."(15 )

A pesar de la importancia que tiene la función del mayorista tradicional, la distribución es canalizada con deficiencias y repercusiones económicas en su comercialización, derivado de su intermediarismo es decir; debido a su poder de grandes compradores, les permite influir directamente en el precio de los alimentos el cual es establecido principalmente por un reducido número de mayoristas, que de acuerdo a la estructura comercial son considerados como mayoristas de mayoristas, ya que su importante poder de compra les permite fijar las condiciones y cotización de los productos que controlan, por lo que obtienen un alto margen de ganancias, además de influir con otros mayoristas menores y repercutir con el comercio menudista y se señala: "ocho grandes mayoristas los cuales disponen de las diez bodegas más grandes, comercian 74% del volumen que ingresa a la CEDA. En esta etapa participan agentes que aunque son productores, acopian la mayor parte de zanahoria en las zonas productoras y la comercializan en sus bodegas. La tasa de ganancia para los mayoristas es de 56% durante noviembre y 75% en marzo....."(16). Por otra parte también Rello F./ Sodi D, cuestionan que: "su gran poder comercial les permite influir decisivamente en los precios y con frecuencia lo ha utilizado para provocar bajas y alzas artificiales en el mercado....."(17).

15 Rello Fernando / Sodi Demetrio Abasto y Distribución de Alimentos, Op. Cit., pp 92-93

16 Torres T. Felipe El Abasto Alimentario en la ZMCM, Op. Cit., pp 242

17 Abasto y Distribución de Alimentos, Op. Cit., pp 95



Con base a lo anterior, se desprende que en México el comercio mayorista no funciona como regulador de precios sobre la oferta y demanda de mercado, sino más bien establece las condiciones de su cotización de acuerdo a su gran poder de acopiador.

Esta característica nos plantea el problema de la homogeneidad del mercado mayorista. La mayoría de los investigadores coinciden que el comercio mayorista en México es tradicional, el cual responde a las necesidades de la gran estructura comercial de los mercados menudistas y rurales debido a su poder de compra, sin embargo no actúan como líderes para abatir los costos excesivos de intermediación y aprovechar las economías de escala mediante su integración vertical desde los sectores productivos hasta los canales de menudeo, sino por el contrario fortalece la triangulación comercial la cual propicia que se generen demasiadas intermediaciones, según menciona: "Los actuales márgenes brutos de (utilidad sobre ventas) no apoyan la extendida idea de que existan ganancias excesivas si las comparamos con las que se obtienen en países\* con sistemas comerciales más modernos en el negocio mayorista de abarrotes (en promedio, estos márgenes oscilan entre ocho y quince por ciento)....."(18 )

\*Nota: Se toma en cuenta que el autor se refiere a los casos de países más desarrollados como los Estados Unidos de Norte América, cuyas innovaciones comerciales mantienen el autoservicio y el aprovechamiento de las economías de escala para contrarrestar los costos de intermediación.

18 Castañeda Jiménez Hector F  
El Abasto de las Grandes Ciudades Bases para la Administración Pública de un Sistema. Caso Guadalajara y su Zona Metropolitana  
Tesis Grado de Maestro facultad de C:P:y S. U.N.A.M. pp 155

¿Cuáles son los elementos que se vale el mercado mayorista en el abasto de alimentos?. En esta interrogante se considera que corresponden diversos métodos, por lo heterogéneo de la estructura comercial y especialidad de producto, no obstante para establecer conceptos más precisos se toman en cuenta las características que señala Castañeda J. Hector F: "Propiedad de predios o el control de tierra ejidal rentada.....Control de la producción de pequeños productores .....Convenios de la producción de pequeños productores de bajos recursos mediante el financiamiento y compras por adelantado de la cosecha...."(19 ).

Sintetizando, como se ha señalado la función del abasto de alimentos es una condición preponderante que se debe cubrir con base a las necesidades de desarrollo de la sociedad, a pesar de que el sistema tradicional del mercado mayorista manifiesta que este ha prevalecido debido a su gran influencia con los diversos canales, que abarca desde la producción hasta la comercialización, e interferir con mayor fuerza por la falta de aplicación de sistemas más modernos y el aprovechamiento de las economías de escala de los mercados menudistas. Por lo tanto, es imprescindible su regulación ya que esta situación propicia que la distribución y comercialización de alimentos se realice como estrategia comercial primordialmente en los principales centros mayoristas que mantienen un excesivo control sobre la oferta y demanda de los productos alimenticios, con lo consiguiente ejercen una importante influencia en el precio y abasto de básicos que demanda la población.

19 Ibidem, pp 155-156

### 1.1.5. LA FUNCION DEL GOBIERNO EN EL ABASTO DE ALIMENTOS Y COMERCIALIZACION

Este apartado tiene como finalidad determinar los elementos que regulan la comercialización de alimentos. ¿Por qué es importante la función comercial de alimentos? Como se ha mencionado, básicamente el abasto de alimentos es una demanda social que atiende los requerimientos más prioritarios y su función comercial contribuyen el fortalecimiento de nuestra economía. Por lo tanto, uno de los objetivos preponderantes establecidos por el gobierno federal, es sin duda alcanzar que: "la política alimentaria tiene como objeto asegurar el abasto de alimentos a la población en condiciones adecuadas de calidad y precio, sobre todo a los grupos de más bajos ingresos....."(20 )

De acuerdo a los objetivos de la política alimentaria, El sector comercio manifiesta dos actividades fundamentales que son el abasto y su distribución, pero debido a su crecimiento no se ha desarrollado en forma general, en virtud de existir condiciones inadecuadas que cubran sus requerimientos en calidad, suficiencia y precios bajos, por lo consiguiente para lograr una mayor eficiencia según las autoridades federales, se toman en cuenta que: "las acciones correspondientes abarca desde la producción hasta la comercialización y el consumo, pasando por el acopio, transporte, distribución, almacenamiento y la transformación industrial de alimentos...."(21), es decir; en forma general todo el proceso requiere de su atención e innovación para cumplir y atender eficaz y suficientemente las necesidades actuales, así como promover una adecuada planeación y diversificación de su estrategia comercial y abasto, en virtud de que las condiciones

<sup>20</sup>Secretaría de Programación y Presupuesto  
Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994

primera edición, mayo 1989, pp 107

<sup>21</sup> Ibidem, pp 107

existentes son inadecuadas, además no se encuentran equilibradas por la falta de infraestructura multiregional, provocando que su actividad operativa este fuertemente concentrada en determinadas zonas, como es el caso de la Central de Abastos de Iztapalapa, lo que repercute negativamente en el crecimiento de otros mercados de medio mayoreo y menudeo, además por su impacto se genera el intermediarismo y da origen la especulación de sus productos, en este aspecto el gobierno señala: "Hay casos en que los productos de un estado son trasladados a la ciudad de México para ser comercializados al gran mayoreo antes de regresar a la entidad federativa de origen ....."(22 )

El proceso productivo, también ha sido afectado en su desarrollo situación ya mencionada, y como consecuencia de los problemas que enfrentó el país en las últimas décadas, que repercutieron negativamente con la economía nacional, entre otros aspectos que se consideran, es el déficit de oferta de productos básicos como son los agropecuarios, en virtud de que estos tuvieron como efecto un incremento en las importaciones para cubrir las necesidades de la población. Sobre esta situación las autoridades consideran en su política alimentaria: "Ante el deterioro de la balanza comercial agropecuaria, en especial en lo referente al incremento de importaciones de productos para la alimentación .....y, establece que tiene como prioridad fundamental..... la suficiencia alimentaria....."(23). Asimismo se desprende que para abatir el problema de alimentación en calidad, suficiencia y precios bajos es necesario que se lleven a cabo las acciones correspondientes de innovación que abarca desde el sector productivo, siguiendo por el abasto y comercial.

22 Ibidem, pp 107

23 Ibidem, pp 107

Con base a lo previsto, entre los aspectos que afectan los precios, la suficiencia y calidad de los productos básicos en el sistema tradicional, es el limitado proceso operativo en su etapa de comercialización y abasto, que es multiplicado debido a su reducida escala, el cual provoca el incremento de sus costos y el encarecimiento de sus productos, situación que al compararse con el comercio que mantienen empresas organizadas, estas pueden abatir sus costos así como la obtención de mejores ofertas por el aprovechamiento de las economías de escala; según las autoridades federales manifiestan: "Se apoyará a los pequeños comerciantes para que se organicen y formen uniones de compra y crédito, para que aprovechen economías de escala y aumenten su poder de compra....." (24).

Considerando lo anteriormente mencionado por el gobierno en el (Plan Nacional), se establece la necesidad de conocer más ampliamente las características que como posibles soluciones, tendrán los comerciantes y locatarios a su alcance, para cubrir las deficiencias y repercusiones que afecta los precios de sus productos derivado de su baja escala operativa y sistema tradicional, asimismo surgen las siguientes interrogantes. ¿Que son las economías de escala y como funcionan las uniones de compra y crédito en el comercio? Para responder estos cuestionamientos se considera la comparación de las diversas actividades que conforman las uniones de compra y crédito establecidas hasta la década de los noventa, de las cuales a continuación se indican sus conceptos y peculiaridades.

<sup>24</sup> Ibidem, pp 108

## 1.2. LAS ECONOMIAS DE ESCALA Y LAS UNIONES DE COMPRA Y CREDITO EN EL COMERCIO

### 1.2.1. NOCION DE ECONOMIAS DE ESCALA.

La importancia que manifiestan las economías de escala, lo establece su concepto, el cual señala que esta radica al efectuarse compras en mayor proporción, sus costos bajan por no existir intermediación al justificarse la venta de toda su producción.

De esta manera se toma en cuenta la siguiente definición de; economías de escala: "Dados los precios a que una empresa puede comprar los factores de producción, surgen economías de escala si el aumento de la cantidad de factores de producción es menor en proporción al aumento de la producción. De modo alternativo, los costes por unidad de producción pueden descender debido a que los precios de los factores también bajan si se compran en grandes cantidades....." (25 )

Como se ha mencionado, esta técnica es utilizada principalmente por las cadenas de tiendas de autoservicio y almacenes del comercio organizado, con la finalidad de adquirir mercancías a bajos costos y sin intermediarios con los productores, permitiéndoles a su vez ofrecer mayores ofertas a los consumidores.

<sup>25</sup> Seldon Artur

Diccionario de Economía. Oikos-Tam S.A., Cuarta ed, 1986 pp 221

### 1.2.2. LAS UNIONES DE COMPRA Y CREDITO EN EL COMERCIO

Las uniones de crédito son agrupaciones, que entre sus generalidades para su constitución tienen como objetivo fundamental que al integrarse puedan abatir sus problemas de la obtención de financiamiento, para solventar sus necesidades de producción, operativas, así como la compra de mercancías entre otros, a tasas blandas (bajas) con el sistema financiero mexicano ya que en forma personal cada usuario no logra cubrir los requerimientos solicitados y se ven obligados a obtener recursos de tasas altas con prestamistas ó agiotistas.

Estas organizaciones se integran por pequeños y medianos empresarios, cuyos antecedentes datan desde el 29 de junio de 1932 fecha en que de acuerdo a la Ley General de Instituciones de Crédito se establecen las primeras uniones de crédito. El 14 de enero de 1985 por medio de la publicación del Diario Oficial de Federación se da a conocer su reglamentación como organizaciones auxiliares de crédito.

Las uniones de compra y crédito se define de la siguiente forma: Son sociedades mercantiles con personalidad jurídica y funciones distintas de las de sus asociados, creadas para agrupar personas físicas o morales dedicadas a la actividad en el ramo agrícola, ganadero, comercial e industrial, con objeto de darles acceso al financiamiento bancario, y mediante la fuerza asociada, proporcionar servicios complementarios como adquisición de insumos en mayores volúmenes, la industrialización y comercialización de los productos con el aprovechamiento conjunto de tecnologías, que permitan abatir costos e inducir el desarrollo de sus miembros en beneficio de la sociedad....." ( 26 )

26 Banpeco S.N.C.

Revista Intercambio año 3, No 14 nov/dic 1991 pp 6-7

Las características generales que manifiestan las uniones de crédito<sup>(27)</sup> del año de 1941 a 1980 son:

ACTIVIDAD	CONSTITUIDAS 1941 a 1970	%	REVOCADAS	VIGENTES 1970	%	VIGENTES 1980	%
AGRICOLA GANADERO	142	72	96	46	71	42	52
INDUSTRIAL	20	10	8	12	18	26	32
COMERCIAL	35	18	28	7	11	13	16
TOTAL	197		132	65		81	
%		100			100		100

Como se puede observar la tendencia del sector comercial, no manifiesta un crecimiento significativo el cual representa el 11% en la década de los sesenta y el 16% en la de los ochenta en comparación de las demás actividades.

<sup>27</sup> Banpeco., Op. Cit., año 3 ene/feb 1992 pp 9-10



## ACTIVIDAD OPERATIVA

Su desarrollo operativo inicia a partir del año de 1932, fecha en que se constituyen las primeras uniones (datos mencionados) con la finalidad principal de establecerse como sujetos de crédito. En el año de 1942 a través de la Comisión Nacional Bancaria se autoriza la constitución de 19 uniones, número que se incrementa en el año de 1951 en 73 uniones, para la década de 1970 ya se contaba con un total de 197 concesiones de las cuales fueron revocadas 132, quedando en operación un total de 65 organizaciones mismas que se integran de:

ACTIVIDAD	NUMERO	%
Agrícola y Ganadero	46	71
Industrial	12	18
Comercial	7	11
TOTAL	65	100

Sobre las 132 uniones revocadas, las causales principales fueron por; deficiente administración, Falta de una adecuada planeación para su desarrollo, y capital insuficiente para su sostenimiento, aunado todo lo anterior la falta de promoción e interés de sus integrantes.

Las uniones que se mantuvieron en actividad operativa en la década de los ochenta, se incrementó en 81 organizaciones de las cuales la actividad comercial representa el 16.0% con relación a las existentes, y el total de estas agrupaciones se conforman de las siguientes:

ACTIVIDAD	NUMERO	%
Agrícola y Ganadero	42	52
Industrial	26	32
Comercial	13	16
TOTAL	81	100

El desarrollo que tienen de 1986 a 1990 se integra; de un número de 104 agrupaciones que mantenía en el año de 1986 se incrementa a 158 uniones para la presente década, la cual representa el 152% en total, y como resultado de la tendencia operativa que manifiestan las uniones de crédito, derivado del crecimiento que tuvieron en dicho periodo es como se presenta en el siguiente cuadro:

UNIONES DE CREDITO PERIODO 1986-1990

ACTIVIDAD	1986		1987		1988		1989		1990	
	No	%	No	%	No	%	No	%	No	%
AGRICOLA GANADERO	51	49	56	48	63	49	64	51	81	51
INDUSTRIAL	38	37	45	39	51	10	49	39	60	38
COMERCIAL	15	14	15	13	15	11	13	10	17	11
TOTAL	114	100	116	100	129	100	126	100	15	100
MANIFES/ CRECIMIENTO	100		112		124		121		152	
CRECIMIENTO ANUAL			12		11		-2		25	

Como se puede observar a pesar del crecimiento que han tenido, el sector comercio representa una tendencia poco significativa, del año de 1986 al de 1988 se mantiene con el mismo número de 15 agrupaciones, hasta el año de 1990 se incrementa a solo 17 uniones.

La distribución territorial de las 158 uniones de crédito se integra principalmente de las siguientes entidades:

ENTIDAD	NUMERO	%
SONORA	26	16
DISTRITO FEDERAL	18	11
JALISCO	16	10
SINALOA	14	9
ESTADO DE MEXICO	9	6
GUANAJUATO	8	6
RESTO	67	42
TOTAL	158	100

Los estados que no reportan operaciones de las uniones de crédito son: "Baja California Sur, Campeche, Colima, Morelos, y Quintana Roo....." (28). No obstante al incremento que han tenido las uniones de crédito es poco significativo, de acuerdo a las condiciones que manifiesta la actividad comercial, para aprovechar los beneficios de las economías de escala y de acceso al financiamiento bancario que contribuya al impulso y desarrollo de los pequeños grupos que integran particularmente este sector.

### 1.3. IMPORTANCIA DEL COMERCIO EN EL DESARROLLO ECONOMICO

#### 1.3.1. COMO AUXILIAR CON LA POBLACION ECONOMICANTE ACTIVA

En este capítulo se hace notar la importancia que mantiene la actividad comercial de los diversos sectores, con el desarrollo económico de México (se debe tomar en cuenta que su integración es en forma global, en virtud de que los censos económicos no reflejan cifras en forma particular).

Entre las funciones que mantiene el comercio es su participación con la población económicamente activa es decir; apoya como una opción ante el desempleo, ya que le permite mantener actividades que otros sectores no ofrecen como es el caso de las ocupaciones del medio rural y el campo el cual manifiesta que ha tenido una disminución significativa de mano de obra en los últimos años (según censos económicos) además el crecimiento demográfico de nuestra época ha desequilibrado la oferta de mano de obra de empleos que no ha crecido en la misma proporción, asimismo no sólo mantiene funciones que participan con las económicas, sino también apoya activamente al desarrollo social.

No menos importante de las diferentes fases de la actividad comercial es también su participación con el producto interno bruto, cuyo resultado ha mantenido niveles significativos en comparación con otras actividades de la economía nacional.

Lo anterior, implica la importancia que manifiesta la actividad comercial en la vida económica de México así como la relación que guarda con las demás actividades productivas, las cuales en nuestros días son cada vez más determinantes y necesarias para el impulso de nuestro País.

