



---

---

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTONOMA DE MEXICO**

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

**Comercialización de Productos de  
Cultivo Básico en el Estado  
de MORELOS**

**SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LIC. EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PRESENTA

**SANTA YNEZA ALFARO**

**DIRECTOR DEL SEMINARIO: L. A. JORGE ALVAREZ A.**

1983



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



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

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

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS DE CULTIVO BASICO EN  
EL ESTADO DE MORELOS

	PAG.
I N T R O D U C C I O N	1
CARACTERISTICAS GENERALES DEL ESTADO	6
CAPITULO 1 LOCALIZACION DE ZONAS DE CULTIVO	10
CAPITULO 2 EVALUACION DE ZONAS DE CULTIVO	14
2.1 C L I M A	
2.2 S U E L O	
2.3 H I D R O G R A F I A	
2.4 I N F R A E S T R U C T U R A	
CAPITULO 3 PROCESO DE COMERCIALIZACION	25
3.1 SISTEMAS DE COMERCIALIZACION	
3.2 INVESTIGACION DE MERCADOS	29
3.3 CANALES DE DISTRIBUCION	74
3.4 T R A N S P O R T E	75
3.5 ORGANIZACION ADMINISTRATIVA COMERCIAL	76
3.6 NORMAS DE CALIDAD	77
3.7 PUBLICIDAD Y EMPAQUE	78

CAPITULO 4	FINANCIAMIENTO PARA LAS TRANSACCIONES COMERCIALES	79
4.1	SISTEMA DE CREDITO	
4.1.1	TIPOS DE CREDITO	88
4.1.2	CARACTERISTICAS OPERACIONALES DEL CREDITO	90
4.1.3	R E Q U I S I T O S	
4.2	ASISTENCIA TECNICA	91
4.3	ESTIMULOS FISCALES	
4.4	POLITICAS DE PRECIOS DE GARANTIA Y CO- MERCIALIZACION	93

C O N C L U S I O N E S

Y

R E C O M E N D A C I O N E S	94
-------------------------------	----

INTRODUCCION.

En la actualidad nos encontramos ante un problema de gran importancia como lo es la alimentación; el Estado de Morelos cuenta con recursos que permiten; con la debida explotación de ellos venir a contribuir a resolver en parte este problema.

En cuanto a la actividad comercial de los productos básicos es una tarea de utilidad insoslayable, que influira en la creación de una estructura comercial eficiente, que elimine los intermediarios innecesarios y que sea capaz de atender las necesidades básicas y propicie la existencia de patrones de consumo ajustados a las necesidades y capacidades de las mayorías de la población del país, que aumente la eficiencia y coordinación de los sistemas comerciales, orientandolos hacia la distribución de bienes básicos y propiciando prácticas de comercio sanas que protejan el ingreso de los consumidores, sobre todo las clases populares.

El estado contribuirá a lograr el objetivo de garantizar un consumo mínimo de alimentos, incrementando el abasto de bienes básicos a precios reduci

dos en este caso esos productos de cultivo básicos motivo de nuestro estudio son: (maíz, trigo, frijol, arroz, jitomate, cebolla, caña de azúcar) por su representatividad agrícola productiva en el estado de Morelos debido a que el volumen que arrojan las estadísticas sobresalen, lo -- cual quiere decir que el estado de Morelos en relación -- con los demás estados del país es factible en la producción de tales productos.

El incremento en el abasto de bienes básicos, en el que el estado de Morelos juega un papel -- importante a nivel nacional a través de las funciones de comercialización que efectúa y por medio de los subsidios que otorga, tendrá como objetivo la redistribución de las clases populares, la lucha contra las prácticas de abuso y especulación.

Para asegurar la distribución eficiente de los productos es necesario una red articulada de -- medios de transporte y vías de comunicación y afortunadamente el estado de Morelos cubre estos requisitos.

La mayor eficiencia de los métodos de conservación y empaque contribuirán a mejorar esta activi

dad.

Es pues la actividad comercial un vínculo de todas las actividades económicas y gracias a -- está la producción cumple su labor de satisfacer la demanda.

La comercialización de los productos-básicos tiene una labor importante en dos grandes áreas:

1.- Aumentar la productividad de la-economía en su conjunto.

2.- Apoyar a las clases mayoristas,-especialmente a las marginadas.

Los productores de alimentos básicos-se enfrentan ante los siguientes problemas: Tienen bajo poder de negociación y participan escasamente en el -- proceso de comercialización debido al desconocimiento -- de las condiciones del mercado; los aspectos de tipo --

4

sociológico y político en que se desenvuelven las deficiencias en la infraestructura y los sociales son notables.

El aparato distributivo de mayoreo y menudeo es anticuado sin planificación; con muchos mercados en una ciudad y con un número insuficiente en otros.

Los compradores con acceso a los mercados y con facilidades de transporte, capacidad financiera y conocimiento de mercado, que se enfrenta a un número disperso de productores, con bajos volúmenes de oferta, y como consecuencia de esto se enfrenta con gran frecuencia con monopolios y oligopolios.

Por otra parte se han ocasionado desperdicios por excedentes temporales debido a que no existe infraestructura física adecuada en los mercados de origen ni en los finales.

Otro problema al que se enfrenta este estudio es, al de tipo tecnológico. Las pérdidas de post-cosecha en el proceso de comercialización alcanza magnitudes alarmantes debido a factores biológicos y físicos; por deficiencias en las cosechas, en el empaque, el trans-



porte, el manejo y el almacenamiento de los citados productos motivo de nuestro presente estudio.

Nos encontramos con problemas alarmantes en los precios y distribución de los productos básicos debido a que no hay una sincronización de la oferta con la demanda, que genera variaciones considerables en los ingresos del productor, que se ve obligado a ajustar su producción en condiciones de alto riesgo e incertidumbre, es por esto que el estado interviene, dentro de un marco jurídico apropiado con apoyos y servicios complementarios, en diferentes fases de proceso integral de la comercialización de los productos básicos regularizando precios en el mercado persiguiendo dos objetivos fundamentales.

1. Proteger al agricultor de fluctuaciones estacionales exageradas en los precios rurales porque da a conocer con anticipación el nivel de precio de garantía de los productos.
2. Proteger al consumidor de alzas inmoderadas en el precio de los artículos de primera necesidad.

CARACTERISTICAS GENERALES DEL ESTADO.

El estado de Morelos es una de las entidades más pequeñas del territorio nacional, con una extensión de 4 941 km<sup>2</sup> que representa el 0.25% de la superficie total del país.

Se localiza entre los 18°21' 10" y -- 19°7' 30" de latitud norte y los 98° 42' 22" y 90° 24' 13" de longitud oeste.

Forma parte de la altiplanicie mexicana y la región centro del país, limita, al norte con el Distrito Federal y el Estado de México, al sur con los Estados de Guerrero y Puebla; al oriente, con el Estado de Puebla y, al piniente con los Estados de México y -- Guerrero.

Sus fronteras naturales son las siguientes:

Al Norte	La Sierra del Ajusco y el Volcán Popocatepetl.
La Sur	Los Ríos Tepalcingo y Amacuzac.

Al Poniente                    La Sierra de Ocuilico y Chalma.

La Oriente                    La Sierra de Puebla y el Rfo Nexapa.

El Estado se encuentra dividido en treinta y tres municipios.

\* El sistema montañoso del estado de Morelos esta compuesto por diversas serranias que se desprenden del Ajusco y del Popocatepetl, observados de manera general que en su suelo es un plano que se inclina de norte a sur de 2 802 metros de altura sobre el nivel del mar, en el extremo norte en el municipio de Hitzilac a 840 metros sobre el nivel del mar en el extremo sur.

Se observa un crecimiento demográfico acelerado en la última década del 5% que redunda en la reducción de coberturas de los sistemas de agua potable y alcantarillado 59.2 y 34.5 respectivamente.

La población del estado cuenta con grandes posibilidades de lograr el desarrollo social y vida digna que con derecho demanda ya que cuenta con cerca de 2 hectáreas por familia para cubrir sus necesidades.