Como se ha mencionado, uno de los problemas más relevantes de carácter económico y social que atiende el Estado es la insuficiencia de empleos, con la finalidad de cubrir las demandas actuales que debido al crecimiento de la población se ha desequilibrado, y cuyo origen está fundamentado principalmente por dos aspectos; La reducción de la tasa de mortalidad y la estabilidad de la natalidad, lo cual ha ocasionado un rejuvenecimiento de la población que provoca la escasez de la oferta de empleo que no ha crecido en la misma proporción. El gobierno federal considera que: "Debido a las altas tasas de fecundidad que prevalecieron hasta 1975, y el crecimiento de la población que resultó del desfase entre la reducción de la mortalidad.....el grupo de población en edad de trabajar creció tan rápidamente como la década de los ochenta. Cuando era necesario crear más empleos....."(29 )

El comercio, es una actividad heterogénea que contribuye activamente en la generación de empleos, de un número de 1,075,174 que mantenía según censos de 1960 (30) comparado con el total de la población económicamente activa, representaba el 9.49%, y se incrementó en 3,108,128 resultando el 13.28% en la década de 1990 (31), las últimas cifras manifiestan un crecimiento del 189%. Sobre la relación de las cifras totales del universo de 11,332,016 en 1960 comparadas con las de 1990 que son 23,403,413 arroja el 106.52% de incremento poblacional, es decir, se duplican, mientras que las manifestadas por el comercio se triplican.

29 Secretaría de Programación y Presupuesto Op. Cit., pp 9-10

30 INEGI

Estadísticas Históricas de México, segunda ed, junio 1990 pp 274

31 INEGI

XI Censo General de Población y Vivienda pp 368

En otras actividades, como son la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, ha disminuido su participación de mano de obra, comparando las mismas décadas en 1960, mantenían un número de 6,143,540 representando el 54.21% del universo, con relación a la década de 1990 que es de 5,300,114 resulta el 22.65%. Las cifras entre sí, manifiestan un decremento del (138.44%) de menos, (detalle de los censos en el cuadro general) asimismo la distribución actual de la población urbana ocupada por rama de actividad (34 áreas urbanas) es como sigue:

POBLACION URBANA OCUPADA	
A C T I V I D A D	%
Industria de la Transformación	21.9
Comercio	21.1
Servicios	32.2
Otros	8.3
Gobierno	6.5
Comunicaciones y Transportes	6.6

En este grupo se manifiesta la clasificación Poblacional ocupada por actividad principal, (32) lo cual se denota que el porcentaje más importantes es el de Industriales, con un 28.3% en segundo término se manifiesta el de servicios por el 20.0% seguido de los anteriores los comerciantes vendedores alcanzan el 18.3% de este grupo.

ACTIVIDAD	%
Industriales	28.3
Servicios	20.0
Comerciantes vendedores	18.3
Profesionistas y técnicos	14.5
Personal administrativo	14.0
Otros	4.9

---

32 INEGI,  
Avance de Información Económica, Empleo marzo 1993



CUADRO GENERAL

POBLACION OCUPADA POR RAMA DE ACTIVIDAD

Periodo de 1960 a 1990

ACTIVIDAD	DECADAS							
	1960	%	1970	%	1980	%	1990	%
<b>POBLACION TOTAL</b>	11,332,016	100	12,955,057	100	21,971,693	100	23,403,413	100
Agricultura, ganad. Silvicol. y Pesca.	6,143,540	54.21	5,103,519	39.39	5,699,971	25.94	5,300,114	22.65
Industria Manufact. Transf. y Petrolera	1,697,621	14.98	2,349,249	18.13	3,052,141	13.89	4,654,561	19.89
COMERCIO	1,075,174	9.49	1,196,878	9.23	1,729,296	7.87	3,108,128	13.28
Servicios	1,527,229	13.48	2,158,175	16.66	2,823,868	12.85	2,137,836	9.13
Otros	888,452	7.84	2,147,236	16.57	8,666,417	39.45	8,202,774	35.05

El sector comercio manifiesta, un crecimiento en la población ocupada del 9.49% que representa 1,075,174 en la década de los sesenta, comparado estas cifras con la década de los noventa, se triplica en 13.28% con un total de 3,108,128 de su población económicamente activa, mientras que en la agricultura esta misma comparación disminuye al 31.56 % con relación al crecimiento demográfico.

Nota: La fuente de esta información se citó en ref. INEGI., Estadísticas Históricas de México, segunda ed., junio 1999, pp 274 y XI Censo General de Población y Vivienda resumen general, 1990, pp 368.

### 1.3.2. CONTRIBUCION DEL COMERCIO EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO.

Ante la crisis económica que enfrentó el País y las medidas de ajuste que se tomaron para el control de la inflación, tuvieron como efecto positivo su recuperación en los últimos años, el cual se manifiesta en el aumento de la tasa del producto interno bruto, por lo consiguiente en el año de 1992 se registró un crecimiento del 2.6% anual. Los sectores que han participado, entre estos sobresale el comercio con una tasa del 26.5%. Producto Interno Bruto trimestral por gran división: <sup>(33)</sup>

ACTIVIDAD	%
Comercio	26.5
Manufacturas	21.7
Ser. Comunales	17.6
Ser. Financieros	10.5
Agropecuaria	8.3
Transporte	6.9
Otros	8.5

<sup>33</sup> INEGI, Op. Cit., Avance feb 1993

De acuerdo a las cifras antes indicadas, resulta evidente que las actividades del sector comercio juega un papel importante en el desarrollo económico de México, y por lo consiguiente es necesario el impulso de su modernización en todas sus actividades.

También la modernización enfocada en la economía nacional, el gobierno federal, determina que es un instrumento en que le permitirá apoyarse para lograr sus objetivos y cuya finalidad será su fortalecimiento, así como mejorar el nivel de vida de los mexicanos y considera que: "La modernización económica y la modernización social son complementarias....." (34 )

Resumiendo, con base a los aspectos señalados se determina la importancia que mantiene la actividad comercial en el desarrollo económico de México, así como las dos grandes modalidades existentes de la gran cadena alimentaria, presentan diferencias que son de estimación, por un lado el comercio tradicional mantiene sistemas operativos muy reducidos y obsoletos que repercuten en la distribución, comercialización de sus productos, lo cual imposibilita que sus agremiados puedan ofrecer un abasto más eficiente, por otro lado el comercio moderno organizado a pesar de contar con sistemas más eficaces, no tiene como finalidad básica atender los requerimientos de alimentos de los grupos más necesitados, ya que los productos alimenticios que comercializan son parte de los bienes y servicios complementarios que utilizan de sus estrategias de ventas, por lo consiguiente el papel de los mercados públicos tiene la función tradicional en el abasto de alimentos para toda la población, particularmente es el centro de consumo de las familias de menores ingresos, cuyas características principales se señalan en el siguiente capítulo objeto de la investigación.

## 2. ABASTO Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS EN EL MUNICIPIO DE CUERNAVACA, MOR.

En este capítulo (objeto de la investigación) es importante hacer mención, que no se cuenta con suficientes elementos que determinen la situación predominante en los mercados municipales de Cuernavaca debido a la escasez de estudios, también se hace notar que se solicitó mediante oficio al administrador del centro comercial Adolfo López Mateos, las facilidades para conocer el padrón de comerciantes y locatarios existentes, como no se obtuvo ninguna respuesta favorable de esa petición, se recurrió también a las autoridades municipales y entendemos que no mantienen información de consulta disponible, por lo tanto en algunos casos los datos se tomaron de investigaciones directas y de una sola fuente.

### 2.1. IMPACTO DEL CRECIMIENTO DEMOGRAFICO EN LA ENTIDAD

#### 2.1.1 GENERALIDADES DE LA ENTIDAD

El estado de Morelos se conforma de 32 municipios, y cuenta con una extensión territorial de unos 4,941 Km<sup>2</sup>, entre sus principales climas que mantiene son; templado cuya altura es de 1,200 a 1,500 metros sobre el nivel del mar, también de clima frío están las alturas que alcanzan los 1,800 a 2,400 metros y como clima tropical se comprende entre los 1,200 a 890 metros de altura. Ubicado en la zona centro se encuentra el municipio de Cuernavaca, Mor cuenta con una extensión de 244.71 Km<sup>2</sup>, las colindancias que mantiene son con los siguientes estados; Distrito Federal, Estado de México, Estado de Puebla, y Estado de Guerrero, debido a sus características representa un polo de atracción en las diversas actividades económicas y por su clima como un estímulo turístico principalmente para la población del Distrito federal, que también ha influido en el crecimiento demográfico, y repercutido en los servicios municipales.

En el aspecto productivo de alimentos, se consideran el agropecuario, silvicultura, pesca y ganadero, los productos agrícolas cíclicos que manifiesta por tipo de cultivo son; maíz, sorgo, jitomate, cebolla, avena, cacahuete, arroz, frijol, pepino, tomate, calabacita, así como también cultivos perennes entre los más importantes manifiesta a: la caña de azúcar, aguacate, durazno, mango, higo. La superficie sembrada en el año agrícola corresponde al 62.1% de agua de temporal, y el 37.9% de riego. La ganadería se conforma: de bovino, porcino, caprino, ovino y aves. (el resultado de su productividad por especie es variable según las condiciones de cada ciclo, como son generalidades no se realizó ninguna investigación) no obstante, es importante destacar que la producción del año de 1992 se concentra en el 80.5% de aves, 12.7% en bovino, el 4.9% en porcino el 1.0% en ovino y el 0.9% en caprino de los cuales representan un sacrificio por especies de; 22,658,306 en aves, 25,162 cabezas de bovino, 25,834 en porcino 13,145 en caprino de acuerdo a las cifras que manifiesta el (Anuario Estadístico del Estado de Morelos, 1993).

#### 2.1.2. ASPECTOS DE URBANIZACION

El estado de Morelos es una entidad que ha triplicado su población en la últimas décadas, denotándose una aceleración en el proceso de su urbanización en sus principales municipios, cuyo efecto hace necesario un conjunto de acciones que implican resolver los requerimientos que surgen con la dinámica del crecimiento de la población urbana, en virtud de que estos tienen como finalidad principal satisfacer las necesidades preponderantes de su propio desarrollo, además de contribuir con su existencia, asimismo entre las más importantes se encuentran; el alimento como requisito vital, la vivienda y el vestido como una consecuencia de las demandas de bienes y servicios indispensables.

Para poder satisfacer las diversas necesidades se requiere de su apropiación mediante el uso de bienes y servicios, que la sociedad establece por medio de métodos que le permiten la obtención de los recursos a través de una serie de mecanismos o sistemas establecidos asimismo se señala: "Producción - distribución - consumo - inversión se presentan como integrantes de una red de varios polos, en acciones y reacciones complejas, entre las cuales circulan flujos de bienes, servicios, ingresos, informaciones y poderes....." ( 35 )

¿Que importancia tiene el abasto de alimentos en el proceso de urbanización así como su distribución y comercialización?. Si tomamos en cuenta que la alimentación juega un papel determinante en la existencia de la vida humana, sobretodo para su desarrollo, y que sus necesidades se deben de cubrir adecuadamente a través de una serie de sistemas o acciones que abarcan desde la producción, la distribución y consumo, además de que estas deben funcionar de acuerdo a los requerimientos de la población, asimismo para alcanzar el uso de bienes y servicios es determinante que estos vayan de acuerdo al crecimiento de su población.

Los mercados municipales son centros populares para la distribución y comercialización de alimentos los cuales hacen frente a una sociedad que cada vez tiene mayores necesidades de consumo, y debido al crecimiento demográfico de la últimas décadas, así como de la urbanización ha repercutido en un desfase

35 Kaplan Marcos

Estado y Sociedad

Instituto de Investigaciones Jurídicas, pp 70

México 1987 U.N.A.M.

entre la oferta y demanda de bienes y servicios, y sus propios recursos tradicionales para atender los requerimientos de nuestra época, situación que cobra fuerza para que se tome en cuenta la importancia del alcance de sus actividades, con la finalidad de coadyuvar con el desarrollo de la sociedad que obedece cubrir una demanda vital.

La entidad de Morelos así como sus municipios han tenido un crecimiento demográfico significativo, principalmente en Cuernavaca, que se agudiza por su expansión y la exigencia de abasto de alimentos se agudiza por la falta de adecuación en las instalaciones de los mercados municipales, que no satisfacen las necesidades de su desarrollo, así como también la carencia de servicios adecuados para la distribución y comercialización de sus productos, todo esto impacta con los requerimientos de los diferentes canales que se han diversificado considerablemente.

Aunado a lo anterior, y como no existe una distribución mayorista de alimentos en el municipio de Cuernavaca, Mor, vemos que ello afecta negativamente en la calidad, suficiencia y precios de sus productos, por la falta de una Central de Abastos que suministre las necesidades de los mercados públicos, este servicio se obtiene de bodegas y comerciantes que mantienen el abasto al medio mayoreo en condiciones muy restringidas y obsoletas, debido a la carencia de instalaciones adecuadas a sus requerimientos de acopio para atender las necesidades actuales de la población. Con la finalidad de precisar las características de los mercados municipales, a continuación se presentan las cifras comparativas de la expansión demográfica.

### 2.1.3. COMPARATIVO POBLACIONAL DECADAS 1960 1990

Para establecer un panorama del crecimiento que ha tenido la población del municipio de Cuernavaca, Mor así como de la entidad, a continuación se presenta la evolución demográfica de las décadas de los sesenta a los noventa.

MUNICIPIO	DECADAS			
	1960	1970	1974	1990
CUERNAVACA	85,620	160,804	206,911	280,752
CRECIMIENTO %		187.84	241.66	327.9
TOTAL ENTIDAD	326,264	616,119	748,276	1,195,380
CRECIMIENTO %		188.84	229.34	366.38

La comparación anterior manifiesta un incremento considerable en su población, y debido a la importancia que representa Cuernavaca como principal municipio de la entidad, se determina un impacto demográfico significativo del 327.9% que resulta de una población de 85,620 <sup>(36)</sup> en (1960) a 280,752 habitantes <sup>(37)</sup> en (1990) asimismo en la entidad se cuantifica el 366.38% comparando el total de 326,264 que mantenía en 1960 con relación a 1,195,380 habitantes de 1990.

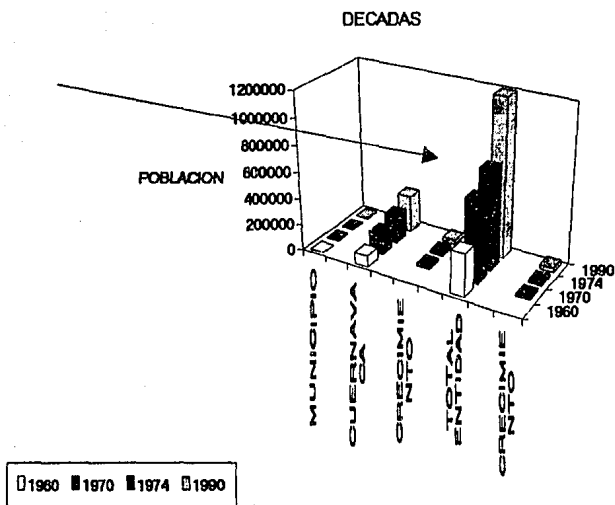
---

<sup>36</sup> Secretaría de Industria y Comercio  
VII Censo General de Población , 1963

<sup>37</sup> INEGI, IX Censo de Población y Vivienda  
cuadro 6, Morelos, 1990



En esta gráfica se presenta el crecimiento de la población, cuya repercusión manifiesta el 327.90% correspondiente a 280,752 habitantes del municipio de Cuernavaca, Mor. Y 1,195,380 que representa el 366.38% del total de la entidad, según comparativo de las décadas (1960-1990).



De acuerdo a la comparación anterior, ¿Como repercute el crecimiento demográfico con el abasto de alimentos en los mercados municipales?. Para delimitar los problemas del abasto y distribución, se toma en cuenta las condiciones que manifiesta la entidad, particularmente el municipio de Cuernavaca, Mor. que se caracteriza por mantener un sistema operativo tradicional, no obstante de ser el principal municipio del estado carece de una Central de Abastos que atienda las necesidades de toda su población.

Esta situación propicia que los mercados municipales existentes provean gran parte de sus productos básicos de la Central de Abastos de la ciudad de México (CEDA), lo cual provoca una triangulación de su oferta comercial y como consecuencia el sector público determina: "un abasto deficiente de productos básicos..." (38) ya que propicia la elevación de sus precios y se genera la escasez en algunos productos.

También debido a lo limitado de sus condiciones, la distribución y comercialización de alimentos la realizan los mercados municipales en condiciones muy restringidas, por la falta de adecuación oportuna a las necesidades de su crecimiento, así como la insuficiencia de servicios en algunos mercados y en otros la carencia, que generan una ineficiente operación.

Otro aspecto que repercute es la capacidad de los mercados municipales de Cuernavaca, cuyas instalaciones tienen una antigüedad aproximada que llega entre los 25 y 30 años lo cual su infraestructura se califica como insuficiente para atender los requerimientos del crecimiento de su población actual.

Como se ha mencionado, la falta de infraestructura acorde a las necesidades del crecimiento de la población afecta considerablemente su organización, además del comercio semifijos y ambulante en áreas de acceso propicia condiciones higiénicas desfavorables.

No es posible comprobar la repercusión del abasto de alimentos con su crecimiento, ya que también coadyuvan en la distribución de básicos las cadenas de tiendas comerciales modernas, como se ha mencionado mediante una función de rentabilidad más que social, lo cual implica que en esta dualidad los mercados por la falta de una oferta directa con los productores, se ven obstaculizados para ofrecer una mejor calidad y precios bajos de los alimentos, como consecuencia de su triangulación y su baja escala operativa propicia un excesivo intermediarismo, que aunado a la falta de tecnificación trasciende en deficiencias de acuerdo a lo señalado por las autoridades de la entidad que mencionan: "En general la oferta comercial de productos básicos es escasa y su variedad exigua, hechos que provocan presiones hacia el alza en los precios, una nutrición deficiente e incertidumbre en el abasto...." (39).