Tiene la necesidad de generar como mínimo cerca de ----

17 000 empleos anuales para lograr mantener la tasa de desarrollo:

Cuenta con grandes posibilidades de lograrse esto por los siguientes aspectos:

1. Su cercanía con el centro de mercado más importante en el país el Distrito Federal.
2. Alta precipitación, temperaturas estables entre 10 y 25° centígrados y escasez de heladas.
3. Fuertes volúmenes de mantos subterráneos que alcanzan millones de metros cúbicos; inexplorados y topografía suave.
4. Capacidad técnica de sus productos que se manifiesta con 110 toneladas de azúcar y altos rendimientos en jitomate, cebolla, frijol, trigo, maíz y arroz.

Por lo tanto contamos con los recursos que queda unificar y coordinar esfuerzos para alcanzar las metas deseadas.

## C A P I T U L O . I

## LOCALIZACION DE ZONAS DE CULTIVO

Con la participación conjunta de los productores y de los gobiernos Federal, Estatal y Municipal; de dar particular atención al desarrollo de zonas de cultivo, las que convenientemente organizadas y técnicamente explotadas serán factor de suma importancia para acrecentar la producción nacional de productos básicos.

Es necesario explotar al máximo los recursos con los que contamos. Morelos dispone de campos fértiles pero con deficiencias tales como: inadecuado sistema de riego, escasa mecanización, lenta transferencia de tecnología e investigación agrícola limitada.

Existen porciones de tierras que están fuera de cultivo por lo que para explotarlas se necesita mejorar el terreno con obras de infraestructura básica dando lugar a oportunidades de empleo.

El presente estudio está encaminado a conocer las circunstancias en que se realiza la comercialización de los productos básicos ya mencionados y que en momentos tan difíciles de la situación alimenticia mundial nos dará a conocer esas circunstancias ya que la demanda de productos de cultivo básicos aumenta considerablemente, en tanto que las soluciones que se dan a este problema avanzan lentamente.

El Estado de Morelos cuenta con grandes posibilidades de superar este problema si sus recursos -- son explotados adecuadamente.

Las tierras con que cuenta el Estado de Morelos producen una variedad muy rica de alimentos necesarios para la dieta básica de los mexicanos los cuales - por su mayor importancia y volumen de producción en los - últimos años destacan:

CANA DE AZUCAR  
ARROZ  
MAIZ  
JITOMATE  
CEBOLLA  
FRIJOL  
TRIGO

Estos productos tienen su principal - - zona de cultivo en los siguientes municipios:

Destacan en producir: AZUCAR

ZACATEPEC	JOJUTLA	TETECALA
YAUTEPEC	XOCHITEPEC	TLAQUILTENANGO
CUAUTLA	PTE. IXTLA	E. ZAPATA
TLALTIZAPAN	MIACATLAN	TEMIXCO
VILLA DE AYALA	MAZATEPEC	

Producen: ARROZ

JOJUTLA	XOCHITEPEC	JIUTEPEC
CUAUTLA	TLALQUILTENANGO	V. AYALA
E. ZAPATA	JANTETELCO	
TEMIXCO	AXOCHIAPAN	

Producen: MAIZ

AXOCHIAPAN	TEPALCINGO
PTE. IXTLA	CUAUTLA
VILLA DE AYALA	COATLAN
TLAQUILTENANGO	YAUTEPEC
CUERNAVACA	ZACUALPAN

Producen: JITOMATE

AXOCHIAPAN	V. AYALA
TEPALCINGO	ATLATLAHUACAN

Producen: CEBOLLA

YAUTEPEC	XOCHITEPEC
JONACATEPEC	VILLA DE AYALA

Producen: FRIJOL

JIUTEPEC	XOCHITEPEC
YAUTEPEC	AMACUZAC

Producen: TRIGO

TLANEPANTLA	OCUITUCO
TOTOLAPAN	TETELA DEL VOLCAN

La superficie agrícola del Estado de Morelos es de 154, 000 Has., el 89% son tierras ejidales, el 11% son de éstas 154,000 Has., 111,000 Has son tierras de temporal y 43,000 Has son tierras de riego.





## C A P I T U L O - 2

## CAPITULO No. 2

## EVALUACION DE ZONAS DE CULTIVO

El Estado de Morelos es eminentemente agricultor. La Revolución de los campesinos principió en el Estado por lo que se le conoce como la cuna del movimiento Agrario Mexicano. El hombre del campo crece con una conciencia de responsabilidad histórica y tiene tanto cariño por la tierra, - que aquel lugar donde se establece, lo atrae de tal manera que solamente viviendo con ellos puede comprenderse ese gran cariño.

Morelos cuenta con recursos, capacidad, experiencia lo que falta - modernizar los sistemas de cultivo y unificar metas en forma ordenada y -- congruente para que con paso firme se alcancen los objetivos deseados.

2.1 CLIMA

El clima presenta diversas variaciones derivadas de las condiciones topográficas.

Las heladas en la generalidad de los municipios son raras, circunstancias que favorecen a la agricultura.

CLIMA SEMIFRIO.- En la zona de tlalnepantla a 3 040 mts. sobre el nivel del mar en Cuernavaca, Tepoztlan, Totolapan, Tlayacapan, Tlalne--

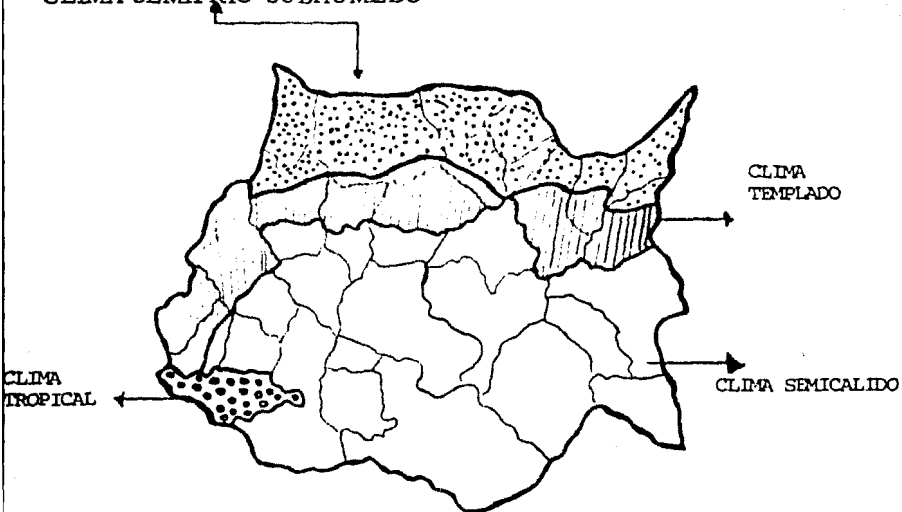
pantla, Atlatlahuacan, Ocuituco, parte de yecapixtla, Zacualpan y Tetela del Volcán. Con lluvias en verano según Koeppen.

CLIMA TEMPLADO.- En los municipios de Atlatlahuacan, parte de Cuernavaca, Temoac, Zacualpan, parte de Yecapixtla Tepoztlan, Yau-tepec, Jiutepec, Temixco, Miacatlan y Tetecala, con una participación -- pluvial de 1000 mm. con lluvias de verano.

CLIMA SEMICALIDO.- En los municipios de Emiliano Zapata, Xochitepec, parte de Tetecala, Miacatlán, Yautepec, Temoac, Jonacatepec, Tepalcingo, Jantetelco, Cuautla, Zacatepec, Jójutla, Tlaquiltenando, Tlaltizapan, Villa de Ayala Puente de Ixtla y Mazatepec. Con temperatura promedio de 24° y precipitación pluvial de 800 a 1000 mm.

CLIMA TROPICAL .- For su grado de humedad según Koeppen se localiza entre los subhúmedos y entre los cálidos teniendo una temperatura - promedio de 24°C y variación mensual de 19 a 27°C. Aquí tenemos principalmente el municipio de Macuzac.

CLIMA SEMIFRIO SUBHUMEDO



CLIMA SEMIFRIO SUBHUMEDO.- Con lluvias en verano y en las partes más altas llega a descender la temperatura hasta 0 °C.

CLIMA TEMPLADO.- Precipitación pluvial de 1000 mm.

CLIMA SEMICALIDO.- Precipitación pluvial de 800 a 1000 mm.