La finalidad del abasto de alimentos así como su adecuada distribución y comercialización es una demanda social que se debe cubrir principalmente a las familias de menores ingresos, y en este caso la Administración Pública es el instrumento que le permite al gobierno utilizar para cumplir con los ordenamientos de nuestras leyes, así como asegurar la fiel aplicación de sus programas, con la finalidad de llevarse a cabo los cambios e innovaciones correspondientes de acuerdo a lo establecido en su política alimentaria.

39 Ibidem, pp22

La política alimentaria establecida por el gobierno federal actual, menciona la aplicación de programas a corto y mediano plazos con el propósito de coadyuvar a su impulso y desarrollo, ejercer una mayor eficiencia de los mercados para lograr la reducción de sus costos así como una mejor oferta a los grupos marginados. En el municipio de Cuernavaca, Mor es importante considerar un cambio de los sistemas tradicionales que operan en los mercados públicos en virtud de que su proceso operativo es muy limitado y la falta de servicios adecuados a sus necesidades repercuten en la comercialización de los alimentos, Castañeda Jiménez H.F menciona: "Es evidente que la intervención del Estado en la actividad económica, demanda al mismo tiempo el mejoramiento del aparato administrativo y el establecimiento de sistemas adecuados para encauzar convenientemente las actividades del gobierno..." (40 ).

Como se ha mencionado, una alimentación adecuada y suficiente es importante en el desarrollo de la sociedad, para fortalecer cada vez más nuestra nación que crece en mayores proporciones y demandas. Muldoon Juan / Servitje D., señalan: "Son 25 millones de habitantes los que en 1979 no llegaban a los mínimos nutricionales de 2,700 calorías y 80 gramos de proteínas diarias por habitante.....El actual presidente de México ha dicho que: no podemos aspirar a ser un pueblo independiente y fuerte si aceptamos que los mexicanos sean seres humanos sin el requisito indispensable y fundamental para una vida digna, decorosa y productiva que es la alimentación ....."(41 )

40 El Abasto de las Grandes ciudades. Op. Cit., pp 47

41 El Comercio de Alimentos, Op. Cit., pp. 114

Por lo tanto con relación a la nutrición deficiente, es importante destacar como se conforma la base de la alimentación, en el caso de la entidad como no se tienen estudios que manifiesten sus características, se incluyen los parámetros de las investigaciones que se han realizado sobre el consumo diario aparente per capita que integra la dieta nutricional en México, asimismo se toma en cuenta que esta tiene como base principalmente, los alimentos de origen agrícola, de los cuales se toman cuatro granos básicos: maíz, frijol, arroz, y trigo, en los productos pecuarios son: bovino, porcino, aves, caprino y huevo. (según indicadores Seleccionados México Social 1990-1991 de Banamex 1991)

Tomando en cuenta los niveles de nutrición, se manifiesta que el consumo aparente de alimentos se establece de; calorías, proteínas, grasas, vitaminas y minerales como indispensables en una dieta balanceada. México presenta un consumo del 83% de calorías de origen vegetal y del 17% animal, sin embargo mantiene un promedio de 3,148 calorías ocupando el decimosegundo lugar comparado con EUA, Europa y Canadá, los cuales registran 3,300 calorías diarias por habitante, y según recomendaciones por la (FAO) es de 2,355. En la misma comparación de EUA, Europa, Canadá y Australia se registran los consumos en proteínas que son de más de 100 gramos por habitante como promedio diario, en cuanto a México presenta un consumo aparente de 82 gramos por habitante el cual se integra del 36% de origen animal y el 64% vegetal. Sobre el consumo de grasas, México reporta 87 gramos diarios per capita, mientras que Canadá y EUA aprovechan un promedio de 150 gramos por habitante. De acuerdo a los datos anteriores, se considera que en teoría México tienen un nivel medio en comparación a los EUA y Europa que mantienen altos índices nutricionales. No obstante, en la entidad se menciona que las condiciones de abasto provoca deficiencias nutricionales, es decir que no se cubre el nivel medio del País.

Retomando la distribución del abastos de alimentos, y con el propósito de establecer una situación más objetiva de las condiciones que manifiestan los mercados municipales de acuerdo; a la capacidad operativa de sus locales, el crecimiento de su población, la diversificación de sus giros comerciales, la organización y capacidad de su infraestructura, así como el apoyo financiero que recibieron los comerciantes y locatarios en los periodos de 1990 y 1991 para su impulso y desarrollo a las necesidades de nuestra época, se realizó una evaluación cuyo resultado pronostica las necesidades de los mercados municipales en Cuernavaca, así como los efectos que causan en los precios de los productos derivado por las limitantes que predominan en el gremio tradicional. (según se determina por las comparaciones realizadas con el comercio organizado y se presenta en los siguientes capítulos)

## 2.2. LOS MERCADOS MUNICIPALES DE LA ENTIDAD

En primer término se establece que la entidad de Morelos, cuya población es de 1,195,380 habitantes (42) cuenta con 57 mercados municipales (43) y según su importancia se presenta como sigue:

MUNICIPIO	POBLACION	%	MERCADOS	%
CUERNAVACA	281,752	23.57	9	15.72
CUAUTLA	120,301	10.06	3	5.26
JIUTEPEC	101,529	8.49	1	1.75
TEMIXCO	67,185	5.62	1	1.75
YAUTEPEC	60,328	5.05	3	5.26
AYALA	53,021	4.44	7	12.29
JOJUTLA	47,030	3.93	2	3.5
PUENTEDE IXTLA	43,994	3.68	1	1.75
TLATILZAPAN	37,513	3.14	1	1.75
RESTO	382,727	32.02	29	50.88
SUMAS	1,195,380	100	57	100

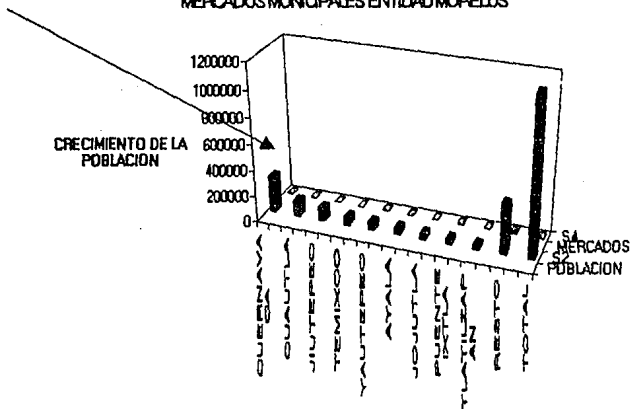
42 INEGI XI Censo de Población., Op. Cit., cifras preliminares

43 Gobierno del Estado de Morelos

Inf. Presidencias Municipales 1992,

Con base a la influencia de cada municipio, se presenta en forma gráfica un comparativo de los habitantes de la entidad, así como los mercados municipales existentes que cubren sus necesidades de abastos y comercialización. El municipio de Cuernavaca, Mor., sobresale con 281,752 habitantes que representan el 23.57% del universo y cuenta con un servicio de 9 mercados que cubren el 15.72% del total, el segundo municipio en importancia es Cuautla con una población de 120,301 que alcanza el 10.06% del total con 3 mercados y representa el 5.26%, además de un modulo de abasto operando a través de la iniciativa del gobierno del estado, y particulares, los demás municipios no llegan al 10% de su población.

#### MERCADOS MUNICIPALES ENTIDAD MORELOS

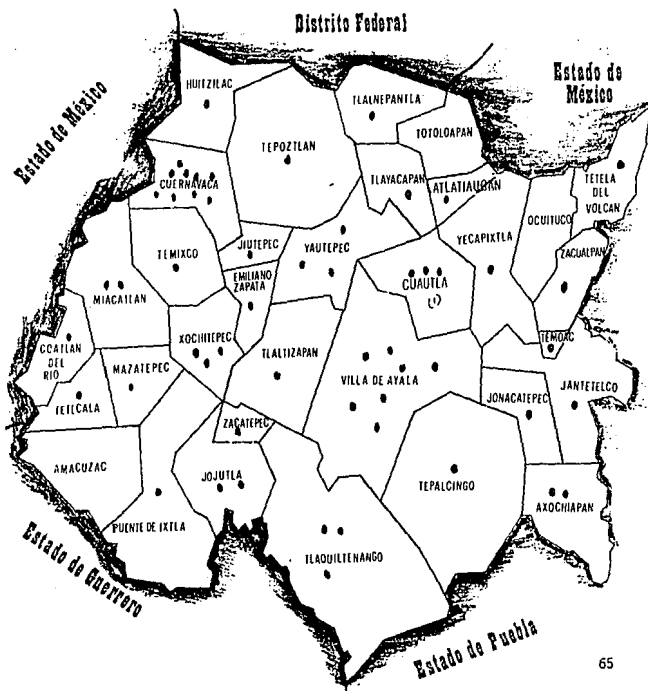




## 2.2.1. UBICACION GEOGRAFICA DE MERCADOS MUNICIPALES

Para establecer la zona de predominio que abarcan los mercados municipales en la entidad a continuación se ubican geográficamente en las siguientes localidades:

### ESTADO DE MORELOS



## 2.3. DISTRIBUCION DE PRODUCTOS BASICOS

### 2.3.1. MERCADOS MUNICIPALES (sistema tradicional)

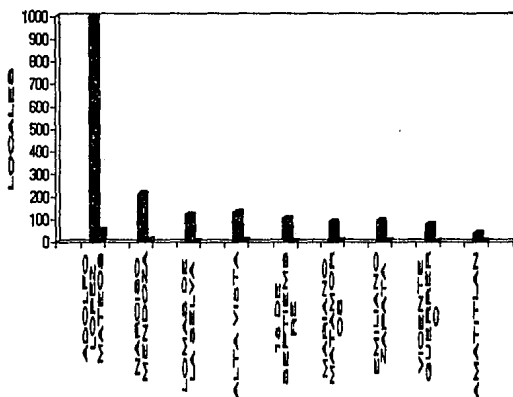
El sistema de distribución tradicional de alimentos que opera en Cuernavaca es inadecuado a las necesidades actuales, debido a su antigüedad y condiciones que mantienen los nueve mercados de la localidad considerados como centros de acopio <sup>(44)</sup>

MERCADO	INICIO DE OPERACIONES	No LOCALES	%
Principal			
ADOLFO LOPEZ MATEOS (Datos de la nave principal)	May-64	1000	53.44
Perifericos			
NARCISO MENDOZA	Feb-63	214	11.44
LOMAS DE LA SELVA	Feb-77	123	6.58
ALTA VISTA	Dic-85	132	7.05
18 DE SEPTIEMBRE	Dic-85	104	5.56
MARIANO MATAMOROS	Dic-85	90	4.82
EMILIANO ZAPATA	May-87	92	4.92
VICENTE GUERRERO	Nov-87	78	4.16
AHATITLAN	Abr-74	38	2.03
SUMAS		1871	100

<sup>44</sup> Padron de Locatarios  
H. Ayuntamiento de Cuernavaca 1992

La capacidad operativa de cada mercado municipal se determina con base al número de locales, (como se puede precisar en la gráfica) así como su proporción con relación al universo, entre estos destaca el centro comercial Adolfo López Mateos como principal centro de acopio y distribución de básicos al detalle en la entidad, con el 53.44% del total, el segundo en importancia en Cuernavaca, Mor., es el mercado Narciso Mendoza que representa el 11.44% y los demás sus instalaciones no alcanzan el 10.% para suministrar las necesidades de su población actual.

CAPACIDAD DE LOCALES COMERCIALES

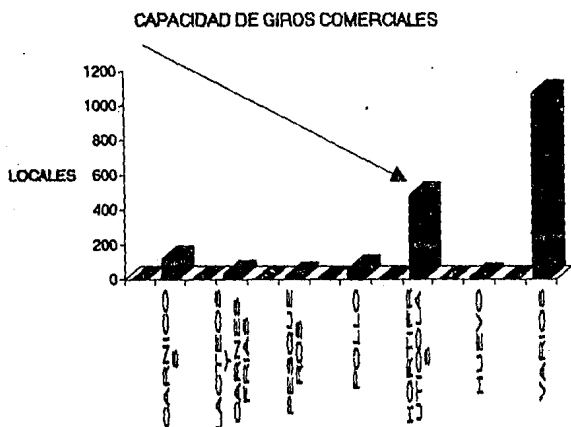


Sobre su diversificación operativa de los mercados municipales manifiestan actividades muy heterogéneas y restringidas, con implicaciones en su consumo, a su vez sus giros comerciales se clasifican en ocho grandes rubros, entre estos sobre salen el de varios con un 57.08% de su total, el de hortifrutícolas representa el 25.65% y cárnicos con el 6.25% del universo etc. (45 )

GIROS COMERCIALES	No LOCALES	%
ABARROTÉS	82	4.38
CARNICOS	117	6.25
LACTEOS Y CARNES FRÍAS	32	1.72
PESQUEROS	19	1.02
POLLO	60	3.21
HORTIFRUTÍCOLAS	480	25.65
HUEVO	13	0.69
VARIOS	1068	57.08
TOTAL	1871	100

45 Elaboración propia, (fuente padrón de locatarios)

Para una mejor apreciación, de la diversificación los giros comerciales que mantienen los mercados municipales de Cuernavaca, Mor., clasificados en ocho grupos, se presentan en forma gráfica, y como se puede observar entre estos manifiesta un repunte significativo el de varios, con un número de 1068 locales cubriendo el 57.08% del universo, el siguiente es de hortifrutícolas con 480 locales con un porcentaje del 25.65% y los demás no alcanzan el 10% del total.



### 2.3.2.DISTRIBUCION DEL COMERCIO ORGANIZADO MODERNO

El comercio organizado moderno, esta integrado principalmente por empresas legalmente constituidas, con la finalidad de la obtención de satisfactorios lucrativos (base marginal) a través de los diversos bienes y servicios que ofrecen, por ende las ciudades urbanas son el centro de atracción de mercado para el intercambio de bienes y servicios. A raíz de la expansión de la población las actividades se incrementaron y se fueron creando especialidades e implementado diversos sistemas para hacer más eficaces la satisfacción de sus necesidades.

Como el crecimiento urbano de la población ha continuado, y con ello sus necesidades, esto requiere satisfactorios de grandes volúmenes, consecuentemente para cubrir estos desajustes de las crecientes urbes se establecen sistemas que permitan el intercambio de bienes y servicios con métodos adecuados a las necesidades de mercado asimismo en esta actividad, para establecer centros comerciales modernos se menciona: "El área comercial implica una investigación de los niveles de ingresos de la población, lugares de residencia, trabajo y rutas de transportes, las tendencias del aumento natural de población y la dirección de su crecimiento, los lugares y volúmenes de comercio potenciales y existentes en los establecimientos de competencia....." (46 )

Sobre la planeación para las áreas comerciales se toma en cuenta la población para los centros que constituirán la fuente de bienes y servicios, los cuales se divide en tres categorías según también se señala: "para una población de 7 500 a 20 000 habitantes. Su

<sup>46</sup>Gallón B/ Eisner S

Urbanismo Planificación y Diseño

Compañía Editorial Continental, México primera edición 1972, pp 302

tamaño promedio es alrededor de 3 700 m<sup>2</sup>, pero puede oscilar entre 2 800 y 7 000 m<sup>2</sup> de área bruta..... a una población de 20 000 a 100 000 habitantes..... el tamaño promedio es de 13 900 m<sup>2</sup> de área bruta de piso y varía entre 9 300 y 28 000 m<sup>2</sup>, y necesita un terreno de 40 000 a 121 000 m<sup>2</sup>.....Podría servir a una población de 100 000 a 250 000 personas. Su tamaño promedio es alrededor de 37,200 m<sup>2</sup> de área bruta de pisos, aun cuando puede llegar a tener hasta 93 000 m<sup>2</sup>, requiere de un terreno mínimo de 162 000 m<sup>2</sup>....."(47 )

Al establecer la planeación de los centros comerciales, se requiere de análisis y aplicación de técnicas de mercado suficientes sobre las bases económicas de la región en las cuales juegan un papel determinante, el ingreso familiar destinada a cubrir los gastos de; comida, servicios, muebles, ropa, electrodomésticos, diversiones entre otras, y se cita que: "El hecho de que la gran mayoría de los consumidores con ingresos menores de 3.5 salarios mínimos en la ciudad de México tengan radios de compra que no rebasan unas cuantas cuadras y que sus compras sean tan frecuentes y de pocas mercancías por viaje, contribuye a explicar que los supermercados no puedan atender estas demandas de cercanía....."(48). En Cuernavaca, Mor., las cadenas de tiendas comerciales se ubican como estrategia en las zonas céntricas y residenciales, cuyo ingreso familiar es superior a los 3.5 salarios mínimos, y también participan en la distribución de alimentos por lo tanto se incluye una estimación teórica que manifiesta sus características de operación por habitantes(49) (su situación en el siguiente cuadro).

47 Ibidem, pp 302

48 Rello Fernando / Sodi Demetrio

El Abasto y Distribución de Alimentos, Op. Cit., pp 279

49 Fuente: Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales. A.C. (según relación de tiendas comerciales 11/29/93)

TIENDAS DEL COMERCIO ORGANIZADO MODERNO

COMERCIO ORGANIZADO MODERNO				
POBLACIÓN	MTS 2	TIENDAS	POBLACIÓN	%
CUERNAVACA				
ALMACENES AURRERA S.A. de C.V.	4,189	1		
GIGANTE S.A. de C.V.	1,471	2		
LA LUNA UNIDAD COMERCIAL S.A. de C.V.	2,750	1		
OPERADORA COMERCIAL MEXICANA S.A. de C.V.	19,835	3		
OPERADORA SUPERAMA S.A. de C.V.	3,383	2		
SUMA	31,628	9	280,752	23.48
CUAUTLA				
OPERADORA COMERCIAL MEXICANA S.A. de C.V.	2,600	1	120,301	10.07
SUMA TOTAL	34,228	10	401,053	33.55
PROMEDIO COBERTURA DE TIENDAS POR HABITANTES			40,105.30	
TOTAL ENTIDAD			1,195,380	100
POBLACION CUBIERTA POR TIENDAS			401,053	33.55
POBLACION SIN CUBRIR			794,327	66.45



A pesar de existir en el municipio de Cuernavaca, dos grandes canales de distribución (tradicional y moderno) se determinan deficiencias debido a que los mercados municipales mantienen un sistema de distribución de alimentos que opera en forma tradicional y de baja escala, el cual repercute que el proceso del abasto sea ineficiente para satisfacer las demandas de una población que se ha triplicado, además el municipio no cuenta con centros de abasto, (anteriormente señalado) lo cual propicia una triangulación con el de Iztapalapa y Jamaica.

La existencia de su triangulación, provoca incremento en los precios y escasez de productos, por el excesivo intermediarismo, asimismo su oferta comercial en productos básicos o alimenticios no es suficiente para atender la demanda de los consumidores, lo cual origina precios altos y deficiencias en el abasto de alimentos según se señala: "El hecho de que la actividad comercial sea perjudicial o benéfica depende en gran medida del método de comercialización, el número de intermediarios involucrados y el grupo de integración de la actividad. Todos ellos influidos por: el ingreso, su distribución, los gustos y el proceso de urbanización....." ( 50 )

Por otra parte el comercio organizado moderno, no tiene como estrategia cubrir las demandas de las clases más necesitadas, por lo tanto se encuentra establecido en los municipios más importantes de la entidad que son Cuernavaca, y Cuautla que representan el 33.55% del total de la población y el 66.45% se abastece principalmente de los mercados municipales. (de acuerdo al cuadro anterior)

<sup>50</sup>Montemayor Aurelio

El Comercio en la Economía Mexicana

Comercio y Desarrollo, septiembre-Octubre 1977 pp 22

En la década de los ochenta, se efectuó un estudio de la actividad comercial del estado y en el análisis indica que por no tener un centro de abasto: "repercute en una triangulación con los mercados de la ciudad de México....." (51) asimismo propicia elevación en los precios de sus productos y escasez de los mismos lo cual afecta a la población de menores ingresos.

Se consideran como principales centros de consumo en la entidad de acuerdo a su población a: Cuernavaca, Cuautla, Jojutla, Zacatepec, Yautepac entre otros.

En el municipio de Cuernavaca, Mor la distribución de alimentos se realiza a través de unos (120) medios mayoristas o intermediarios establecidos en el centro comercial Adolfo López Mateos, los cuales se abastecen principalmente de la Central de Abastos de la ciudad de México, con productores de otros estados y de la región según corresponda la temporada de cada producto.

El servicio usual para la distribución de alimentos es el medio terrestre, cuyo costo operativo resulta ser el más elevado de los sistemas, asimismo tiene una implicación en el precio de los productos, la estimación es variable debido a la capacidad de compra de cada producto, primero intervienen los medios mayoristas para abastecer sus bodegas utilizando el transporte foráneo, luego los comerciantes detallistas y locatarios con vehículos locales, cuya capacidad es más limitada por su baja escala de adquisición lo que origina que se realicen sus compras principalmente en la localidad, a través de los diferentes medios (52) de transportación. (En seguida se presentan dos cuadros estimado el uso del servicio de transporte)

51 De la Madrid Miguel  
Coordinación G. D. y Análisis P.R.I.

México pp 32

52 Elaboración propia (fuente de encuestas realizadas)

**USO DE TRANSPORTE UTILIZADO EN LA DISTRIBUCION DE PRODUCTOS BASICOS PRINCIPALMENTE DE MEDIOS MAYORISTAS.**

TIPO	TIPO DE TRANSPORTES EN OPERACION	
	TERRESTRES	FERROVIARIOS OTROS
LOCALES		(NO MANIFIESTAN)
FORANEOS	20%	
PUBLICOS	5%	
PROPIOS	65%	
PARTICULARES	10%	

De acuerdo a los porcentajes estimados no se incluyen los costos individuales de cada comerciante, ya que son muy variables debido a la diversificación que existe, y sus propios métodos operativos que mantienen en forma particular.

Los locatarios de los mercados municipales, se abastecen principalmente en las bodegas y con los medios mayoristas del Centro Comercial Adolfo L. Mateos los cuales para la distribución utilizan (53) el siguiente transporte:

**USO DE TRANSPORTE UTILIZADO EN LA DISTRIBUCION DE PRODUCTOS BASICOS PRINCIPALMENTE LOCATARIOS Y PEQUEÑOS COMERCIANTES DE LA LOCALIDAD.**

TIPO	TERRESTRES	FERROVIARIOS	OTROS
Local	65%		
Foráneo			
Público		(no reportan)	
Propios	8%		
Particulares	27%		

Debido a la baja escala de compra no requieren de otro tipo de transporte para su distribución local, ya que principalmente su abasto es muy frecuente (en algunos es diario) el cual destaca el servicio local con un 65% y el segundo en preferencia es el de particulares con el 27% que utilizan para cubrir sus requerimientos.

El costo estimado en fletas del medio mayorista es del 12% al 20% y de los locatarios y pequeños comerciantes comprende entre el 8% y 15% en vehículos locales.

---

<sup>53</sup> Elaboración Propia (fuente de encuestas realizadas)

## 2.4. LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS

### 2.4.1. EL PROCESO DE COMERCIALIZACION TRADICIONAL

Existe una gran diversidad de modalidades en la distribución de alimentos, y como la información que manifiesta el censo comercial no incluye datos más específicos para determinar la importancia de la variedad de cada conducto, por consiguiente se realizaron encuestas (54) para determinar el proceso de su comercialización, el resultado que se obtuvo manifiesta que primordialmente los intermediarios o medios mayoristas de bodegas del centro comercial (A.L.M.) son quienes cubren el abasto de alimentos a través de la (CEDA) y operaciones realizadas con productores del estado y otras entidades que dependen principalmente, de las épocas, existencia de cosechas y la oferta de precios.

#### COMERCIALIZACION DE ALIMENTOS ESTIMADA DE LOS LOCATARIOS Y COMERCIANTES DETALLISTAS.

TIPO	ORIGEN DE PRODUCTOS		
	LOCAL	ESTADO	OTRAS ENTIDADES
ABARROTES	13%		87%
FRUTAS		33%	67%
VERDURAS		27%	63%
CARNES	85%	15%	
GRANOS		22%	78%

54 Elaboración propia (fuente de encuestas realizadas)

Además del costo de fletes y transportes locales otro aspecto que repercute de consideración en la comercialización de alimentos (55) son las mermas de traslado cuya estimación se presenta continuación.

#### ESTIMADO DE MERMAS EN EL TRASLADO DE ALIMENTOS

PRODUCTOS	KILOS	PIEZAS	LITROS	OTROS
ABARROTÉS (variable por tipo de prod.)				
VERDURAS	10%			
FRUTAS	15%			
CARNES	15%			
GRANOS	15%			

Las mermas anteriores son estimadas, además no se incluye las repercusiones originadas desde los sectores productores hasta el mayorista de las centrales de abasto como se señala: "Las mermas en la recolección se estiman en 10%, (\*) en el acopio se pierde 5% y otro tanto por diferencias en el empaque; en el transporte entre 3 y 5%; y de 3 a 10% en almacenamiento. Por tanto, al consumidor sólo llega el 39% del potencial productivo del campo, pero paga por todas las deficiencias del sistema del abasto..."(56 ).

55 Elaboración propia (fuente de encuestas realizadas)

\* Fuente citada por; La Camara Nacional de Comercio de la Ciudad de México

56 Torres T. Felipe

El Abasto Alimentario, Op. Cit., pp 241

En la comercialización de alimentos es importante la oferta de sus precios para los consumidores así como la calidad y suficiencia, para tal efecto se realizó un análisis comparativo de precios de algunos productos básicos de consumo popular (57) tomando en cuenta su demanda (la información se determinó de dos mercados municipales y un centro comercial de la localidad).

PRODUCTOS	P R E C I O S					
	MERCADO	MERCAD		CENT. C		
	NARCISO	MENDOZ	ADOLFO	LOPEZ.	C	M
	MIN.	MAX	MIN.	MAX.	MIN.	MAX.
<b>ABARROTES</b>						
ACEITE	2,900	3,200	2,900	3,200	2,850	3,100
AZUCAR		1,850		1,950		1,820
ARROZ	2,750	4,000	2,700	3,900	1,850	2,510
FRIJOL		3,500		3,300		3,150
HUEVO		4,500		4,000		3,400
LECHE		2,000		2,000		1,800
SUMAS	5,650	19,050	5,600	18,350	4,700	15,780
INCREMENTOS %	21.21	20.72	19.14	16.28		
<b>HORTIFRUTICOLAS</b>						
CEBOLLA	3,000	4,000	2,500	3,500		3,950
PAPA		2,500		2,000		1,950
CHILES		6,000		5,500		4,200
JITOMATE		6,000		6,500		7,500
PLATANO		1,500		2,000		1,100
SUMAS		20,000		19,500		18,750
INCREMENTOS %		6.95		4.27		

57 Investigación directa (realizada en el mes de octubre de 1992)

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, los incrementos resultan del 16.28% el más bajo y el mas alto del 20.72% en abarrotes, y el 6.95% el más alto y el 4.27% el más bajo en productos hortifrutícolas que mantienen los mercados municipales en comparación al comercio organizado.

COMPARATIVO DE PRECIOS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

(CARNICOS)

	MERCAD NARCISO MENDOZ		MERCAD ADOLFO MATEOS		CENTRO COMER. C. M	
	A					
	MIN.	MAX.	MIN.	MAX	MIN.	MAX.
CARNES						
RES		20,000		20,000		16,800
RETAZO HEZ		12,000		12,000		6,400
CERDO		18,000		18,000		16,300
SUMAS		50,000		50,000		39,500
INCREMENTEN %		26.58		26.58		

En este caso también resulta significativo el incremento que manifiesta la diferencia de precios, de los diversos productos de consumo generalizado, que son el más alto del 26.58% en cárnicos. Ante estas circunstancias se determina falta de competitividad de los comerciantes de los mercados municipales con el comercio organizado y cuyo efecto impactan con toda la población, en especial los más necesitados, para cubrir los satisfactorios de alimentación más indispensables de acuerdo a lo establecido en nuestras leyes y objetivos más preponderantes a cargo del Estado.



#### 2.4.2. CARACTERISTICAS DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DE CUERNAVACA, MOR.

Las características operativas más importantes de los mercados municipales de Cuernavaca, Mor., que mantienen para la distribución y comercialización de alimentos son las siguientes:

Centro Comercial Lic. Adolfo López Mateos

##### INFRAESTRUCTURA

Las actividades que se realizan este centro comercial (principal centro de abasto de la entidad) son de; acopio y distribución de diversos productos básicos al medio mayoreo y menudeo con el público en general. Las funciones operativas datan desde el año de 1964 a la fecha, pero debido a las necesidades de expansión que ha tenido en los últimos años ha repercutido en la capacidad de su infraestructura que resulta insuficiente, lo cual provoca que no se cubran las necesidades actuales de su desarrollo, asimismo se menciona que la nave principal cuenta con: "una superficie de más de 10 mil 700 metros cuadrados....., y se cuantifica dos mil 160 locales establecidos en una amplia gama de giros comerciales; 517 negocios semifijos y mil 500 vendedores ambulantes ....., también se estima que concurren;..... los 30 o 40 mil consumidores diariamente a abastecerse de productos básicos....." (58 )

58 Fuente : Limon Alberto  
Diario de Morelos  
Critica del 27 de Septiembre de 1992

Por otro lado el crecimiento que tenido la población de la localidad entre la década de los sesenta a la actual, impactan con un 327.90% en necesidades de bienes y servicios, todos estos desajustes engloban su problemática, además del asentamiento del comercio semifijos y ambulantes en sus pasillos, escaleras, patios de servicio y estacionamientos, se hace extensivo en su periferia.

Al oriente, se encuentran las cocinas económicas, los andenes de carga y descarga en un reducido estacionamiento, situación que propicia una inadecuada operatividad en sus maniobras, además de las dificultades en su acceso.

Al norte, en la parte superior se encuentra una explanada destinada al tianguis de mayoristas, y en sus diferentes niveles de áreas comunes y escaleras, se han instalado puestos de frutas verduras, abarrotes, carboneras, jarcerías, plásticos etc. en forma desarticulada y condiciones higiénicas desfavorables por la falta de servicios y una adecuada infraestructura.

En el centro, el tianguis de flores comunicado con el de mayoristas a través de escaleras y en sus niveles, también se encuentra poblado por fondas, puestos de comida, en condiciones higiénicas poco favorables.

Al poniente, se encuentra el puente de acceso peatonal que se comunica con la calle de guerrero, en el que se han instalado puestos de ambulantes, extendiéndose hasta la calle de Tepetates, el cual dificultan el acceso de los usuarios.

Además de lo anterior, la ubicación de la central de autobuses urbanos que también han afectando sus andenes, el crecimiento de las rutas y puestos ambulantes con lo cual provoca caos vial, e insuficiencia en el tránsito vehicular.

## FRIGORIFICOS

En sus instalaciones, como no cuenta con cámaras de refrigeración propias para el servicio de los locatarios, ha provocado que para cubrir esta necesidad se integren agrupaciones de particulares, con la finalidad de satisfacer esta deficiencia a cargo de su administración y con una reducida capacidad.

## BASCULAS

No se manifiesta la existencia de instalaciones que cubran este requerimiento, y debido a su crecimiento es determinante la necesidad de este tipo de servicios, en virtud de que su carencia repercute en la verificación de un adecuado peso de los diversos productos, que son canalizados a las diferentes áreas de venta de alimentos perecederos al detalle, además se hace notar que la falta de servicios complementarios afectan la eficiencia de sus instalaciones, lo cual demerita la actividad de los comerciantes y locatarios.

## ORGANIZACION

El crecimiento de la población de comerciantes y locatarios se manifiesta en las diversas áreas que predominan, y han sufrido un desajuste por tipo de actividad provocando una indefinición en su estructura, además el establecimiento provisional de diversos grupos conocidos como semifijos y ambulante ha propiciado que las operaciones que se realizan en productos de venta al detalle las canalicen en condiciones muy restringidas e inseguras, lo cual provoca falta de una adecuada integración de su función, aunado a la insuficiencia de sus instalaciones y deficiencias de servicios complementarios afecta los requerimientos adecuados de los consumidores en general.

Sobre su organización, se ha dividido en varios grupos debido a los diferentes intereses que persiguen de los cuales, los más importantes se encuentran integrados en seis uniones constituidas por; locatarios, semifijos y ambulantes, mismos que se cuantifica en unos 5000 miembros (59) que comparados con la capacidad de la nave principal (destinada a cubrir esos requerimientos) cuyo capacidad era de unos 1000 locatarios, esta se excede en un 400% de sus instalaciones, considerada como óptimo en el inicio de sus operaciones de la década de los sesenta.

#### MERCADOS PERIFERICOS

El mercado Narciso Mendoza, por la antigüedad y número de locatarios, se considera el segundo en importancia, cuyas operaciones datan desde el año de 1963, sus características son la falta de servicios de; refrigeración, básculas, y mantenimiento en sus instalaciones, además también presenta asentamiento del comercio ambulante, aunque es menor en número comparado con su población de locatarios, repercute en afectaciones higiénicas. Debido al crecimiento de la población no cubre adecuadamente sus necesidades, por lo obsoleto de sus instalaciones.

En la década de los setenta se construyeron el mercado Amatitlán, y Lomas de la Selva, cuya repercusión es la falta de mantenimiento en sus instalaciones en virtud de que sus actividades no presentan asentamiento de ambulantes. Los mercados, de Alta Vista, 18 de Septiembre, Mariano Matamoros Emiliano Zapata, y Vicente Guerrero, su construcción es de 1985 a la fecha cuya repercusión es menor a los requerimientos que presentan los construidos en la década de los sesenta.

---

59 H. Ayuntamiento de Cuernavaca, Op, Cit., padron de locatarios 1992

## 2.5. LOS MERCADOS MUNICIPALES DE CUERNAVACA. PROBLEMA: SOCIAL, ECONOMICO Y POLITICO.

La problemática que manifiestan los diferentes mercados de la localidad no solo es la insuficiencia de infraestructura, ya que entre otros aspectos que se han expresado se encuentra el limitado proceso tradicional en su etapa de distribución y comercialización, que afecta su capacidad operativa e inhibe un apoyo crediticio más adecuado a sus necesidades de crecimiento. Como consecuencia de sus desajustes trasciende en repercusiones de aspecto social, económico y político.

### 2.5.1. PROBLEMA SOCIAL:

No obstante a la función, que tienen los mercados municipales como centros de distribución de alimentos preferentemente de las familias de menores ingresos, las condiciones actuales que mantienen en el municipio de Cuernavaca, no cubren adecuadamente su actividad social. Primero; la falta de adecuación oportuna en las instalaciones del centro comercial (ALM), se le ha criticado como; Inseguro y decadente, tal afirmación se publicó en uno de los principales diarios de la localidad, que menciona: "hoy en día presenta una sintomatología funcional de servicios anacrónica, decadente, insegura, que va en contra de todos los esquemas modernos de los centros comerciales del sector público de otras ciudades del país....."(60). Segundo; la baja escala operativa, servicios insuficientes, y los altos costos en sus operaciones, repercuten en el precio de sus productos, aunado al crecimiento de la población propicia que sus métodos tradicionales no garanticen las condiciones de calidad, suficiencia y precios bajos.

60 Alberto Limon, critica., op. cit Diario de morelos, 27 sep 1992

Al considerar que el sector comercio participa significativamente como auxiliar en la generación de empleos, el gobierno estatal manifiesta que el 53% de la población económicamente activa es ocupada por el sector comercio y servicios. Esta relación es más determinante en los mercados municipales de Cuernavaca, Mor si consideramos que su población de comerciantes y locatarios en las últimas décadas ha tenido un impacto de crecimiento del 400% estimado, según cifras indicadas en los padrones de locatarios.