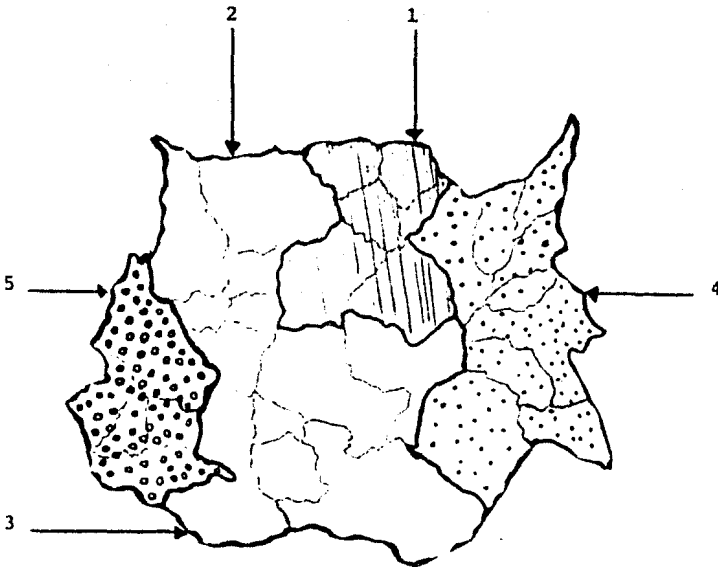
CLIMA TROPICAL.- La precipitación pluvial varía entre los - 774 mm. a 1 026 mm.

1.- En el Estado de Morelos los suelos son complejos de montaña, ricos en humus (descomposición de materias orgánicas de origen generalmente vegetal) -- predominan los suelos gris negruzco tipo chernozem, debido en parte a la intemperización de los basaltos y las calizas.

2.- Las partes altas de serranía del norte están cubiertas por cerros complejos de suelos ricos en humus, la parte sur está formada por capas de sedimentos y aluviones de espesor considerable que contienen cantos rodados de andesitas y basaltos, aquí abundan los suelos negros de estructura migajos.

3.- Las características de estos suelos son de pradera, limo arcilloso y limo arenoso con preponderancias de los chesnut. Existen corrientes subterráneas con poca profundidad que aunado a la proximidad del eje volcánico dan o rigen a aflorar diversos manantiales de aguas dulces y sulfurosas.

Por condiciones climatológicas, la orografía y los suelos la vegetación está compuesta fundamentalmente por selva baja caducifolia y matorral subterráneo, prevalecen las leguminosas y burseras, espinosas, nopales y cacahuates.



Por lo que toca a la selva caducifolia se localiza en los cerros de 3 cruces (Tlaltizapan, en altitudes de 1000 a 1750 mts) y en los municipios de --- Villa de Ayala, Tlalquiltlenango y Puente de Ixtla.

4.- Se tienen suelos de textura pesada pobres en materia orgánica y nutrientes tales como nitrógeno y fósforo.

5.- Los suelos de esta parte del Edo.- son arcillo arenosos, limo arenosos, limo arcillosos y - de migajón. La composición química de estas tierras presenta los siguientes elementos: Hidrógeno, Fósforo, Potasio, Nitrogeno, Calcio, Magnesio y Hierro.

### 2.3 HIDROGRAFIA

Las características topográficas del estado hacen que el agua proveniente de la precipitación y el deshielo corra siguiendo el declive del suelo dando origen al nacimiento de diversos rios.

La inclinación del norte a sur del suelo facilita escurrimientos de las aguas que siguen esa dirección para llegar al rio Amacuzac que es el más importante y caudaloso.

Los rios de manera general son poco caudalosos, sus aguas provienen de numerosos manantiales y el escurrimiento de los volcanes, solo en tiempo de lluvias son torrenciales, los más importantes son:

RIO AMACUZAC.- En el depositan sus aguas todos los rios del Estado.

RIO CHALMA.- Conocido también por los nombres de Tetecala y Coatlan en Puente e Ixtla recibe aguas del rio Tembembembe, para continuar con dirección sur hasta el rio Amacuzac.

RIO TEMBEMBEMBE.- Se introduce al territorio de Morelos por el municipio de Miacatlán, Mazatepec y Puente de Ixtla, donde se une con el rio Chalma.



RIO TETLAMA O JOJUTLA.- Se forma con el agua de los manantiales y barrancas que se encuentran en el municipio de Guernavaca, para seguir su curso por los de Temixco, Xochitepec y Zacatepec, en Jojutla se une el rio Yautepec.

RIO CUERNAVACA.- Se llama también Apatlaco, se forma de los manantiales que llevan sus aguas por pequeños arrollos sigue su curso hacia el sur para unirse al rio Jojutla por medio de los rios Xochitepec y Salado.

RIO YAUTEPEC.- Nace en los manantiales de Oaxtepec, con el nombre de Itzamatitlan, en su camino al sur recorre los municipios de Yautepec, donde se une el Rio Tepoztlán, Tlaltizapan lugar donde recibe las aguas del rio Dulce, Jojutla donde se une al rio del mismo nombre, para continuar hasta Amacuzac.

RIO CUAUTLA.- Los escurrimientos del Popocatepetl, junto con las aguas del rio Ayala y Baranca de la Cuera, forman este rio que sigue al sur por los municipios de Ocuítuco, Cuautla Villa de Ayala hasta Amacuzac.

Por último en la región del Este, los pequeños rios Jantetelco y Jonacacatepec conducen aguas de la región montañosa del municipio de Tella del Volcán, para continuar su curso al sur, recorren los municipios de

Ocuítuco, Cuautla, Villa de Ayala hasta Amacuzac.

Por último en la región del Este, los pequeños ríos Jantetelco y Jonacacatepec conducen aguas de la región montañosa del municipio de Tetela del volcán, para continuar su curso al sur, recorren los municipios de Tetela del Volcán, Zacualpan, Jantetelco y -- Jonacatepec y seguir al Estado de Puebla hasta el río - Cotzala.

En la parte sureste se encuentra la - subcuenca del río Nexapa los principales afluentes son: La barranca del Amatzínac, y el río Tepalcingo, que - - nacen en el Estado y se dirigen al de Puebla donde juntan sus aguas para continuar rumbo hacia el sur.

El Estado de Morelos cuenta asimismo - con varias lagunas y numerosos manantiales de agua dulce y sulfurosa. Entre las primeras la laguna de Tequesquitengo, situada en el municipio de Jojutla, la de - - Coatetelco, ubicado en el municipio de Miacatlán y las lagunas de Zempoala de las cuales cuatro pertenecen al-

Estado de Morelos (en el municipio de Huitzilac) y tres se encuentran en el Estado de México.

#### 2.4. INFRAESTRUCTURA.

El Estado cuenta con una importante -- infraestructura económica y grandes recursos para su -- desarrollo, a esto debe agregarse su inmejorable localización con el centro de mercado más importante del país el D.F.

Existe una amplia red de comunicación (1,801 Km.) que hace del Estado el mejor comunicado a -- nivel nacional.

Cuenta también con una red ferrocarrilera susceptible de mejorarse y aprovecharse en forma -- óptima.

Infraestructura de riego en 44 133 -- hectáreas, disponibilidades subterráneas y superficiales de más de mil millones de M<sup>3</sup> suelos y climas adecuados.

## C A P I T U L O 3

## CAPITULO 3

## P R O C E S O      D E      C O M E R C I A L I Z A C I O N

El Estado de Morelos no cuenta con un centro de Abasto importante lo que provoca que sus sistemas de comercialización estén estrechamente vinculados con la Ciudad de México, con los centros de abasto de Jamaica y La Merced.

La Merced constituye hoy el núcleo comercial más importante del país, pues a la vez satisface el consumo de la Ciudad de México y también interviene en el abasto y distribución de otros mercados y como centro financiero de las siembras nacionales.

El crecimiento demográfico de la última década, provocó grandes deficiencias comerciales y multiplicó los defectos del inadecuado sistema vigente, con graves problemas en la comercialización de los productos.

Los planes formulados por las comisiones coordinadoras estatales toman en consideración la disponibilidad de recursos físicos y económicos, los patrones regionales-

y la tecnología de producción, los criterios de ventajas - comparativas regionales, los requerimientos y la disponibilidad de los diversos recursos e insumos productivos.