Siguiendo los criterios (mencionados) del gobierno y especialistas que establecen la existencia dos grandes modalidades para la distribución del abasto, (tradicional y moderno) los mercados públicos son preferentes de los grupos populares. Sin embargo en Cuernavaca, Mor. los mercados municipales mantienen un intermediarismo excesivo y costoso por la triangulación con la (CEDA) y otros mercados de la ciudad de México, esta situación afecta principalmente a los sectores sociales más necesitadas y repercute en un abasto deficiente, ya que se determina que el 66.45% de la población de la entidad es cubierto principalmente por el sistema tradicional.

Además de lo anterior, también se manifiesta que por la inseguridad que tiene el centro comercial (ALM ) ha sido objeto de alarma para la localidad, según se ha publicado: "El mercado Adolfo López Mateos representa la zona de mayor riesgo para los habitantes de Cuernavaca, pues está propenso a accidentes, incendios y explosiones debido a las pésimas condiciones de sus instalaciones tanto de gas como de energía eléctrica y agua....."(61) debido a la saturación de comerciantes semifijos y ambulantes que provisionalmente se han instalado en las diversas áreas de servicios repercuten en su capacidad.

61 Diario de Morelos Op. Cit.  
Artículo, Cuernavaca., 23 de Septiembre de 1992

Otro artículo que también hace resaltar la falta de seguridad en las instalaciones de este centro comercial menciona: "el 80% de los locales se encuentran dentro del interior de la nave principal del ALM existe una acumulación desmedida de cajas de madera y cartón, que además de dar un mal aspecto al inmueble se encuentra en contra las medidas de seguridad del lugar ..... además de; .....un gran número de tanques de gas.....Por su parte, comerciantes del ALM entrevistados con respecto al problema señalaron que los cajones que se encuentran en lo alto de los puestos son necesarios para intercambio entre los proveedores y " no hay otro lugar donde colocarlos"....."(62 )

El problema de vialidad, no ha pasado por alto ya que también debido a su crecimiento ha provocado la intervención de las autoridades. Este artículo que se publicó menciona en su encabezado: "Tránsito pondrá orden al caos vial del centro comercial ALM....."(63). Sin embargo se observa que pese a los esfuerzos realizados por las autoridades, este problema no ha sido resuelto en virtud de que los estacionamientos son insuficientes a las necesidades de la población y maniobras de operación de comerciantes y locatarios.

#### 2.5.2. PROBLEMA ECONOMICO

La actividad del comercio juega un papel fundamental en el desarrollo económico de la entidad, es un hecho que confirma el sector público: "El comercio de alimentos es el género más

<sup>62</sup> EL UNIVERSAL, el gran diario de México  
Morelos Cuernavaca, Mor 20 enero de 1992

<sup>63</sup> Morelos Hoy  
25 de enero de 1992

importante, participa con el 47.8% de las transacciones comerciales efectuadas en el estado,....."(64). Paradójicamente como se ha mencionado los mercados públicos del municipio de Cuernavaca, Mor., a pesar de su magnitud mantienen edificaciones inadecuadas así como escaso equipo necesario para realizar su función, que sumado a las limitaciones de su sistema tradicional de baja escala y el excesivo intermediarismo repercute en su costo de operación, afectando a los precios y la calidad de sus productos.

De esta manera, el pequeño comerciante debido a su baja escala se ve imposibilitado para ofrecer un adecuado servicio, situación que se acrecienta por la falta de adaptación en los mercados municipales de Cuernavaca, lo cual da origen a las deficiencias de los comerciantes. En general es un hecho conocido de acuerdo a lo que señalan diferentes investigadores, entre estos Rello Fernando/Sodi D., mencionan que: "Todos los autores coinciden en que la subordinación y la ineficiencia del pequeño comerciante minorista representa un gran obstáculo para poder ofrecer productos de primera necesidad baratos a los consumidores de bajos ingresos....."(65 ).

Por lo tanto, el excesivo intermediarismo se propicia debido a la carencia de una Central de Abastos, lo cual implica que el precio de sus productos sea alto por los costos de su proceso de distribución tanto local, como foráneo. En cambio el comercio organizado debido a su integración vertical le permite aprovechar las economías de escala y así reducir sus costos.

64 Gobierno del Estado de Morelos., Op. Cit

Plan Estatal , Comercio, pp 22

65 El Abasto y Distribución de Alimentos Op, Cit., pp 38



El municipio de Cuernavaca, se caracteriza por tener servicios modernos del comercio organizado que cuenta con instalaciones y equipo apropiado para la conservación de los productos perecederos, y se cuantifica que existen nueve tiendas comerciales que abarca un total de 31,628 M2 (según datos antes mencionados) en áreas de operación. Paradójicamente el centro comercial (ALM) que es el más importante centro de abasto de la entidad, debido a su antigüedad que es de 30 años manifiesta solo una superficie de más de 10,700 M2 para realizar actividades de unos cinco mil comerciantes y entre 30 y 40 mil visitantes, (señalado anteriormente) así como la falta de adaptación y de servicios en sus instalaciones resultan insuficientes para atender adecuadamente el crecimiento de su población, aunado a lo anterior la saturación de comerciantes semifijos y ambulantes que han invadido sus instalaciones de acceso y patios de servicio, debido a la carencia de los recursos más indispensables para la conservación de sus productos alimenticios de fácil descomposición, por lo tanto esta situación propicia pérdidas y repercusiones en básicos. (la estimación de su costo es variable de acuerdo a la capacidad y producto)

### 2.5.3. PROBLEMA POLITICO

¿Por que se considera problema político? La falta de innovaciones en la infraestructura de los mercados públicos, ha tenido consecuencias con las necesidades de crecimiento de su población, que ha trascendido en una oligarquía y una serie de conflictos tanto de sus agremiados como con grupos externos, originado por la falta de espacios, y de la saturación principalmente del mercado municipal (ALM). Estos hechos han puesto en riesgo la seguridad de sus habitantes, y entredicho a las autoridades municipales que no han resultado este conflicto anacrónico.

Lo anterior obedece la falta de una adecuada administración, que prevea las necesidades derivadas del crecimiento urbano, y la escasa identificación que existe entre autoridades y comerciantes del mercado (ALM), según se manifiesta por los conflictos publicados en periódicos locales, que enseguida se presentan algunos casos.

#### PETICIONES

Diversas publicaciones han dado lugar a una serie de llamadas sobre las anomalías de la administración del centro comercial (ALM), que parecen no concluir, entre estas se menciona: "Una total anarquía impera en el mercado municipal Adolfo López Mateos, ya que existen carteristas que trabajan ahí cotidianamente, comerciantes irregulares y falta de personal y vigilancia.....También se señala; ....ese centro de abasto carece de personal suficiente para guardar la seguridad de comerciantes como de los locatarios, y por más que se han solicitado elementos al sector que se encuentra al lado norte del mercado, aún no se obtiene respuesta....." (66 )

Otra publicación de las peticiones de comerciantes y locatarios con las autoridades municipales de Cuernavaca, señala: "Además dijo que en la última visita de.....al López Mateos, éste se comprometió a brindar un mejor servicio de limpieza "hasta el momento lo seguimos esperando".....así como también el de los sanitarios, donde se tiene una recaudación de 18 millones de pesos al mes por este servicio que prestan....." (67) Por otra parte, días posteriores a esta publicación se menciona un artículo sobre el destino de las cuotas que realizan los comerciantes y

<sup>66</sup> EL UNIVERSAL, Op. Cit.  
Morelos., 13 de enero de 1992

<sup>67</sup> Morelos Hoy Op. Cit., 17 de enero de 1992

locatarios de los mercados públicos, que según dirigentes son para realizar obras de beneficio a las instalaciones del inmueble y mencionan: "serán construidos sanitarios para los comerciantes y los usuarios del mercado, ya que hasta el momento sólo existen cinco baños para los aproximadamente 25,000 visitantes y trabajadores que se movilizan diariamente....."(68 )

#### REPERCUSIONES MILLONARIAS POR CONFLICTOS

Una de las repercusiones que más ha trascendido con la población en general, son los diferentes disturbios de grupos de comerciantes y locatarios con agrupaciones de la alianza de barrios, que ocasionó el cierre del mercado (ALM) y pérdidas millonarias, esto ocurrió el 2 de diciembre de 1992 que según la siguiente información indica: "Pérdidas millonarias, caos vial en la zona centro de la ciudad y daños a la economía de las familias de escasos recursos provocó el cierre, por más de 10 horas, del mercado Adolfo López Mateos y el bloqueo de las arterias principales.....por los disturbios del miércoles por la tarde que se suscitaron, entre los integrantes de la Alianza de Barrios .....y las Organizaciones de comerciantes del ALM ..... que se disputan los lugares en los andenes del ALM....."(69 )

#### CORRUPCIÓN DE LÍDERES

Entre los conflictos mencionados, también se encuentran artículos relacionados con acciones ilícitas por líderes del centro comercial (ALM), según las publicaciones mencionan: "Las diligencias de las dos organizaciones de comerciantes y el administrador del mercado

<sup>68</sup> EL UNIVERSAL., Op. Cit  
Morelos., 30 de enero de 1992

<sup>69</sup> Morelos Hoy., Op. Cit 4 de diciembre de 1992

Adolfo López Mateos fueron acusados de abuso de autoridad, corrupción y nepotismo por el dirigente de la organización priísta Alianza de Barrios.....mencionando que tanto el administrador como los dirigentes mencionados, han hecho del mercado;....." un negocio redondo"....." (70 )

#### LA FALTA DE ESPACIO PROVOCA CONFLICTOS DE PRODUCTORES CON INTRODUCTORES

Otro hecho publicado, se refiere a la falta de coordinación originada por la insuficiencia de espacios y servicios de operación entre productores agrícolas con introductores o medios mayoristas del mercado municipal (ALM) y señala: "Productores agrícolas de las ocho regiones de Morelos, advirtieron ayer a los ciento veinte introductores del mercado municipal Adolfo López Mateos, de Cuernavaca, que de una vez por todas terminen con el monopolio de productos de primera necesidad y de todos los espacios del estacionamiento principal, ya que de lo contrario, dejarán de abastecer productos del campo....." (71 )

Entre otras publicaciones, también se encuentra un análisis de los males que predomina en el centro comercial Adolfo López Mateos, el cual indica que desde el inicio de sus operaciones ha existido la anarquía asimismo se cuestiona: "por más de 20 años se han corrompido por intereses particulares a líderes de comerciantes, autoridades administrativas y a altos funcionarios municipales, ha provocado que los espacios que se supone deberían estar libres,

70 EL UNIVERSAL, Morelos., Op. Cit. 6 de diciembre de 1992

71 Diario de Morelos, Op. Cit., 7 de abril de 1993.

tales como: áreas verdes, jardinerías, banquetas, pasillos, escaleras y hasta alcantarillas estén concesionarias a comerciantes, quienes prácticamente son dueños de esos espacios....."( 72 )

Existe un proyecto sobre la construcción de una Central de Abastos en Palo Escrito municipio de Zapata, que permita solucionar y erradicar los problemas más determinantes para la distribución y comercialización de alimentos, que predomina en la entidad. Sin embargo también se manifiesta una serie de desacuerdos entre dirigentes de comerciantes e introductores con líderes del plan: Sistema de Comercialización de Morelos (Sicomon). Tales acontecimientos publicados señalan: "Pese a la inconformidad y oposición de los principales introductores de perecederos en la entidad para la construcción de la Central de Abastos que promueve el Sistema de Comercialización de Morelos.....no repercutirá en un posible fracaso,.....el rechazo de introductores..... es por el temor a la competencia de la oferta y la demanda....."(73 )

Por otra parte también se publican las opiniones de representantes de comerciantes mencionando que: "más de 130 introductores mayoristas del centro comercial, no han sido tomados en cuenta en la realización de la central de abasto, por lo que se carece de las verdaderas necesidades que se requieren....."(74 )

Resulta evidente que, el crecimiento de la población en general ha repercutido con los espacios de la infraestructura de los mercados

72 Tribuna del Comerciante

7 de febrero de 1994

73 El Sol de Cuernavaca

10 de enero de 1992.

74 El regional del Sur

10 de febrero de 1992

públicos, principalmente en centro comercial Adolfo López Mateos de Cuernavaca, Mor., y como consecuencia han surgido desajustes, propiciando una serie de conflictos entre grupos de comerciantes y locatarios con otras organizaciones políticas de la localidad, que pone en peligro el bienestar de la comunidad.

También es imprescindible la intervención de las autoridades municipales en la administración de los mercados públicos de Cuernavaca, Mor., así como su participación para el mejoramiento y aprovechamiento de los recursos que benefician a la sociedad, como en este caso el abasto y la distribución de alimentos es una demanda que se debe cubrir a toda la población, en particular a las familias de bajos ingresos, lo cual implica la tarea de establecer mecanismos que contribuyan al establecimiento de sistemas más adecuados a los tradicionales.

Recapitulando, los mercados públicos del municipio de Cuernavaca, Mor. demandan la ejecución de planes y programas que denoten aspectos de propósitos y urgencias de la comunidad, mediante la función de las autoridades municipales, con la finalidad de que se puedan canalizar las innovaciones correspondientes para atender las necesidades del crecimiento de la sociedad urbana. De igual manera fomentar, que su actividad contribuya en satisfacer sus requerimientos, mediante el establecimiento de sistemas más adecuados para la distribución y comercialización de básicos, con una Central de Abastos, para asegurar una oferta más directa de los sectores productores con los centros de consumo y así poder ofrecer una alimentación adecuada a sus concurrentes, esto implica alentar la organización de los comerciantes y locatarios para la formación de uniones de compra y crédito y el aprovechamiento de la economías de escala, en general conducir los cambios respectivos con la finalidad de cubrir los desajustes de su infraestructura acorde a su desarrollo demográfico.

### 3. ESTRATEGIAS FINANCIERAS EN LA DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DEL MUNICIPIO DE CUERNAVACA, MOR.

En este capítulo, se plantean algunos criterios para la modernización del abasto, así como la interpretación del análisis que se efectuó de acuerdo a las cifras globales que manifiestan los registros de operaciones crediticias que ha mantenido la banca de desarrollo del municipio de Cuernavaca, Mor.

Con el propósito de conocer sus movimientos se efectuó un comparativo sobre la colocación de recursos financieros (préstamos) que han contribuido al impulso y desarrollo comercial, particularmente de los mercados municipales, considerando los importes obtenidos de los índices bancarios correspondientes al periodo 1991-1990.

Los datos aportados son de préstamos en general, ya que no existen informes exclusivos por cada rubro, por lo tanto se debe tomar en cuenta que entre sus registros, también se encuentran comerciantes de diversos sectores. Por otra parte, la banca comercial aunque en forma menos sobresaliente contribuye con su apoyo con aquellos comerciantes que cubren los requerimientos establecidos de cada institución, asimismo debido a su importancia, se tomaron sus cifras, además de las que manifiestan los canales de la banca de desarrollo, que atienden particularmente a los comerciantes y locatarios de los mercados municipales a través de convenios. (en los siguientes apartados se presentan los informes obtenidos)

### 3.1. LA MODERNIZACION COMERCIAL DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DE CUERNAVACA, MOR

#### 3.1.1. ALGUNAS PROPUESTAS PARA SU MODERNIZACION

Para definir el concepto de modernización, se presenta un breve análisis de su origen, cuyo término se utilizó en los años de la posguerra, al calificar los cambios socioeconómicos más importantes de las sociedades preindustrializadas en crecimiento.

La modernización se manifiesta, como un cambio en los valores tradicionales (religión) por los de la autoridad burocrática (política) es decir; su base de progreso fue la sustitución de elementos místicos, religiosos que actuaban como directrices, por reglas y ordenamientos de la burocracia, con base a normas encaminadas hacia metas concretas. Weber establece un cuestionamiento de la cultura (que se manifiesta en las creencias, los valores, costumbres y capacidades de algún grupo social) como un gran poder influyente sobre la vida económica, social y política.

La teoría de la modernización engloba una serie de procesos de transformación que implica, la urbanización, la industrialización, la política, hasta la especialización laboral en constante desarrollo; sin embargo por otra parte han surgido una serie de debates, de corrientes que han cuestionado sus atributos de sus cambios económicos y tecnológicos, argumentando que estos son encausados por la cultura y la política.



Por consiguiente, para definir el concepto que señale los cambios y transformaciones en el proceso económico, se toman en cuenta el planteamiento de la teoría de la modernización que establece: "El desarrollo económico va ligado a un conjunto de transformaciones tales como la urbanización, la industrialización, la educación masiva, la especialización para el empleo, la burocratización y el desarrollo de las comunicaciones que tienden a producir cambios sociales y políticos determinados....."(75 )

Otro aspecto que ha surgido de los últimos años de este calificativo en las sociedades industrializadas más desarrolladas, da origen al cambio de la autoridad burocrática por la individualización es decir; una vez que la autoridad burocrática ha alcanzado una mayor cobertura su eficiencia se vuelve menor, y en este cambio surge la Posmodernización que implica una separación de la autoridad tradicional así como también de la estatal por una autonomía individual, encausada a una tendencia de la democracia.

Sin embargo, en México según encuestas realizadas en las que se citan a: "40 sociedades (Encuesta mundial de valores 1990 1991)..... y que se toman con base a;.....56,292 personas entrevistadas....."(76) que lo califican por la influencia de valores de la escasez o tradicional como son los países con una alta población católica.

75 Ingleharth Ronald

Modernización y Posmodernización

La Transformación de la relación entre el desarrollo económico y cambio cultural y político.