Para alcanzar la meta del crecimiento en la producción habrá que seguir un programa de desarrollo en dos etapas:

1a.- Los aumentos en la producción deberán estar apoyados principalmente por el aumento en la superficie cultivada.

2a.- El aumento de los rendimientos y el cambio en los patrones de producción serán los elementos que sustenten el crecimiento sectorial.

El campesino afronta los problemas en el proceso mismo de la producción y en la venta de sus cosechas.

En el medio rural donde el comercio de alimentos al menudeo registra las mayores elevaciones en los precios, por la insuficiencia de canales de distribución, situaciones que justifican el destinar mayores recursos y esfuerzos oficiales que supriman la desfavorable relación de intercam

bio de vender barato y comprar caro.

El medio rural muestra una gran disposición de sus habitantes, lo que incide en los costos del establecimiento de unidades comerciales, pero que deben asumirse con un profundo sentido social. El abatimiento de áquellos puede lograrse mediante la instalación de pequeñas unidades de venta, manejadas por los propios campesinos y con cuadros básicos limitados en donde no se manipule tanto la producción y la comercialización de los productos tan necesarios para la diaria subsistencia.

El centro de abasto de La Merced es el lugar de mayor arraigo en el monopolio de productos perecederos de los cuales son objeto de nuestro estudio el jitomate y la cebolla.

La influencia del centro de abasto de La Merced en el medio rural está determinada por los agentes comisionistas que adquieren del campesino las cosechas a precios establecidos los cuales son fijados por ellos y los determinan en función de la oferta y la demanda, éstos son controlados por un pequeño grupo de grandes mayoristas que son quienes fijan los precios a los comerciantes menudis-

tas, a través del control de existencias; cuando hay demasiadas existencias de un producto lo abaratan y cuando --- existe escasez lo encarecen a su libre albedrío.

Por otra parte las grandes cadenas de autoservicio o bien utilizan igual sistema a base de agentes comisionistas o mediante mayoristas que controlan el mercado de productos perecederos en el centro de abasto de La Merced.

El pequeño productor tiene difícil acceso en forma directa para comerciar sus productos en esos centros de consumo, por lo que se ve obligado a tratar con agentes comisionistas o de lo contrario su producto pierde valor.

Como observamos el productor en pequeño se encuentra desorganizado y poco se puede hacer frente al poder oligopólico de los mayoristas. Esto se agrava por la carencia de un organismo oficial que realmente regule el mercado de sus productos, pues es escaso el poder de negociación que tiene y esto impide cumplir adecuadamente sus funciones y su impacto dentro del mercado es escaso o nulo.

En el Estado de Morelos es evidente la estructura



monopólica que prevalece en el proceso de comercialización de los productos perecederos que influyen de manera decisiva en la fijación de los precios tanto los que se pagan al productor como los que tiene que cubrir el consumidor.

### 3.2 INVESTIGACION DE MERCADOS DE LOS PRODUCTOS DE CULTIVO BASICOS.

#### 3.2.1 EXPOSICION DE LOS FINES DE LA INVESTIGACION SOBRE LA COMERCIALIZACION DE LOS PRODUCTOS DE CULTIVO -- BASICOS

El propósito de este estudio fundamentalmente es investigar las características generales en que es llevado a cabo la comercialización de los productos que son motivo de nuestro estudio tales como por ejemplo: azúcar, maíz, frijol, arroz, trigo, cebolla y jitomate, los cuales son imprescindibles en la dieta diaria de todo individuo. Para conocer hasta qué punto la comercialización de los mencionados productos está utilizando técnicas adecuadas de comercialización relacionadas con el transporte, organización administrativa comercial, normas de calidad y publicidad.

#### 3.2.2 METODOLOGIA EMPLEADA

El procedimiento empleado en esta investigación-

se encuentra comprendido de la siguiente manera:

Para llevar a cabo este estudio fue necesario utilizar dos tipos de investigación, la exploratoria y la concluyente. La investigación exploratoria fue necesaria porque en ella se utilizó el método de encuesta para hacer más objetivo y real nuestro estudio. La investigación concluyente fue utilizada por contener el método estadístico.

Se consideró necesario el uso de la investigación exploratoria porque existen bancos de información útiles para nuestra investigación como son: documentos estatales y federales que permiten hacer un análisis intensivo y más profundo el cual nos permite conocer la manera en que se han comercializado los mencionados productos analizando el pasado y las experiencias obtenidas a través del tiempo, sobre todo serán imprescindibles las encuestas a personas concededoras.

La investigación concluyente ha sido de gran utilidad porque la técnica empleada nos permite analizar por medio del método estadístico y utilizando el método porcentual la recopilación de datos que han sido necesarios recoger como información secundaria.

- Por otra parte los únicos lugares disponibles son los componentes antes mencionados.

#### TRABAJO DE CAMPO

Para la obtención de la información primaria se llevó a cabo el trabajo de campo en forma directa en los mercados municipales, mercados sobre ruedas y supermercados; primeramente se hizo una prueba sobre el terreno para después proceder a levantar las encuestas reales.

## DISEÑO DEL METODO ESTADISTICO

La ventaja que se observó en el uso de este método son las técnicas adaptadas a los datos masivos por su objetividad en el análisis, ya que permite hacer generalizaciones más precisas y nuestro estudio es objeto de hacer esas generalizaciones ya que el consumo de nuestros productos tiende a generalizarse en toda la República Mexicana. Además esto es lo mismo día con día en nuestra alimentación en lo cual podemos sustituir otros productos pero éstos considerados de consumo básico son difíciles de sustituir como el azúcar, frijol, maíz, el arroz, el trigo, el jitomate, y la cebolla, los cuales son productos de cultivo básico y difíciles de hayar un sustituto que venga a cubrir la necesidad o el hábito del mexicano.

Es conveniente hacer notar que es utilizado este método de recolección de datos secundarios porque no es el objetivo de nuestro estudio tratar de introducir un nuevo producto ni incrementar las ventas de otro sino de conocer de una manera profunda algo ya establecido como lo es el procedimiento que se ha venido empleando en la comercialización de los mencionados productos en determinado período y difícil de cambiar si para esto no intervienen los factores

como lo son el Gobierno Federal, Estatal, el Productor, y Consumidor.

PREPARACION DE LOS FORMULARIOS O MODELOS DE RECOPIACION -  
DE DATOS

Hemos mencionado que se determinó hacer uso de la investigación exploratoria en donde se utiliza el método de encuestas a personas conocedoras es por ésto que se consideró necesario elaborar cuestionarios dirigidos a los consumidores, productores, intermediarios, vendedores que son personas conocedoras de la materia en cuestión.

El tipo de cuestionario empleado fue el estructurado no disfrazado y de entrevista personal en donde se formularon preguntas abiertas, dicótomas y de opción múltiple porque son fácil de manipular y difícil de que haya sesgo.

Para la elaboración de nuestro cuestionario se tuvo muy presente las partes con que debe constar un cuestionario como son: la información básica buscada, motivo principal de nuestro estudio, y la información de clasificaciones como son mercados, supermercados, tiendas de auto servicio, etc., y la información de identificación.

## REPRODUCCION DEL CUESTIONARIO

Para la elaboración del cuestionario se observaron los siguientes aspectos como son: procurar que nuestro cuestionario tuviera aceptación desde la presentación del mismo es decir de buena calidad y que a primera vista les pareciera ameno y fácil de contestar. Facilitar la manera de mantener un control de los cuestionarios numerándolos y facilitar la manipulación de los mismos.

Antes de llevar el cuestionario al terreno se hizo el trabajo de prueba sobre un número reducido de personas entrevistadas para proceder después a la aplicación -- real.

## INFORMACION SECUNDARIA

Sabemos que tenemos a nuestra disposición dos maneras de obtener información para cualquier investigación:

- Datos primarios
- Datos secundarios

se ha hecho uso de estos dos métodos por las siguientes ra

zonas fundamentales:

Para conocer la realidad en forma objetiva, -- realidad que nos dá la investigación de información primaria que se ha obtenido de una manera muy cuidadosa mediante la elaboración de encuestas.

Los datos secundarios los hemos encontrado a --- nuestra disposición de una manera abundante que nos ha permitido conocer la problemática en cuestión.

De esta manera hemos contado con la posibilidad de reforzar nuestra investigación efectuada en forma particular con la información oficial existente.

Al hacer uso de los datos secundarios, no se han considerado si antes no han sido analizadas las circunstancias en que han sido recopilados. Sabemos además que son confiables también dada la importancia que se ha dado actualmente al tema.

Una vez que la investigación de campo se realiza se refuerza con la información que dan los datos secundarios a la vez que se confirman las hipótesis.

De esta manera los datos son recogidos en el curso ordinario de los acontecimientos y de este modo están sujetos a los sesgos que podrían ocurrir si la investigación fuera completamente exploratoria por encuesta. Por razón obvia nos encontramos con la limitante de que esta información no se ajusta a las necesidades en forma completa de nuestro presente estudio por eso decimos que el resultado obtenido por medio de datos secundarios se ve reforzado con los datos primarios (las encuestas).

Son válidos los datos secundarios que exponemos porque los productos de cultivo básico son en la actualidad de gran importancia dada la problemática que existe sobre la alimentación mundial sobre todo en las poblaciones subdesarrolladas como un ejemplo de esa importancia que se ha dado a esta problemática tenemos que en la Secretaría de Comercio se creó el Comité Mixto Consultivo de Abasto de Productos Básicos\* en donde se dejó constancia de la necesidad de sistematizar una serie de acciones para solucionar problemas relacionados con el abasto y la comercialización de productos básicos, así también tenemos que existe una Unión Nacional de Productores de Hortalizas, una Comisión Nacional de la Industria del Maíz, Secretariado Técnico del Gabinete Agropecuario, Industrias Conasupo, etc., -

---

\* Serie Productos Básicos Presidencia de la República.  
"Programa de Abastos de Productos Básicos 1981-1982". S. C.



creadas con fines específicos para solucionar problemas relacionados con la alimentación.

Por otra parte los productos alimenticios objeto de nuestro estudio forman parte de la dieta alimenticia de todo individuo sin distinción de clase, razón que justifica aún más el uso de los datos secundarios.

#### EVALUACION DE LA INFORMACION SECUNDARIA

##### I.- AZUCAR

El azúcar como artículo de primera necesidad, es básico en la alimentación diaria de la población mexicana y como materia prima en la elaboración de un gran número de productos por ésto el Gobierno Federal tiene un interés primordial en dicho sector de la economía, desprendiéndose de ello el esfuerzo de planificación de esta industria, con el propósito de contar con los volúmenes suficientes de producción y satisfacer los requerimientos de consumo industrial y doméstico.

\*Tomando en cuenta el volumen de la oferta esperado para 1981 la producción de azúcar alcanzó cubrir el total --

---

\* Programa de Abasto de Productos Básicos 1981-1982. S. C.

del requerimiento de la entidad obteniéndose un superávit de 106,613 toneladas de azúcar, que podrá ser destinados a satisfacer las necesidades de este producto en otras entidades.

El abasto, la regulación y la comercialización de --- azúcar se hará a través de UNPASA (Unión Nacional de Productores de Azúcar, S.A.), quien canaliza el producto al - mercado por conducto de su red de distribuidores y del aparato comercial del sector oficial como lo es CONASUPO que atiende las necesidades de consumo familiar cuya acción -- operativa responde al siguiente esquema, garantizándose en el mercado de detalle la normalización de su distribución.

La producción de azúcar es cubierta por los ingenios de OACALCO-YAUTEPEC, CASASANO en el municipio de CUAUTLA, - y el Ingenio de EMILIANO ZAPATA situado en el municipio de ZACATEPEC. El estado de Morelos tiene un importante volumen de producción a nivel nacional de azúcar pues además - de satisfacer las necesidades de este producto en el Estado, contribuye con otras entidades del país.

## II.- ARROZ

La Secretaría de Comercio por medio de la Compañía Na

cional de Subsistencias Populares (CONASUPO), tiene como objeto regular el abasto a precios accesibles, proteger el ingreso de los productores, fomentar la producción y apoyar a la industria privada en la comercialización del arroz.

Para efectos de regular el mercado del arroz pulido y de acuerdo al comportamiento comercial del sistema CONASUPO, se estima que ese organismo canalizará al mercado es total 1,820 toneladas que representan el 30.1% del consumo humano y adicionalmente mantener una reserva técnica de 2,877 toneladas, aumentando su cobertura al 33.6% respecto a la demanda total estimada en 8,570 toneladas.

Conforme las recomendaciones del Comité Mixto Consultivo de Abasto de la Entidad es importante que los abastos oficiales en sus diferentes canales en lo posible correspondan a las estimaciones de la demanda por plaza de consumo zonas CONASUPO-COPLAMAR y del resto del estado, en atención a la infraestructura del propio sistema oficial de comercialización y en consideración a la estructura comercial en su conjunto.

En relación a los abastos oficiales de las zonas COPLAMAR la operación de los suministros corresponde a la infraestructura y programas que al respecto se tiene definido en

el marco operativo de DICONSA.

Se estimula la producción de arroz mediante la compra de este producto a precios de garantía y con la formación de reservas reguladoras se asegura el abastecimiento oportuno a los consumidores.

\*La producción total de la entidad se canaliza a la empresa de Buenavista, situado en Cuautla, la Hacienda El Refugio situada en Cuernavaca, la Asociación Agrícola San Vicente situada en el Municipio de Emiliano Zapata, la Arrocería de Morelos en Puente de Ixtla, la Arrocería de Jojutla y la Sociedad Fabril Morelense en el Municipio de Yautepec.

### III.- MAIZ

Este producto de cultivo básico refleja gran importancia en el aspecto económico, político y socio-cultural ya que es el producto que constituye la base de la alimentación nacional.

\*\* El sistema de comercialización en el estado se encuentra ante la imposibilidad para cubrir la demanda local en su totalidad. de aquí se desprende que para cubrir el abas

---

\* Programa de Abasto de Productos Básicos 1981-1982. S. C.

\*\* Plan Estatal de Desarrollo Socioeconómico Coprodemor (Gov. del Edo. de Mbr.).

to total se hará de manera oficial, directa y el resto se -  
destinará para el programa CONASUPO - COPLAMAR y de otros -  
canales oficiales, privados tales como DICONSA, BORUCONSA,  
IMPECSA y CONASUPO - COPLAMAR, etc.

El estado cuenta con reservas técnicas debido a la in-  
fraestructura del almacenamiento del sistema CONASUPO y sus  
centros de distribución establecidos estratégicamente.

El estado no cuenta con planta industrial de harina de  
maíz por lo que su demanda al respecto se satisface con --  
oferta de otras entidades productoras que presentan super-  
ávits comercial como es el caso de los estados de Jalisco,  
México, Michoacán, Nayarit, Nuevo León, Tamaulipas,  
y Veracruz.

#### IV.- TRIGO

Existe un nuevo sistema instituido en el ámbito de CO-  
NASUPO este nuevo sistema es el Comité Mixto Operativo del  
Trigo que bajo reglas prestablecidas regula el mercado de-  
este producto con base en las compras de las cosechas naci-  
nales y en los volúmenes de importación de tal manera que-  
la industria harinera coparticipe de manera relevante en -

las captaciones de sus propios requerimientos, que se hacen del conocimiento de las instituciones participativas de dicho comité, dando así transparencia a la operación comercial de los distintos establecimientos industriales y a partir-- de lo cual se establecen las participaciones de cada una de ellas en el monto de las importaciones. Este nuevo sistema de comercialización, aún cuando es reciente ha dado muestras de su ventaja operativa, representa los esfuerzos públicos- y privados por establecer el orden en el proceso comercial-; del trigo y sus derivados.

En consideración al comportamiento productivo de la -- planta harinera del estado en años anteriores, la oferta de la harina de trigo esperada para 1981 de la industria local, se ha estimado en 7,512 toneladas; por otro lado cabe hacer notar que se ha identificado una capacidad de producción -- instalada de 15,000 toneladas.

En la harina de trigo, estrechamente relacionada con - los nuevos sistemas de comercialización del trigo a partir- del respectivo Comité Mixto Operativo que funciona en CONA- SUPO, su abasto suficiente corresponsabiliza a la planta lo- cal y a la infraestructura productiva a nivel nacional, en- la que participa también el estado como productor de harina

de trigo.