Revista; Folios de este País, Tendencia y Opiniones pp 1 may 1994

76 Ibiem., pp 10

Concluye, que de acuerdo a la teoría de la modernización sí se manifiestan limitaciones culturales, no obstante también existen variantes en las sociedades tradicionalmente religiosas, que no influyen directamente en los cambios económicos y tecnológicos, tal es el caso de Europa Occidental, cuyas religiones son de creencias budistas o protestantes.

Retomando el abasto de alimentos, se determina que es un cambio tradicional orientado hacia una política económica moderna, por lo tanto la modernización representa un proceso articulado del desarrollo económico y los cambios sociopolíticos.

¿Como se establecerían las condiciones de la oferta comercial? en este aspecto es importante tomar en cuenta que la desorganización responde al crecimiento de su población y falta de adecuación a sus necesidades, en este aspecto se menciona: "La modernización comercial representa una estrategia de desarrollo del sector comercio e implica la creación de mecanismos que rompan con el individualismo y propicien la participación conjunta de los agentes involucrados.." (77 )

La modernización comercial de los mercados municipales de Cuernavaca, Mor comprende un cambio de toda su estructura, que abarca los canales de distribución mayorista, hasta los detallistas, es decir; se debe innovar su proceso operativo de distribución y comercialización, de acuerdo a la política del gobierno, que en sus objetivos considera como prioritarios la

<sup>77</sup>Díaz Ballesteros E

La Modernización del Abasto en México

Revista Administración Pública, No 77 mayo/ago 1989 INAP, pp 19

necesidad de: "garantizar el abasto suficiente para satisfacer las demandas de la población .....promover la oferta de bienes y servicios con calidad y precio que eleven las condiciones de vida de los mexicanos....."(78 )

La modernización representa una estrategia de cambios y transformaciones que permita eficientizar y racionalizar el flujo que abarca desde la producción hasta el consumo mediante una adecuada oferta comercial de los alimentos. es decir; una modernización administrativa en el proceso del abasto de alimentos.

El concepto de modernización administrativa también se señala: como una adecuación y ajuste de la gestión estatal para lograr que el flujo de las acciones sociales predominantes en una sociedad logren la coherencia y organización necesarias....."(79).

Por otra parte, paradójicamente se reflejan las características que mantiene el comercio organizado moderno, que debido a sus condiciones es más eficiente, ya que además de contar con instalaciones adecuadas a las necesidades de la población urbana, su política se orienta a disminuir su costos de intermediación mediante el aprovechamiento de economías de escala para establecer mejores precios y oferta en sus productos.

78 Secretaría de Comercio y Fomento Industrial  
Programa de Modernización del Abasto., Op, Cit., pp 31

79 Pardo Ma. del Carmen  
La Modernización Administrativa en México  
Col. de México, primera edición, 1991 pp 77

Los mercados municipales de Cuernavaca, Mor no obstante a su importancia como centro de consumo de alimentos, de las familias de bajos ingresos y por contribuir con el desarrollo económico de la localidad, no manifiestan innovaciones oportunas, lo cual repercute que su proceso de operación sea insuficiente y costoso, aunado a la falta de adecuación de sus instalaciones con el crecimiento de la población y el excesivo intermediarismo afecta que cumpla su función social, en este caso se menciona: "En el corto plazo la consolidación del abatimiento de la inflación tiene la más alta prioridad, ya que constituye una condición necesaria para emprender los cambios de fondo que implica la modernización del abasto y del comercio interior....." (80 ).

La modernización de los mercados municipales de la localidad, es un factor determinante que contribuye a su impulso y desarrollo en su distribución y comercialización así como el apoyo crediticio, por lo que se señala: "El paso de mercancías a través del sistema de comercialización no puede realizarse sin apoyo financiero: El dueño de la mercancía, en cualquier estadio de la comercialización, tiene que usar su propio capital o tiene que pedir prestado a alguien el capital requerido....." ( 81 ).

Las autoridades también consideran que de acuerdo a las necesidades prevaletentes en el abasto de básicos, se ejecutarán las acciones correspondientes, y establecen que: "Se contará con el apoyo de la banca de desarrollo y de los fondos de fomento....." (82), para su impulso y desarrollo a través de la obtención de créditos en condiciones preferenciales.

<sup>80</sup> Torrija Bouchan J

Problemas de Comercialización, Op, Cit., pp 12

<sup>81</sup> Castañeda Jiménez H

El Abasto de las Grandes Ciudades, Op. Cit., pp 144

<sup>82</sup> Secretaría de Comercio y Fomento Industrial,

El Programa de Modernización del Abasto Op. Cit., pp 32

### 3.2. EL APOYO FINANCIERO PARA EL DESARROLLO COMERCIAL

En el capítulo anterior, se tomaron criterios del gobierno y especialistas que señalan al apoyo financiero como un factor determinante para la modernización del abasto de productos básicos, no obstante surge la interrogante. ¿Como se canalizaran estos recursos en el abasto de alimentos? En principio, el apoyo financiero se identifica como el soporte económico (dinero) que se obtiene a través de las diversas instituciones, que integran el Sistema Financiero en México, entre estas destacan principalmente; la banca de desarrollo, la banca comercial y los fondos de fomento así como otras de inversión y servicios, con la finalidad de proporcionar recursos para el impulso y desarrollo las diferentes actividades económicas.

La banca de desarrollo, se identifica como un instrumento especializado del gobierno federal, para atender las necesidades financieras que contribuyan con el desarrollo de pequeños comerciantes e industriales, principalmente en las actividades prioritarias y generadoras de empleo.

#### 3.2.1. FUNCIONES Y PROPOSITO DE LA BANCA DE DESARROLLO

El objetivo principal de la banca de desarrollo, estriba en apoyar aquellos sectores económicos cuyas actividades sean prioritarias básicamente y de beneficio social, por medio de la canalización de préstamos preferenciales, con la finalidad de su impulso y crecimiento. De esta manera atienden necesidades que la banca comercial mantiene poco interés y no identifica para cubrir las demandas y requerimientos relacionados con el bienestar de la comunidad.

Es conveniente mencionar, que a pesar de que se han promovido créditos se denota que han existido diversos criterios relacionados con la rentabilidad social, ignorando la situación económica y cuyas decisiones en la colocación de los préstamos ha propiciado resultados de inversiones a corto plazo y restringidas. Esta situación repercute con el impulso económico de los comerciantes y locatarios de los mercados públicos, en la medida que se canalice una razón orientada al bienestar social, se podrá fomentar su crecimiento económico en virtud de ser uno los propósitos del gobierno, en cuyo proceso implica el apoyo de la banca de fomento.

Asimismo se ha manifestado que el apoyo financiero es primordial en cualquier actividad económica, no obstante la importancia de la comercialización de básicos, también en todas las épocas ha tenido que enfrentarse a diferentes problemas para lograr su desarrollo, entre estos ha destacado principalmente la falta de oferta de financiamiento en condiciones adecuadas, por lo que se ha tenido que recurrir a la obtención de préstamos de particulares o agiotistas para cubrir sus requerimientos de tesorería y pagos de mercancías a costos elevados. Debido a tal circunstancia el precio de los alimentos sufren repercusiones que los encarecen por el pago de altos intereses.

En respuesta de las autoridades, ante la especulación de precios en artículos de primera necesidad cuyo perjuicio directo recae en los sectores más necesitados, se promovió la creación de una institución de apoyo; El Banco del Pequeño Comercio del Distrito Federal, S.A. de C.V., por iniciativa del: "Lic. Javier Rojo Gómez....." (83) jefe del Departamento del Distrito Federal, ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y con el decreto firmado por el presidente de la República, General Manuel Avila

83 Fuente; Banpeco.S.N.C.

Revista; Comercio y Abasto año 3, No 12/ 1988., pp 4-5

Camacho, el 31 de diciembre de 1941, el cual se publicó en el Diario Oficial el 9 de enero de 1942 fecha en la que quedó aprobada su función, con el objetivo de apoyar mediante préstamos a locatarios de los mercados del Distrito Federal, así como a comerciantes en pequeño, para de la obtención de artículos de consumo generalizado, directamente con los productores. Y para cumplir con el apoyo financiero, se le otorgaron facultades al banco de: la recepción de depósitos en cuenta corriente, ahorros y a plazo fijo.

A lo largo de su historia, se han establecido 9 administraciones siendo la primera de estas. El Lic. Alfonso Pulido Islas quién tomó posesión el 13 de mayo de 1943 y el 1 de julio del mismo año se abrieron las puertas al público con un reducido capital de: "600 mil pesos y un mínimo de 35 empleados.....".(84 ).

No se estableció una idea precisa al nacimiento de la Institución y cuyo planteamiento era definir una solución que resolviera el problema del capital de trabajo de los comerciantes en pequeño, propiciado por sus compras en común, quienes a su vez desconfiaban del gobierno federal, por no constituirse claramente las ventajas que presentaba el apoyo del crédito del banco.

Además, de abatir la competencia del agio, como objetivo principal también fue organizar uniones de crédito bajo un sistema pulverizado del crédito, y para mantener una mayor vigorosidad se establecieron las uniones de compras en común, con la finalidad de la utilización de mayores créditos, de esta manera se reducirían sus altos costos de operación.

Para fortalecer sus actividades, ha mantenido diferentes cambios estructurales, cuyo objetivo destaca la de mantener funciones operativas y de servicio, encausadas en atender a las necesidades integrales del comercio del País.

#### INICIO DE OPERACIONES EN LA LOCALIDAD DE CUERNAVACA, MOR.

El Banco del Pequeño Comercio (Banpeco, S.N.C.) inició sus operaciones en la localidad, en la misma época que se inauguran las actividades, del centro comercial Adolfo López Mateos (en el año de 1964) por acuerdo del presidente Adolfo López Mateos, se establecieron tres sucursales en diferentes estados del País, siendo entre estas una sucursal en Cuernavaca que se ubicó en las instalaciones del mercado municipal mencionado, con la finalidad de expandir sus operaciones y promover préstamos a comerciantes y locatarios en apoyo para su desarrollo comercial.

En el año de 1978, para reforzar su función en la localidad se estableció la sucursal Cuernavaca, Chapultepec, y la más reciente en la entidad, se encuentra la sucursal ubicada en el municipio de Jojutla, Mor cuya inauguración se efectuó en julio de 1991.

Las actividades que mantiene la Institución, son de asistencia técnica, con apoyo de su dirección comercial, en la capacitación y preparación de clientes para el uso del crédito.

El objetivo principal que ha mantenido, es la canalización de recursos financieros a través de préstamos con tabulador, mediante el programa de convenios, celebrados entre la Institución y las autoridades municipales, para el apoyo de comerciantes y locatarios de los diferentes mercados de la localidad, también se



consideran las opciones de préstamos quirografarios (directos), para cubrir necesidades de capital de trabajo, asimismo atender los requerimientos de créditos a largo plazo, para solventar las adquisiciones de equipo, remodelaciones, construcción y transporte especializado entre otros.

En resumen, el objetivo principal de la banca de desarrollo, es la canalización de recursos mediante tasas preferenciales es decir, (bajas) para apoyar al impulso y modernización de los diferentes sectores, así como de las actividades productivas prioritarios, esto implica que su atención en los proyectos que inicie serán: "bajo el criterio de mantener una adecuada rentabilidad social....." (85) y su inversión será canalizada en proyectos sectoriales, cuya recuperación sea viable, asimismo para asegurar su destino, se efectuará asistencia técnica, así como una adecuada supervisión.

85 Secretaría General de la Alide  
Artículo; Del ajuste al desarrollo económico latinoamericano en los  
noventa; el papel de los bancos de fomento  
Revista Comercio Exterior  
Vol. 12 México, diciembre 1991 pp 1172

### 3.3. FINANCIAMIENTO OTORGADO EN EL PERIODO 1991 1990 COMO APOYO AL DESARROLLO COMERCIAL

Para garantizar el abasto de alimentos en el municipio de Cuernavaca, Mor., es determinante eficientizar su proceso operativo de distribución que abarca desde la producción hasta el consumo, e innovar la infraestructura de los mercados municipales acorde a las necesidades de su población en crecimiento, así como también promover el desarrollo comercial de los comerciantes y locatarios con la finalidad que les permita mantener una mayor oferta y una mejor distribución de productos básicos, por tanto el crédito adecuado es imprescindible como apoyo para el impulso de sus actividades. Asimismo se realizó un comparativo de las cifras que han mantenido de dos periodos de 1991-1990.

Los préstamos de la banca de desarrollo y la banca comercial, se integran por créditos concedidos a empresas, comerciantes y particulares etc., los fondos de fomento (\*) que apoyan directamente al desarrollo comercial entre estos destaca; El Fondo para el Desarrollo Comercial (FIDEC) y por la banca de desarrollo; El Banco del Pequeño Comercio S.N.C. (BANPECO) entre otros.

El resultado del análisis que manifiestan las operaciones efectuadas en el periodo mencionado, se presenta con base a las cifras que (86) se obtuvieron de la banca local del municipio de Cuernavaca, Mor., como enseguida se indica.

(\*) Nota: Los fondos de fomento son instituciones creadas por el gobierno federal, que se consideran banca de segundo piso, y no atienden directamente solicitudes de crédito, solo pueden operar mediante la promoción de la banca de desarrollo y comercial.

---

86 Fuente; Centro Bancario de Cuernavaca, Mor  
Indices bancarios 1990 1991

3.3.1. FINANCIAMIENTO CONCEDIDO POR LA BANCA DE DESARROLLO  
Y FONDOS DE FOMENTO

COMPARATIVO GLOBAL DEL PERIODO 1991 1990

FINANCIAMIENTO OTOR. FONDOS FOMENTO (millones de pesos)						
FONDO	BANCA	DESARROLLO	DIFEREN.	BANCA COMER.	DIFEREN.	
	1991	1990		1991	1990	
DICIEMBRE						
FIDEC	45	77	-32	86	250	-164
FIRA				21.924	14.557	7.367
FOGAIN				26.477	9.667	18.810
FOMEX				18.354	9.542	8.812
FONEI				1.287	357	930
OTROS	7.949		7.949	41.781	119	41.662
SUMAS	7.994	77	7.917	109.909	34.492	75.417
%			99,03			68,62
FINAN. GLOBAL						
	BANCA	DESARROLLO	DIFEREN.	BANCA COMER.	DIFEREN.	
AÑOS	1991	1990		1991	1990	
MONTOS	53.651	16.710	36.941	580.692	362.010	218.682

Las cifras globales que se presentan de \$45 (millones) son recursos colocados de los fondos de fomento, con la participación de la banca de desarrollo y 86 (millones) con la banca comercial, que en comparación a la colocación total de \$634,343 (millones) en 1991 y \$378,720 (millones) en 1990 (tomados al cierre del mes de diciembre) como resultado se determina, que son poco significativas las cifras de los fondos de fomento, con relación a los montos señalados en la colocación total (a continuación se presenta el desglose por periodo y la participación de la banca en general).

### 3.3.2. FINANCIAMIENTO GLOBAL 1991

En este cuadro, se reporta la colocación de préstamos realizados durante el año de 1991 <sup>(87)</sup> según información mensual de la banca de desarrollo, la cual mantuvo una tendencia baja del 6.61% en su global acumulado, cuyo monto es de 431 millones de pesos, con relación al 93.39 de la banca comercial por un total de 6,104 millones de pesos.

FINANCIAMIENTO OTORGADO ACUMULADO EN 1991 (millones de pesos)					
MES	BANCA DESARROLLO	MARGEN COMPARA. %	BANCA COMER.	MARGEN COMPARA. %	COLOCAC. 100%
ENERO	19,170	5.94	303,578	94.06	322,748
FEBRERO	32,549	9.21	320,562	90.79	353,111
MARZO	31,934	8.14	360,541	91.86	392,475
ABRIL	43,309	9.96	391,677	90.04	434,986
MAYO	50,481	10	454,009	90	504,490
JUNIO	39,863	7.78	472,373	92.22	512,236
JULIO	37,324	6.34	551,318	93.66	588,642
AGOSTO	33,207	5.2	605,291	94.8	638,498
SEPTIEMBRE	34,242	4.9	663,343	95.1	697,585
OCTUBRE	30,611	4.26	687,754	95.74	718,365
NOVIEMBRE	25,438	3.44	713,295	96.56	718,733
DICIEMBRE	53,651	8.46	580,692	91.54	634,343
SUMA	431,779	6.61	6,104,433	93.39	6,536,212
GLOBAL ACUMULADO					

<sup>87</sup> Fuente; Centro bancario, Op. Cit., (datos obtenidos)

### 3.3.3. FINANCIAMIENTO GLOBAL 1990

En el año de 1990, también se manifiesta una tendencia baja en sus porcentajes que son similares a los del ejercicio 1991 el cual 6.54% corresponde a la banca de desarrollo de su global acumulado de 189 millones de pesos, con relación a los que manifiesta la banca comercial <sup>(88)</sup> que es el 93.46% de un monto de 2,707 millones de pesos.