El aparato de comercialización oficial ofertara en la entidad un volumen de harina de trigo de 1,001.1 toneladas dirigidas al mercado de menudeo para consumo humano (pan, galletas, etc.).

Este abasto oficial se ofertará directamente al público consumidor a través de las tiendas DICONSA y para atender las demandas del comercio en pequeño más necesitado mediante el sistema de ventas de IMPECSA.

En cuanto a las zonas COPLAMAR debe indicarse que cubren el 4.1% de su demanda, representan el 5.1% de la operación de DICONSA en el estado y el 4.3% del total de abasto del Sistema Nacional de Comercialización.

#### V.- FRIJOL

Este producto es distribuido a través de los canales comerciales de la entidad (mercados públicos, mayoristas, etc.,) y el sistema CONASUPO básicamente a través de DICONSA, IMPECSA y BORUCONSA para lo cual la estructura del mercado dentro de los suministros del sistema de tiendas DICON

SA se operarán los volúmenes de abasto destinados al programa CONASUPO - COPLAMAR a fin de garantizar mínimos de bienestar social y normalizar la comercialización de este producto, los abastos oficiales cubrirían el 15% de la demanda -- para consumo humano en el estado.

La Secretaría de Comercio tiene programadas las siguientes estrategias: las compras efectuadas por medio de CONASUPO a los productores se efectúan pagando precios de garantía, para proteger el ingreso de los productores y estimular la producción.

Con la integración de reservas reguladoras se busca garantizar el consumo total de manera suficiente y oportuna, -- la especulación y los aumentos de precios, protegiendo el -- ingreso de las familias de escasos recursos.

Conasupo a través de la comercialización de productos -- perecederos brinda a los pequeños productores canales adecuados para la comercialización de sus productos e influye -- también en la regulación de precios en beneficio de los --- consumidores; comprando directamente en distintas regiones -- del país y vendiendo a través de las tiendas Conasupo.

## VI. JITOMATE

En el período comprendido de 1970 a 1978 el crecimiento anual que registró la producción de este cultivo fue del orden del 27.3% situación que colocó al Estado de Morelo: -- en un 2º lugar a nivel nacional.

Pero cabe hacer notar que para el ciclo de producción --



1982 obtuvo un volumen de producción de 107 964 toneladas. Los cuales al compararlos con las 117 523 toneladas registrados en 1978 nos da como resultado una variación porcentual del orden del 8.1% en los últimos 5 años. En lo que a volumen de producción figuran como principales productores los Municipios de: ATLATLAHUACAN, YECAPIXTLA, TOTOLAPAN, -- CUAUTLA y JANTETELCO.

Por la calidad de la producción, este producto presenta gran demanda en los mercados nacionales e internacionales.

#### VII.- CEBOLLA

Con respecto a la producción de cebolla en el ciclo de producción 1981 estuvo asesorada la comercialización de este producto en el Ejido de Atlacahualoya por el Gobierno del -- Estado de Morelos en la que se comercializaron 12 toneladas con un importe de \* \$ 2 480 570 00.

El Estado de Morelos registró una producción total de -- 39 478 toneladas de cebolla en 1981 \*\* este cultivo es el -- 2° en importancia en la horticultura de la entidad considerando su superficie cultivada, correspondiendole a la entidad el 5° lugar dentro de la producción nacional la cual --- participa con el 17.9% y dicha producción canalizada a los -- mercados nacionales e internacionales (Ver Anexo Uno).

#### \*\* TRIGO

Se tienen datos estadísticos de la producción de trigo

en el Estado de Morelos pero hay gran diversidad de los mismos por lo que se consideró prudente no manejarlos en este estudio. En realidad este producto comparado con los otros 6 elegidos para este estudio es menor en cuanto a producción en toneladas pero se sabe plenamente que siendo un producto de cultivo indispensable para la alimentación merece que se estimule su producción ya que Morelos cuenta con tierras --- propicias para este cultivo como lo son los Municipios de: - Ocuilco, Tlalnepantla, Totolapan y Tetela del Volcán que -- son de clima frío y que limitan al Estado de México. La distribución de este producto se canaliza principalmente al --- Distrito Federal y al Estado de México ya que al introducirlo al Estado de Morelos representaría para los productores - una elevación en sus costos de transporte y por consecuencia verían reducidas sus ganancias.

PRODUCCION COMPARATIVA DE LOS PRODUCTOS  
DE CULTIVO BASICO ULTIMOS 5 AÑOS.

(Toneladas).

PRODUCTO	1978	1979	1980	1981	1982
	VOLUMEN	DE	PRODUCCION	ANUAL	ESTIMADO
I.- AZUCAR	1 791 200	1 712 916	1 928 952	1 995 840	2 395 008
II.- ARROZ	35 150	23 572	28 083	30 514	35 376
III.- MAIZ	95 036	61 987	107 543	114 695	122 295
*IV.- TRIGO	**	**	**	**	**
V.- FRIJOL	8 544	6 634	8 259	9 881	11 858
VI.- JITOMATE	117 523	105 523	74 213	154 234	107 964
VII.- CEBOLLA	54 410	57 544	32 324	39 478	47 098

FUENTE: V Informe de Gobierno.

\* Programa de Abasto de Productos Básicos.

## INFORMACION PRIMARIA

Determinación del Universo.

## METODO EXPLORATIVO.

El primer punto de esta investigación de tipo exploratorio de encuesta a personas conocedoras consta en determinar que tipo de persona reúnen los requisitos a nuestro juicio para obtener de ellos lo - - que deseamos conocer con respecto a la comercialización de productos básicos.

Por lo anteriormente expuesto, se - - llegó a la conclusión de dividir nuestro universo en -- tres grupos:

- I.- Productores de cultivo básico.
- II.- Intermediarios o vendedores de productos básicos.
- III.- Ama de casa.

## I. PRODUCTORES DE CULTIVO BASICO.

El proceso de abasto de consumo alimenticio debe fundamentar la acción para seguir un criterio integral de un proceso que es único PRODUCCION -- DISTRIBUCION - COMERCIALIZACION - CONSUMO; con la consiguiente planeación, organización y ejecución.

Nuestra investigación secundaria nos ha arrojado el siguiente resultado. "Debido a la inadecuada organización de los productores agrícolas; a -- la estructura de tenencia y explotación de la tierra, -- existe una gran dispersión en la oferta de sus productos, que ocasiona que los intermediarios se apropien de los márgenes de utilidad generados por la comercialización.

Como podemos observar esto es obvio, -- pero por medio de nuestras encuestas queremos captar -- más de cerca su sentir conocer también sus pensamientos que nos haga más objetiva la situación prevaleciente.

## II. INTERMEDIARIOS O COMERCIANTES DE PRODUCTOS BASICOS.

Hemos detectado en nuestra investigación secundaria que un sinnúmero de problemas que prevalecen desde el más pequeño comercio hasta el centro comercial más grande que se instalan en lugares estratégicos a diferencia de otros centros de comercio donde el problema empieza desde pagar al diablero hasta el transporte para llevar la mercancía a los mercados. Todo esto está firmemente evaluado en nuestra investigación secundaria que se encuentra dividida en los tres grupos -- antes mencionados que forman nuestra muestra.

## III. AMA DE CASA.

Se optó por conocer los puntos de vista con respecto al ama de casa por lo siguiente:

Es ya, tan trillado el tema de la carestía de la vida que es el "ama de casa" quien con respecto a la alimentación tiene que sufrir y conocer a fondo esta situación pues son ellas quienes efectúan las -- compras diarias; cuestión que ni los técnicos ni los conocedores de este problema saben realmente. Se sabe que

el problema más grave de nuestros días es "el hambre" - que la alimentación del pueblo y el estado nutricional de los importantes grupos humanos que habitan en las zonas rurales, han constituido y lo siguen siendo problema de vital importancia y a pesar de ello, apenas mínimas y esporádicas acciones se han inducido por mejorar la situación.