FINANCIAMIENTO OTORGADO ACUMULADO 1990 (millones de pesos)					
MES	BANCA DES. %	MARGEN COMPARAT.	BANCA COMERCIAL	MARGEN COMPARAT. %	COLOCA. 100%
ENERO	15,329	8.61	162,502	91.39	177,831
FEBRERO	15,608	8.01	179,155	91.99	194,763
MARZO	13,188	6.62	186,069	93.38	199,257
ABRIL	11,814	5.3	211,244	94.7	223,058
MAYO	12,566	5.69	208,181	94.31	220,747
JUNIO	25,792	9.81	237,172	90.19	262,964
JULIO	12,465	6.98	166,043	93.02	178,508
AGOSTO	22,992	9.67	214,713	90.33	237,705
SEPTIEMBRE	11,528	4.57	240,454	95.43	251,982
OCTUBRE	12,022	4.25	270,701	95.75	282,723
NOVIEMBRE	19,351	6.69	269,731	93.31	289,082
DICIEMBRE	16,710	4.41	362,010	95.59	378,720
SUMA	189,385	6.54	2,707,975	93.46	2,897,340
GLOBAL ACUMULADO					

88 Ibidem

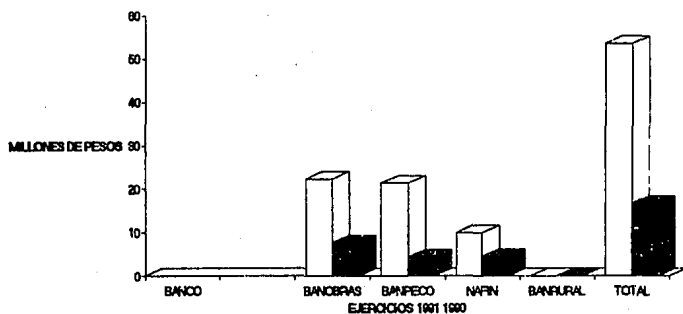
El fondo de fomento para el desarrollo comercial, (FIDEC) corresponde al grupo de la banca de segundo piso para apoyo de financiamiento, el cual mantiene en sus programas diferentes opciones y cuyas cifras de otorgamiento en los ejercicios de 1991 y 1990 son de acuerdo al siguiente cuadro.

COMPARATIVO DE CREDITOS FIDEC (millones de pesos )					
BANCA DESARROLLO		DIFEREN.	BANCA COMER		DIF.
1991	1990		1991	1990	
	0				
45	77	-32	86	250	-164

La colocación que manifiesta la banca de desarrollo, del total de sus recursos colocados comprendido en los años de 1991 y 1990 se integra como sigue:

BANCA DE DESARROLLO (millones de pesos)				
BANCO	1991	1990	DIFERENC.	%
BANOBRAS	22,331	7,594	14,737	194.06
BANPECO	21,389	4,348	17,041	391.92
NACIONAL FINAN.	9,931	4,468	5,463	122.27
BANRURAL		300	300	
TOTALES	53,651	16,710	300	221.07

#### COLOCACION DE PRESTAMOS



## EVALUACION DE LAS CIFRAS DEL PERIODO 1991 1990 DE LA BANCA DE DESARROLLO

El comparativo total, manifiesta un incremento del 221.07% en el año de 1991 con relación al de 1990 de apoyo en préstamos y con las cifras del universo representa el 8.46% al cierre del mes de diciembre del año de 1991 y 4.41% en el de 1990.

Como la base del financiamiento es importante en todas las actividades de la economía y en este caso el sector comercio juega un papel preponderante, sin embargo los recursos canalizados a los mercados municipales de Cuernavaca (las cifras también incluyen otras actividades, además la de alimentos) reportan saldos poco alentadoras que contribuyan a su impulso y desarrollo, según se manifiestan en el periodo comprendido de 1991 y 1990 que representan 6% de las cifras totales y cuyo margen se determina del orden 53,651 millones de pesos al cierre de diciembre de 1991 y 16,710 millones de pesos en el de 1990 en toda la banca de desarrollo, en comparación con la banca comercial que presenta 580,692 millones pesos en el año de 1991 y 362,010 millones de pesos en el año de 1990. (Se debe de tomar en cuenta que en las cantidades de la banca de desarrollo participan otras actividades como es la industria y particulares derivado por recursos de otros fondos de fomento)

Los préstamos concedidos a los comerciantes y locatarios de los mercados municipales también son poco significativos en virtud de que están condicionados de acuerdo a los topes de los tabuladores por actividades predominantes que establece la banca de desarrollo, situación que se restringe por el giro que mantiene cada locatario ó comerciante en forma personal.

Los contractuales dependen de los requerimientos que cada institución financiera solicite en forma particular.



Las cadenas voluntarias de uniones de compra y crédito del sector comercio en Cuernavaca, también manifiesta informes poco significativos en su integración en virtud de que la entidad no reporta datos de operaciones realizadas para el aprovechamiento de las economías de escala. (mencionado en el análisis de primer capítulo)

Como se puede apreciar, los diversos problemas que manifiesta el comercio y abasto de Cuernavaca afectan su desarrollo, asimismo repercuten en el suministro de productos básicos de calidad suficiencia y precios bajos.

### 3.4. ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD Y TABULADORES CREDITICIOS

#### 3.4.1. LA EVALUACION TECNICA Y ECONOMICA

Para poder canalizar, la atención de préstamos es necesario contar con información indispensable de los solicitantes, pudiendo ser en lo personal o adherido al convenio de locatarios que tiene el banco y las autoridades de la localidad.

#### LOCATARIOS

Deberán estar incorporados en el convenio, y tener la posesión de un local comercial en las instalaciones de algún mercado municipal.

Dependiendo del giro comercial que atiendan, se considerarán los límites del crédito, y el monto autorizado.

Los mercados municipales, según su importancia se clasifican en categorías, para efectos de operación. En épocas especiales, se mantendrá un crédito adicional al usual como apoyo a las demandas que se tengan.

## COMERCIANTES

Se calificarán, mediante la información que presenten como requisito de contratación que requiere el banco, según corresponda al tipo de crédito que soliciten.

La documentación será analizada, para determinar la solvencia moral y económica del sujeto de crédito.

El monto y aprobación del estudio de factibilidad será con base a los resultados obtenidos de la información presentada.

### 3.5. TIPOS DE FINANCIAMIENTO

#### 3.5.1. PROGRAMAS DE APOYO EN CREDITOS Y SERVICIOS

Se han establecido, diferentes modalidades de apoyo crediticio y de servicios, para la adecuación a las necesidades de los diferentes comerciantes y locatarios. <sup>(89)</sup> los cuales se presentan a continuación.

---

<sup>89</sup> Banpeco S.N.C.  
Programas Institucionales de Crédito y Servicios

#### SUJETOS DE CREDITO

Los comerciantes, que se encuentren ubicados en el interior de los mercados públicos, y que mantengan concesión de un local comercial en actividad operativa, quedarán sujetos a las siguientes:

#### CONDICIONES

Que se encuentren adheridos al convenio suscrito con el Municipio o Gobierno del Estado

El importe del préstamo se ajustará al tabulador del banco según la actividad y categoría del mercado municipal.

La tasa de interés, es preferencial de acuerdo a las circulares emitidas por el banco

El Plazo, podrá ser de 30, 60 y 90 días revolventes a un año amparando el crédito, mediante la firma de un pagare del banco.

La forma de pago será, el interés por anticipado y el capital al vencimiento.

Continuación.

**Programa de Apoyo a Locatarios de Mercados Municipales.**

Garantías: se tomarán con respaldo de la concesión, sobre el uso de piso y local comercial concedido por el Municipio o Delegación Política.

**DOCUMENTACION REQUERIDA**

El acreditamiento, de titularidad del local(es) se comprueba mediante cédula de empadronamiento, licencia de funcionamiento, tarjetón o título del local.

Comprobante del pago por derecho de uso de piso.

Carta constancia de adhesión al convenio.

**DESTINO**

Para apoyo en adquisición de mercancías, con la finalidad de contar con abasto oportuno de productos de primera necesidad.

## Programa de Préstamos a Pequeños Comerciantes

### SUJETOS DE CREDITO

Para comerciantes en pequeña escala, cuya experiencia se de 3 años como mínima comprobable

### DESTINO

Apoyo en requerimientos de capital de trabajo y adquisición de equipo comercial, también remodelación o compra de locales comerciales.

### CONDICIONES

Límite de financiamiento; según lo determine el banco. Tasa de interés; dependiendo del destino será su aplicación

Plazo y amortización; para capital de trabajo, es de 30, 60 y 90 días revolventes, interés anticipado y capital al vencimiento, en adquisición de equipo o remodelación de local comercial, hasta 3 años capital e interés mensual vencido. En compra de local comercial, puede ser hasta 5 años también capital e interés mensual vencido. El financiamiento podrá ser, con recursos propios o a través del descuento con los fondos de fomento económico.

### GARANTIAS

Para Capital de trabajo, es necesario demostrar solvencia económica del solicitante según sea el caso de avales con bienes raíces. Para equipamiento, será prendaria o hipotecaria. En compra de local comercial, la garantía es hipotecaria.

### REQUISITOS

Solicitud del banco debidamente requisitada e información anexa. Aviso de alta en Hacienda.-Copia de identificación personal.-Comprobante de domicilio.-Copia de contrato de arrendamiento o escrituras.-Copia del acta de matrimonio, en caso de ser propietario del local.-Cotizaciones o avales según el tipo de crédito.-Datos e inscripción del Registro Público de la Propiedad. Demostrar como mínimo, experiencia de 3 años en el ramo.

Programa de Apoyo Integral en la Modernización de  
Infraestructura Comercial

SUJETOS DE CREDITO

Los comerciantes al detalle o mayoristas, asociaciones, uniones de crédito y compra, empresas que comercialicen sus productos, productores que constituyan para su venta infraestructura comercial, entre otros.

DESTINO DEL PRESTAMO

El financiamiento, se otorga para la construcción, remodelación y adquisición de obras de infraestructura comercial, como son las siguientes; centrales de abasto y/o de acopio cámaras frigoríficas, mercados al detalle, bodegas, tiendas de autoservicio, y centros comerciales entre otros.

CONDICIONES

Tasa de interés: con recursos del banco aplicando tasa variable ó su equivalente en CETES o C.P.P. más una sobretasa que determina la institución mensualmente. (Con recursos del fondos de fomento la fijada por estos organismos).

PLAZO

De acuerdo al destino del crédito y sujeto, el plazo será variable, desde uno hasta cinco años.

## Programa Financiero para Apoyar la Elaboración de Estudios y Proyectos

### SUJETOS DE CREDITO

Los comerciantes al detalle o mayoristas asociaciones de comerciantes, uniones de crédito y de compra, empresas comerciales, productores que comercialicen sus productos, promotores que constituyan para su venta obras de infraestructura comercial.

### CONDICIONES

Tasa de interés; la que determine el comité de crédito correspondiente.- Plazo; de 6 a 18 meses.- Amortización; La forma de pago será, capital mensual vencido e interés sobre saldos insolutos.- Garantías; hipotecaria y/o fiduciaria, sobre el terreno en que se edifique la construcción.

### REQUISITOS

Solicitud del crédito del banco, debidamente solucionada e integrada con información anexa.- Acta Constitutiva de la empresa. Reformas y Poderes (según sea el caso).-Curriculum Vitae de la empresa y de los administradores. Registro Federal de Causantes.-Estados financieros históricos (2 años) y recientes con antigüedad de seis meses.-Estados financieros proforma, que cubran el periodo de la ración del crédito.-Relación patrimonial de los principales accionistas. (anexo relaciones analíticas con datos del Reg. Público de la Propiedad).-Descripción física del anteproyecto (obra, ubicación, número de locales, dimensión).-Información de mercado y comercialización.-Escrituras del terreno o régimen de propiedad en condominio.-Certificado de Libertada de Gravamen del terreno.

#### SUJETOS DE CREDITO

Susceptibles de participar; las uniones de crédito comerciales y/o mixtas, legalmente constituidas y con autorización para operar de la Comisión Nacional Bancaria.

#### CONDICIONES

Tasa de interés; para capital de trabajo, se aplica la tasa fija política, según lo determine la Institución mensualmente.

Para equipamiento y remodelación de locales, se aplica la tasa variable, equivalente a CETES o CPP más una sobretasa que determine la Institución mensualmente. Plazo; Para capital de trabajo hasta 12 meses y 24 meses para equipo de transporte y remodelación.- Garantías; Colaterales de la cartera tomada del 70 al 100% de su valor.- Hipotecaria o Fiduciaria.

#### REQUISITOS

Solicitud de la Institución, debidamente solucionada e integrada con información anexa.- Acta Constitutiva.- Autorización de la Comisión Nacional Bancaria.- Estados Financieros con relaciones analíticas no mayor a 6 meses de antigüedad.- Estados Financieros de dos ejercicios terminados con relaciones analíticas.- Fotocopia de los documentos que acrediten la propiedad de los bienes reportados en el balance.- Padrón de socios actualizado.- Curriculum Vitae de sus administradores.- Organigrama.- Método operativo de la Unión.- Derrama crediticio mensual del último semestre.-



**OBJETIVO**

Ofrecer al comerciante a través de asesorías y cursos, actualización permanente de conceptos de banca, crédito y figuras asociativas principalmente, que le permitan optimizar sus recursos financieros y operativos para una mayor eficiencia dentro de su actividad comercial.

**ORIENTACION**

Está dirigido a todos los comerciantes organizados en asociaciones, cámaras o agrupaciones y promotores de obras de infraestructura comercial.

**COBERTURA**

El Programa está disponible para aplicarlo en todas las Entidades Federativas del País.

**DESARROLLO**

El Programa se puede ofrecer; directamente a los Comerciantes Indirectamente a través de Formación de extensionistas.

**REQUISITOS**

Presentar solicitud por escrito, indicando lugar y fecha para la celebración del curso con la Institución.

Concluyendo, de acuerdo a los programas de financiamiento que se han presentado se determina que existen diferentes alternativas para contribuir al apoyo crediticio de comerciantes y locatarios. Sin embargo debido a los limitantes de su operación se manifiesta que su colocación en el periodo de 1991 y 1990 ha sido restringida, esto señala que a pesar de que el financiamiento es un elemento determinante en cualquier actividad económica para su progreso, en el caso de los mercados municipales de Cuernavaca, Mor., no ha sido significativo, por lo tanto al encuasarlo es necesario modernizar sus sistemas tradicionales, con la finalidad de establecer un mayor margen financiero y lograr una mejor eficiencia y eficacia que coadyuve en el abasto de productos básicos, es decir que se realicen cambios e innovaciones que contribuya con el desarrollo de la población en especial a favor de las familias de menores ingresos.

Los mercados municipales de Cuernavaca, Mor como se ha señalado son uno de los principales centros de distribución y comercialización de alimentos en baja escala, no obstante de cumplir con una de las funciones más importantes para toda la población, en las últimas décadas no han tenido cambios determinantes que contribuya a su impulso y desarrollo, sino por el contrario debido a sus limitaciones operan con insuficiencias que repercuten en la calidad, suministro y precio de sus productos.

Por último, la falta de innovaciones substanciales en la infraestructura de los mercados municipales (principalmente el centro comercial A.L.M.) ha trascendido en la carencia de espacios que afectan su organización e inhibe su control, esta situación ha dado origen a conflictos entre diversos grupos que buscan el predominio entre sus agremiados, que son dirigidos por líderes que no han logrado promover un importante impulso que contribuya a la modernización de sus actividades, sino por el contrario en algunos a través de su manipulación han mantenido la satisfacción de sus propios intereses.

#### 4. ALGUNAS PROPUESTAS PARA LA OPERACION DE LOS MERCADOS MUNICIPALES DE CUERNAVACA.

##### MODERNIZACION EN LA DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION DE BASICOS

Aspirar a la suficiencia alimentaria en condiciones de calidad y precios bajos, es un reto que requiere efectuar cambios en los sistemas tradicionales de distribución y comercialización de básicos, que mantienen los mercados públicos del municipio de Cuernavaca, Mor. Primero, es prioritario fomentar la construcción de una Central de Abastos, cuya inversión representa una de la más alta consideración para la población y por su magnitud fortalece los servicios del mercado mayorista e impulsa el sector productor de la entidad, así como el comercial que contribuyen a su crecimiento económico. En lo financiero es un atractivo generador de bienes y servicios para la colocación de recursos (préstamos). Segundo, el gobierno con base a sus atribuciones, el abasto de productos básicos representa una importante condición en su política alimentaria, y por medio de su intervención debe coadyuvar en una acción reguladora y de concertación con todos los sectores, (social, privado y autoridades) para su modernización, debido a la trascendencia que tiene el proceso de distribución y comercialización de alimentos, para satisfacer las demandas del crecimiento de la población, en calidad suficiencia y precios bajos.

Como los mercados públicos de Cuernavaca, Mor., por sus actividades comerciales contribuyen en el desarrollo económico de la entidad. Bajo este enfoque, la banca de desarrollo y otras instituciones financieras, ofrecen un amplia gama de modalidades de apoyo crediticio para su ejecución, como son los diferentes

programas de infraestructura comercial entre otros, además de que el comercio de alimentos, es un extenso campo de inversión para los más de 5000 comerciantes y con el apoyo para su crecimiento representa una parte económica con sólidas bases de liquidez, seguridad y conveniencia para el sector financiero.

Lo anterior obedece, tomar en cuenta que el desarrollo comercial de alimentos, será de acuerdo a las necesidades de su crecimiento, por lo tanto se deberá alentar su impulso con la finalidad de beneficiar a toda la población, en especial a las familias de bajos ingresos, e implica fomentar la oferta unánime de sus demandas, que abarca desde la producción hasta el consumo mediante una planeación de capacidad y rentabilidad.

#### MODERNIZACION OPERATIVA

La modernización operativa, es con la finalidad de proporcionar recursos y servicios apropiados para el buen funcionamiento de la distribución y comercialización de alimentos y que sirvan de base para impulsar el abasto de artículos de consumo generalizado, con lo cual es necesario contar con la intervención de las autoridades municipales para regular los costos en el manejo de los productos, así como establecer las condiciones adecuadas del crecimiento de la población que permita cumplir con la función de los mercados públicos.

Por otra parte, la banca en México cuenta con una gran modalidad de préstamos para cubrir las diversas necesidades de todos los sectores, mediante los diferentes tipos y cajones de crédito que dispone, lo anterior está sujeto al cumplimiento de una serie de

requerimientos y evaluaciones de factibilidad que se llevan a cabo para tal efecto. Sin embargo en el caso de los mercados municipales de Cuernavaca, Mor., no se han aprovechado todos los recursos disponibles para su desarrollo, debido a la falta de integración de comerciantes y locatarios en uniones de compra y crédito, así como también la falta de garantías que no disponen los comerciantes y locatarios en forma particular, pueden ser factores limitantes que contribuyan a su expansión, aunado a los sistemas operativos de baja escala tradicionales y su deficiente organización repercute en la canalización de créditos más acordes a sus necesidades de crecimiento.

Esto implica alentar y promover la integración de comerciantes y locatarios de los mercados públicos de Cuernavaca, Mor., para la formación de uniones de compra y crédito, con la finalidad de canalizar recursos más amplios que coadyuven en su desarrollo.

Debido a la falta de infraestructura que mantienen los mercados municipales son insuficientes los servicios para cubrir las necesidades actuales, además por la falta de mantenimiento y adecuación, repercute en su operación, no obstante que se realiza el cobro de cuotas a los comerciante éstas no compensan sus gastos de operación y ocasionan la falta de recursos para sus innovaciones, también la concesión de locales con los comerciantes puede desalentar la iniciativa de mejoras del inmueble.

Tomando como base las limitaciones actuales, y con la finalidad de impulsar su modernización el gobierno podría coadyuvar en su acondicionamiento, y ofrecer para su venta los locales a los comerciantes a través del régimen de condominio.

Con esta consideración se tendría un estímulo de patrimonio para alentar y apoyar la iniciativa de los comerciantes y locatarios con la finalidad de establecer mejoras de sus propios negocios, así como también la posibilidad de ampliar sus garantías y aprovechar mediante su integración y organización la formación de uniones de compra y crédito.

La tendencia operativa también debe facilitar una libre competencia en su distribución y comercialización, consecuentemente es determinante que se fortalezcan las estructuras de los comerciantes para la canalización de recursos suficientes, así como la obtención de compras en común y el aprovechamiento las economías de escala.

Por consiguiente, ante la necesidad de brindar una mejor distribución y comercialización de alimentos en calidad suficiencia y precios bajos, es imperante que la modernización sea integral para que su transformación manifieste oportunidades de crecimiento principalmente para los locatarios y comerciantes que contribuyen a fortalecer el crecimiento económico de la entidad.

Por último como se mencionado, la innovación de los mercados municipales de Cuernavaca, Mor pueden abatir el excesivo costo de los alimentos si se mejoran las condiciones de los locatarios en general, y se establecen los mecanismos apropiados que contribuyan reducir la excesiva intermediación, así como garantizar la suficiente productividad de alimentos.

## MODERNIZACION ADMINISTRATIVA

De acuerdo a los problemas que presentan los mercados públicos, de la entidad, particularmente del municipio de Cuernavaca, Mor., se determina que las autoridades no han ejecutado en su sistema de planeación, programas para que atiendan la reordenación, ubicación y nuevos centros de abasto de alimentos que cubran las necesidades de crecimiento de su población, además por la falta de innovaciones en su infraestructura y servicios adecuados manifiestan la urgencia de una modernización administrativa que prevea las demandas de su desarrollo urbano y rural, en virtud de que sus requerimientos han trascendido en una serie de conflictos, tanto de sus agremiados como con otras organizaciones que luchan por el predominio de los espacios particularmente en centro comercial (ALM) principal centro de abasto de la entidad.

Tales circunstancias han puesto en riesgo la seguridad de sus habitantes y la falta de oportunidad de las autoridades dejan entrever una indiferencia para la solución de estos conflictos anacrónicos.

Con base a lo anterior, es determinante una planeación que atienda las necesidades prioritarios de los mercados públicos municipio de Cuernavaca, Mor., para su innovación, reordenación, ubicación y nuevos centros de abasto que beneficien a toda la población, particularmente a las familias de escasos ingresos, por lo tanto es indispensable establecer programas que solucionen los requerimientos de su desarrollo urbano y rural así como una modernización en su administración que permita instrumentar, controlar y dirigir los servicios adecuados, que demandan los mercados públicos para un mejor funcionamiento. Asimismo se deben fomentar los servicios de apoyo indispensables, que requieren los locatarios y comerciantes, con la finalidad de ofrecer mejores ofertas de calidad, suficiencia y precios de sus productos al público consumidor

La transformación de infraestructura, requiere de la habilitación de sus servicios complementarios para el buen funcionamiento de los mercados públicos del municipio de Cuernavaca, Mor., que son un factor indispensable en la distribución y comercialización de alimentos, con lo cual es necesario ampliar su magnitud actual, que manifiestan en la localidad a un mayor margen de capacidad para todos los comerciantes y locatarios, por consiguiente es esencial el apoyo de programas de financiamiento acordes a sus necesidades, que contribuyan a su impulso y desarrollo.

Compete al gobierno la incorporación de políticas sobre el sistema alimentario, así como también que se asegure la producción a través de los diversos mecanismos utilizados, que abarcan desde el campo, como son; la tierra, asignación y soporte en el uso de agua de riego, fertilizantes, semillas, incentivos y financiamiento a grupos productores, entre otros hasta el apoyo en la implementación de tecnologías industriales para la distribución y comercialización de alimentos.

Al eficientizar los mercados municipales de Cuernavaca, Mor., es esencial que el gobierno intervenga para abatir los costos excesivos propiciados por el excesivo intermediarismo, mediante la construcción de una central de abasto y el establecimiento de sistemas de distribución más directos o lineales con los centros productores. De esta manera se podrá mejorar la calidad y suficiencia de los productos, por ende los precios de su comercialización.



## CONCLUSIONES

Los mercados públicos del municipio de Cuernavaca, Mor., atienden una de las demandas más notables y necesarias de su población, la distribución y comercialización de productos básicos. El sector público señala que el comercio de alimentos es uno de los segmentos más importantes en la actividad económica, cuya participación es del orden del 47.8% sobre las transacciones que se realizan en la entidad, esto significa que una parte significativa de su población ocupada participa en esta función.

Como se ha mencionado, los mercados públicos a través de las diferentes épocas, se han constituido en principales centros de consumo popular de productos básicos. Sin embargo no se han aprovechado todos los recursos del municipio de Cuernavaca, Mor., ya que pesar del crecimiento de su población que representa el 327.9% no tiene una Central de Abastos que contribuya con el crecimiento económico de los sectores productivos y comerciales de sus mercados municipales, en virtud de que su sistema tradicional de distribución y comercialización que mantienen es deficiente por la falta de métodos más modernos para atender la función de aprovisionamiento en la gran cadena alimentaria, así lo manifiesta el centro comercial Adolfo López Mateos (principal centro de abasto de la entidad) cuya antigüedad tiene 30 años de servicios.

Los métodos operativos de baja escala no les permite cubrir sus demandas adecuadamente, sino por el contrario estos provocan insuficiencias e incremento en el precio de sus productos, derivado del excesivo intermediarismo y la triangulación de sus productos, con otras entidades (CEDA). Lo cual implica que las

autoridades municipales ejecuten las acciones correspondientes para contribuir al uso de sistemas más eficaces y eficientes, es decir; una modernización en la distribución y comercialización de alimentos que coadyuven a su impulso y desarrollo para satisfacer sus necesidades actuales.

La carencia de capacidad e innovación en la infraestructura de los mercados públicos (como es el caso del centro comercial A.L.M. cuya antigüedad data de 30 años) ha trascendido en problemas que ponen en riesgo a toda la población, principalmente; en el aspecto social, por la inseguridad de sus instalaciones, servicios insuficientes, y la saturación de comerciantes y locatarios, (se mencionan unos 5 mil en total, que se exceden de la capacidad de 1000 en la nave principal) formados desarticuladamente en semifijos y ambulantes lo cual repercute en condiciones higiénicas desfavorables.

En el aspecto económico, la saturación de comerciantes y locatarios de los mercados públicos (como es el caso del A.L.M.) no les permite integrarse debidamente por la insuficiencia de espacios para sus transacciones, además la falta de formación de uniones de compra y crédito, repercute en un apoyo financiero más amplio y acorde a sus necesidades, lo cual propicia una baja escala operativa y menores posibilidades de oferta de sus productos así como el alza en sus precios.

Ante la falta de una adecuada planeación de los mercados públicos para la reordenación, ubicación y nuevos centros de abasto dejan entrever una indiferencia de las autoridades por resolver sus problemas anacrónicos, que han tenido como consecuencia una serie de conflictos entre sus agremiados con otras organizaciones por la falta de espacios, dado origen a la suspensión de actividades y cierre de sus instalaciones, estos hechos han

opuesto en riesgo la seguridad de sus habitantes, así como las repercusiones económicas para toda su población, por lo tanto es importante establecer una modernización administrativa.

Segundo; el apoyo de financiamiento que se obtuvo de la banca de desarrollo, se determinó que es del orden del 6% en total durante el periodo de 1991 1990, lo cual manifiesta que son cifras poco significativas que contribuyan al impulso y desarrollo de los comerciantes y locatarios de los mercados públicos, no obstante existir a su disposición diferentes opciones para atender sus requerimientos, la falta de garantías no les permite tener mayores préstamos, así como de integración en uniones de compra y crédito para el aprovechamiento de las economías de escala.

Cuernavaca, Mor., es una localidad que por su ubicación y clima es un centro de atracción turístico, así como la cercanía con la población capitalina un polo de atracción en las diversas actividades económicas, que ha propiciando en los últimos años un crecimiento demográfico más significativo. Esta situación también ha repercutido en sus servicios municipales como son los mercados públicos entre otros.

Por otro lado, la dualidad de la distribución y comercialización de alimentos que existe, no satisface las necesidades de su población en calidad, suficiencia y precios bajos en virtud de que se han establecido empresas comerciales modernas de autoservicio en las zonas más importantes de la localidad, cuya finalidad principal es la obtención de una satisfacción lucrativa y rentable, en cambio los mercados municipales atienden a la población que habita en las zonas populares y conurbadas de Cuernavaca, Mor., los cuales son de su preferencia para el consumo de alimentos. Sin embargo

las deficiencias y repercusiones en sus productos afecta a este sector por persistir con sus métodos tradicionales, así como la falta de infraestructura, ya que el principal centro de abasto de la entidad (A.L.M.) mantiene un área de operación de unos 10,700 M2 para sus actividades, en cambio las tiendas del comercio organizado presentan en sus servicios una extensión de 31,628 M2 además sistemas de economías de escala.

Además de lo anterior, las autoridades también manifiestan que el abasto de alimentos tiene repercusiones que se traducen en deficiencias nutricionales, por lo tanto para lograr un desarrollo de toda la población es fundamental que se cubra la base de los alimentos que como mínimos se deben de mantener de acuerdo a la política alimentaria.

Como el abasto de alimentos, constituye una importante condición para cubrir uno de los requerimientos más prioritarios de la población, luego entonces es indispensable que los canales de su distribución y comercialización funcionen de acuerdo a la necesidades de nuestro tiempo, es decir; que se modernicen, con la finalidad de garantizar la satisfacción de los productos básicos preferentemente a la población más afectada y de menores ingresos. Asimismo, para lograr sus cambios e innovaciones se requiere de una mayor participación de todos los sectores, mediante la coordinación, de las autoridades responsables.

En la medida que se realice una adecuada planeación para que sean cubiertos los requerimientos de los mercados municipales de Cuernavaca Mor, como es una Central de Abastos, la ampliación de su infraestructura y el establecimiento de servicios de apoyo complementarios, así como la reordenación, ubicación y nuevos

centros de abasto que atiendan las necesidades de crecimiento de su población con base a programas, se beneficiará a su organización, mejorará la distribución y tecnificación en el acopio, para realizar una eficaz comercialización que brinde las facilidades de ofertas a sus concurrentes, con estos cambios se estará en condiciones adecuadas para garantizar la calidad y suficiencia de los alimentos así como precios más competitivos que beneficien a los consumidores de bajos ingresos.

También es importante tomar en cuenta que al impulsar la dinámica de sus actividades proporcionará mayores beneficios a la población en virtud de que ésta contribuye con el crecimiento económico de la entidad y su impacto social se constituye como un generador de empleos.

Por último, debido a las desventajas que manifiesta el sistema tradicional de los mercados públicos con relación al comercio organizado moderno manifiesta una comparación de polos opuestos en sus características, como se ha mencionado el sistema tradicional sigue cumpliendo, a pesar de sus deficiencias y repercusiones, con su función social y que se requiere de la intervención más directa de las autoridades competentes.

## BIBLIOGRAFIA

1. Carrasco Pedro  
Historia General  
ed. El Colegio de México, 1986
2. Departamento del Distrito Federal  
Coordinación General de Abasto  
Diseño ennenis, mercado/a.
3. Secretaría de Programación y Presupuesto  
Metodologías para el establecimiento de los sistemas de planeación democrática
4. Rello Fernando/Sodi Demetrio  
Abasto y Distribución de Alimentos en las Grandes Metrópolis  
ed. Patria, S.A. de C.V. México 1989
5. Torija Bouchan Jorge  
Problemas de Comercialización y Distribución  
IEPES mayo/1990
6. Pichardo Pagaza Ignacio  
Promoción para la Construcción, Privatización y Habilitación de Mercados de Venta al Detalle  
Gobierno del Estado de México
7. Martínez Nestor B  
La Comercialización al detalle de frutas y verduras de Puebla  
Comercio y Desarrollo abril/junio 1982
8. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial  
Programa Nacional de Modernización del Abasto 1990 1994  
Diario Oficial 24 de enero de 1990
9. Torres Torres Felipe  
El Abasto Alimentario en la ZMCM  
I. de Investigaciones Económicas U.N.A.M. México 1993
10. Sodi Demetrio  
Los Sistemas de Comercialización del Estado y el Pequeño Comercio  
Comercio y Desarrollo ene/mar 1980
11. Terrab Quesnal Carlos  
Participación del Estado en la Distribución y Comercialización de Alimentos.  
IEPES 25 de mayo de 1990

12. Muldon Juan/Servtje Daniel  
El Comercio de Alimentos en México  
ed. Trillas México 1984
13. Montemayor Aurelio R  
El Funcionamiento de los Mercados de Productos Perecederos en México  
Comercio y Desarrollo abril/junio 1982
14. Castañeda Jiménez Hector R  
El Abasto de las Grandes Ciudades Bases para la Administración Pública de un Sistema. Caso Guadalajara y su Zona Metropolitana  
Tesis Grado de Maestro, facultad de C. P. y S. U.N.A.M. nov/1989
15. Secretaria de Programación y Presupuesto  
El Plan Nacional de Desarrollo 1989 1994  
primera edición, mayo 1989
16. Banpeco  
Revista Intercambio  
Uniones de Crédito primera parte  
Año 3, No 14 nov/dic 1991
17. Seldon Artur  
Diccionario de economía  
Oikos-Taa S.A.  
cuarta edición 1986
18. Banpeco  
Revista Intercambio  
Uniones de Crédito segunda parte  
Año 3 No 15 feb/mar 1992
19. INEGI  
Estadísticas Históricas de México  
segunda ed. junio 1990
20. INEGI  
XI Censo General de Población y Vivienda 1990
21. INEGI  
Empleo  
Avance de información económica  
marzo 1993
22. Kaplan Marcos  
Estado y Sociedad  
Instituto de Investigaciones Jurídicas  
U.N.A.M. México 1987

23. Secretaría de Industria y Comercio  
VII Censo General de Población, 1963
24. INEGI  
IX Censo de Población y Vivienda  
cuadro 6, Morelos 1990
25. Gobierno del Estado de Morelos  
Plan Estatal de Desarrollo 1989 1994
26. Banamex  
Indicadores Seleccionados México Social 1990 1991
27. Gobierno del Estado de Morelos  
Informe de presidencias municipales 1992
28. Ayuntamiento de Cuernavaca  
Padrón de locatarios
29. Gallion B/Eisner S  
Urbanismo Planificación y Diseño  
Compañía editorial Continental, México 1ra edición 1972
30. Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales  
A.C.  
(ANTAD)  
relación de tiendas comerciales, Morelos 11/29/93
31. Montemayor Aurelio  
El comercio en la economía mexicana  
Comercio y Desarrollo septiembre/octubre 1977
32. De la Madrid Miguel  
Coordinación G.P. y Análisis  
PRI., México 1980
33. Limón Alberto  
Crítica periodística  
Diario de Morelos 27 de septiembre de 1992
34. Diario de Morelos  
Artículo 23 de septiembre de 1992
35. El Universal  
El Gran Diario de México  
Morelos, 20 de enero de 1992
36. Morelos Hoy  
25 de enero de 1992



37. El Universal  
El Gran Diario de México  
Morelos, 13 de enero de 1992
38. Morelos Hoy  
17 de enero de 1992
39. El Universal  
El Gran Diario de México  
Morelos 30 de enero de 1992
40. Morelos Hoy  
4 de diciembre de 1992
41. El Universal  
El Gran Diario de México  
Morelos, 6 de diciembre de 1992
42. Diario de Morelos  
7 de abril de 1993
43. Tribuna del Comerciante  
7 de Febrero de 1994
44. El Sol de Cuernavaca  
10 de enero de 1992
45. El Regional del Sur  
10 de febrero de 1992
46. Iglehart Ronald  
Modernización y Posmodernización  
La transformación de relación entre el desarrollo económico y  
cambio cultural y político  
Revista Folios de este País. mayo 1994
47. Díaz Ballesteros Enrique  
La modernización del Abasto en México  
Revista Administración Pública No 77 mayo/ago 1989  
INAP
48. Pardo Ma. del Carmen  
La modernización Administrativa en México  
Col. de México, primera edición 1991
49. Banpeco  
Revista Comercio y Desarrollo  
año 3 No 12 1988

50. Secretaria General de la Alide  
Artículo. Del ajuste al desarrollo económico latinoamericano en los noventa: El papel de los bancos de fomento  
Revista Comercio exterior, vol. 12 México, diciembre 1991
  
51. Centro Bancario de Cuernavaca  
Indices bancarios 1991 1990
  
52. Banpeco  
Programas Institucionales de Crédito y servicios
  
53. Investigaciones personales  
encuestas y entrevistas directas.