#### DISEÑO DE LA MUESTRA.

1. Determinación de la unidad de muestreos, se determinó utilizar el método directo.

#### METODO DIRECTO.

1.1. Lista de establecimientos que expenden los productos que son objeto de estudio.

En el Estado de Morelos resulta factible contar con una lista de establecimientos en el Municipio de Cuernavaca (con un número reducido de 75 elementos) contando entre ellos los cinco centros comerciales más grandes en el Municipio unos son: La Luna, Comercial Mexicana, Aurrera, Blanco y otras de menor importancia como son: El Sardinero, etc.

1.2. Determinación del tamaño de la --  
muestra.

I. PRODUCTORES DE PRODUCTOS PERECEDEROS: 50 ELEMENTOS.

II. INTERMEDIARIOS O VENEDORES 75 ELEMENTOS.

III. CON RESPECTO A LA MUESTRA "AMAS DE CASA" SE DETERMINO CON TAMAÑO DE 200 ELEMENTOS.

PROCESO DE SELECCION.

Como explicamos ya con anterioridad las amas de casa encargadas de administrar en el hogar son -- quienes comunmente hacen las compras para la alimentación de los que integran su familia.

Para levantar las encuestas se determinó hacerlo en los centros comerciales y a una hora determinada para que no se inoportunara; por otra parte el -- cuestionario fue breve y ameno.

En el caso de los vendedores de productos de cultivo se seleccionó a los entrevistados al - - azar, lo mismo que a los productores.

De manera general podemos decir que se hizo uso del método al azar simple por las siguientes razones:

- El Universo es pequeño; Son contados los lugares con ciertas características que expenden - - nuestros productos objeto de nuestro estudio.

- Existe una lista del Universo.

- El costo de nuestras entrevistas es mínimo porque fueron levantadas las entrevistas en Cuernavaca, de esta manera en cualquier lugar que se levante es representativa del Universo, porque desde el de menor, al mayor ingreso todo individuo necesita de alimentos de cultivo básico.



**F O R M U L A R I O S**

CUESTIONARIO AL PRODUCTOR

54

1.- ¿Cuál de estos productos cultiva usted?

- A) MAIZ \_\_\_\_\_ ( )
- B) FRIJOL \_\_\_\_\_ ( )
- C) CEBOLLA \_\_\_\_\_ ( )
- D) JITOMATE \_\_\_\_\_ ( )

2.- ¿Normalmente a quién vende usted sus productos?

- A) CONSUMIDOR \_\_\_\_\_ ( )
- B) COMERCIANTE \_\_\_\_\_ ( )
- C) INTERMEDIARIO MAYORISTA \_\_\_\_\_ ( )
- D) OTRO \_\_\_\_\_ ( )

3.- ¿Qué problemas se les presentan al vender sus productos?

- A) ACAPAMIENTO \_\_\_\_\_ ( )
- B) PRECIOS \_\_\_\_\_ ( )
- C) TRANSPORTE \_\_\_\_\_ ( )
- D) UBICACION \_\_\_\_\_ ( )

4.- ¿Cómo fija usted sus precios?

- A) COMPARATIVAMENTE \_\_\_\_\_ ( )
- B) OFERTA Y DEMANDA \_\_\_\_\_ ( )
- C) COSTOS MAS UTILIDAD \_\_\_\_\_ ( )
- D) OTROS \_\_\_\_\_ ( )

5.- COMENTARIOS Y SUGERENCIAS

---

---

---

CUESTIONARIO AL VENDEDOR

55

- 1.- A) SUPERMERCADO \_\_\_\_\_ ( )  
 B) MERCADO \_\_\_\_\_ ( )  
 C) MERCADO SOBRE RUEDAS \_\_\_\_\_ ( )
- 2.- ¿Ante qué problemas se encuentra usted al co-  
 mercial con los siguientes productos: azúcar,  
 maíz, arroz, frijol, trigo, cebolla y jitomate?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
- 3.- De qué manera llegan a usted estos productos -  
 para la venta al consumidor?  
 A) Por medio de mayoristas \_\_\_\_\_ ( )  
 B) Directamente del centro de abastos \_\_\_\_\_ ( )  
 C) Directamente del productor \_\_\_\_\_ ( )
- 4.- En base a qué factores se determina el precio?  
 A) Costo más utilidad \_\_\_\_\_ ( )  
 B) En base a las existencias o al volumen de -  
 producción? \_\_\_\_\_ ( )  
 C) Oferta y demanda \_\_\_\_\_ ( )
- 5.- ¿Por qué no los compra directamente al produc-  
 tor?  
 A) Porque el transporte es caro \_\_\_\_\_ ( )  
 B) Porque existe intermediarismo \_\_\_\_\_ ( )  
 C) Existe acaparamiento en las cosechas? \_\_\_\_\_ ( )
- 6.- ¿Como son transportados estos productos aquí?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
- 7.- Tienen establecidas normas de calidad?  
 A) SI ( )  
 B) NO ( )
- 8.- ¿Cuáles son?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
- 9.- ¿Los mencionados productos le ocasionan gastos  
 de publicidad?  
 A) SI ( )  
 B) NO ( )
10. Los medios de publicidad empleados cuáles son?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

ENTREVISTA AL CONSUMIDOR

56

AMA DE CASA

- 1.- ¿Es usted ama de casa? \_\_\_\_\_ SI ( )  
NO ( )

Si contesta sí, hacer la siguiente pregunta.

Si contesta no, no continuar con la entrevista.

- 2.- Es usted quién hace las compras de alimentos para su hogar? SI ( )  
NO ( )

- 3.- ¿Cuál de los siguientes productos considera indispensable para su alimentación?

- A) AZUCAR ( ) D) TRIGO ( )  
B) MAIZ ( ) E) CEBOLLA ( ) G) ( )  
C) FRIJOL ( ) F) JITOMATE ( )

- 4.- Generalmente dónde compra usted estos productos?

- A) MERCADO \_\_\_\_\_ ( )  
B) SUPERMERCADO \_\_\_\_\_ ( )  
C) MERCADO SOBRE RUEDAS \_\_\_\_\_ ( )  
D) PRODUCTORES \_\_\_\_\_ ( )  
E) MAYORISTAS \_\_\_\_\_ ( )

- 5.- Por qué prefiere usted hacer sus compras ahí?

- A) POR LA CERCANIA \_\_\_\_\_ ( )  
B) POR EL PRECIO \_\_\_\_\_ ( )  
C) POR SU CALIDAD \_\_\_\_\_ ( )  
D) POR HIGIENE \_\_\_\_\_ ( )  
E) OTRO \_\_\_\_\_ ( )

- 6.- ¿Dónde considera usted el lugar ideal para hacer sus compras?

- A) MERCADO \_\_\_\_\_ ( )  
B) MERCADO SOBRE RUEDAS \_\_\_\_\_ ( )  
C) SUPERMERCADO \_\_\_\_\_ ( )

- 7.- Qué considera usted que está pasando con la venta y distribución de estos productos?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## ANALISIS DE LA INFORMACION PRIMARIA.

El trabajo a emprender en este paso consiste en -- "desunir" o examinar críticamente las partes y una vez separadas esas partes se procede a:

1.- Ordenar los datos en categorías significativas para su REVISION y CODIFICACION. Los propósitos principales de la revisión y la codificación son eliminar los errores de los datos en bruto y clasificar estos datos en categorías de manera que pueda tener lugar la tabulación.

En este caso se puede decir con toda confianza que al preparar nuestros formularios se tuvo especial cuidado de que quedaran las preguntas formuladas por categorías. Y con ello facilitar así el trabajo de análisis.

## 2.- TABULACION

El plan a seguir para conteo de los datos es mediante tablas diseñadas de tal manera que se puedan contar y determinar los porcentajes de los datos incluidos en el cuestionario. Estas tablas por consiguiente contendrán la necesaria información muestral.

## PRODUCTORES

Los resultados hallados en este grupo determinado por nuestra investigación fueron los siguientes:

### 1.- ¿Cuál de estos productos cultiva usted?

PRODUCTOS	No. DE ENTREVISTAS	PORCEN TAJE.
A) Maíz	- . -	- . -
B) Frijol	- . -	- . -
C) Cebolla	22	44%
D) Jitomate	26	52%

Cultivan 2 productos

Cebolla	2	4%
Jitomate		

Se entrevistó a dos personas que normalmente siembran jitomate y cebolla a la vez.

Es de suma importancia aclarar aquí que los productos elegidos por esta investigación son: azúcar, arroz, maíz trigo, frijol, cebolla y jitomate, de estos 7 productos los 5 primeros ya han sido analizados por separado con la información secundaria antes mencionada y en la que observamos que estos productos pertenecen a un mercado cautivo y el jitomate y la cebolla definidos como productos perecederos se consideran en esta parte de nuestro estudio por que la comercialización de los mismos merece especial atención ya que es manejada en forma relativa un tanto diferente como a continuación - se explica.

Del 100% de los productores entrevistados el 56% correspondía a productores de jitomate; el 44% de productores de cebolla y únicamente el 4% producen jitomate y cebolla a la vez.

#### Pregunta No. 2

¿Normalmente a quién venden sus productos?

	ENTREVISTAS	PORCENTAJE
A) Consumidor	1	2%
B) Comerciantes	12	24%
C) Intermediario Mayorista	35	70%
D) Otro	2	4%

Sólo el 2% de las personas entrevistadas afirman vender su producción a los consumidores pero dentro del lugar donde esté ubicado su lugar de residencia.

El 24% afirma vender a comerciantes es decir a personas que llevan su cosecha hasta el consumidor final.

El 70% vende su producción a intermediarios o mayoristas de una manera que se explicará más adelante.

Y por último el 4% afirma tener otro destino su producción ya sea por consumo propio o para pago de otras deudas contraídas con anterioridad.

### Pregunta No. 3

¿Qué problemas se le presentan al vender sus productos?

	No. de Entrevistas	Porcentaje
A) Acaparamiento	40	80%
B) Precio	28	56%
C) Transporte	41	82%
D) Ubicación	30	60%

El 82 por ciento de los entrevistados dicen tener como principales problemas el transporte ya sea por el costo que esto implica al trasladar sus cosechas. En una menor medida como lo es el 80% afirman tener como problema -- que existe acaparamiento en sus cosechas, es notorio el problema de ubicación que por razones de infraestructura no -- tienen libre acceso a los centros donde puedan comerciar -- sus productos, y es un porcentaje también representativo -- el problema en el precio en un 56% por ciento de las personas entrevistadas que se tienen que sujetar a los precios -

que sean impuestos por los acaparadores.

Pregunta No. 4

¿Cómo fija usted los precios?

	Entrevistas	Porcentaje
A) Comparativamente	19	38%
B) Oferta y demanda	3	6%
C) Costo más utilidad	2	4%
D) Otro	<u>26</u>	<u>52%</u>
	50	100%

En forma más elevada el 52% afirma tener como medida para fijar sus precios en función a como los compren y - como mejor les convenga, en algunas ocasiones afirmaron que les convenía vender sus productos en las circunstancias en que se les presentará, porque a esas alturas ya no contaban con dinero para sus gastos y si se les presentaba un comprador que se encargara de levantar la cosecha y encima de --- eso le paga de contado acepta. En otras ocasiones afirmaban no encontrar mejor comprador pues se exponían a que sus cosechas se perdieran.

El 38% afirman fijar sus precios según como vendan otros es decir, comparando.

El 6% dice fijar sus precios en relación a la --- oferta y demanda.

En un 4% tiene establecido el método costo más utilidad para fijar sus precios.

Pregunta No. 5

Comentarios y Suguerencias.



Con respecto a este renglón se encuentran los ---- siguientes hallazgos que dan a la luz la realidad con respecto a la comercialización de los productos perecederos - aquí vamos a conocer lo que está pasando en realidad con la comercialización de los productos jitomate y cebolla.

## JITOMATE

La producción principal se registra en los municipios del norte. Esta producción es acaparada por gente del Distrito Federal, Guadalajara, Edo. de México, que vienen - a Morelos y compran libre a bordo parcela.

Quiere decir que compran la producción en la parce la.

Dicha producción se clasifican en 1a., 2a., 3a., - 4a., y papeles o sea desechos. El productor hace trato con el comprador según sea la clasificación; los compradores se encargan de empacar, y cargar sus camiones posteriormente - se dirigen hacia las centrales de abasto. Estos comprado-- res fijan el precio de antemano.

Este intermediario denominado también "coyote" ad-- quiere por determinado precio toda la producción cuando la huerta está a punto de ser cosechada se pone de acuerdo -- con el dueño de la huerta, esté le entrega al intermedia-- rio quién se encarga de cosechar y comercializar. Es por - esto que el productor no participa en la comercialización - en un 70%.

## EL PRODUCTOR INTERVIENE DIRECTAMENTE.

Quando el productor cosecha y transporta posterior-- mente se dirige a los mercados de Cuautla, Jojutla, Cuerna--

vaca, pero sigue habiendo intermediación o coyotaje porque se les encuentra en estos centros comerciales y comercializa con ellos. El coyotaje en la mayoría de los casos adquiere esta producción y la vuelve a transportar al D.F., Guadalajara, Puebla, etc., para llevarla a intermediarios o bodegueros; aquí se agregó un eslabón más a la intermediación es por esto que se aumentan tanto los precios cuando los productos llegan al consumidor final. Estos bodegueros entregan a otro que va a llevarlo a los minoristas y por último llegan al consumidor final.

Hay productores que han tenido las siguientes experiencias, trasladan su producción a las centrales de abasto llamese la Merced, Oaxaca, Toluca, Guerrero, etc., aquí tienen que hacer gastos de transporte, empaque, comisiones, - - (que es regularmente más del 10% de la venta), además tienen que pagar el derecho de plaza por caja, posteriormente venden al bodeguero estos venden al minorista quienes compran a crédito y estos al consumidor final.

El Estado de Morelos vende sus desechos de jitomate a Guanajuato en donde hay una procesadora de jitomate. En Morelos se ha proyectado crear una procesadora de jitomate pero no existen organismos que puedan o quieran hacer ese tipo de inversiones ya que consideran que los productores no son sujetos de crédito. Ni la iniciativa privada ni las dependencias oficiales han querido invertir en este proyecto.

El año de 1982 fue un año declarado de desastre porque por falta de lluvias se hechó a perder la producción.

Consideran que no existe comunicación entre las diferentes dependencias oficiales entre SARSH por ejemplo ----

encargada de regular las áreas de cultivo, tampoco existe - comunicación por parte del gobierno de los estados por distribuir las áreas de cultivo para que no haya sobre producción o falta de ella ni tierras ociosas.

Cabe aclarar otro aspecto sobresaliente como lo es el que el jitomate clasificado en 1a. y 2a. es el que se va al mercado foráneo.

El Estado de Morelos es un productor potencial, a-bastece al Estado de México, D.F., Guerrero, Puebla, Oaxaca y en cuestiones de exportación ha llegado a ocupar lugares importantes en todo el país.

#### CEBOLLA

Adquieren la cebolla empresas establecidas en los - Estados Unidos quienes tienen representantes que a su vez -- dentro del Estado tienen coyotes regionales encargados de - localizar las mejores parcelas siguiendo los siguientes procedimientos.

INTERMEDIARIO LIBRE.- Este tipo de comercialización se da - en las centrales de abasto los acaparadores compran en la -- parcela y la cebolla ya seleccionada dirige la de mayor cali-dad a Estados Unidos y la demás al mercado nacional. En las centrales de abasto por poder comercializar se tiene que --- pagar comisiones y en variadas ocasiones en las bodegas también compran acaparadores quienes a su vez entregan a mino--ristas que hacen llegar este producto al consumidor final.

El pequeño productor se encuentra imposibilitado --

para poder llevar a cabo la comercialización, una vez que la parcela esta lista para ser cosechada tiene que buscar quién la coseche porque representa un gasto más para él, en tanto que si él vende su parcela sin cosechar, recupera inmediatamente su inversión. Esta situación es aprovechada por los coyotes o acaparadores para hacer negocio porque con el hecho de que cuenten con un medio de transporte se convierten en coyotes o acaparadores. Si un productor se compra un vehículo de transporte para sus productos, encuentra la forma de convertirse en coyote y los que no cuentan con este medio de transporte están sujetos a la intermediación.

En el Estado de Morelos sólo existen tres seleccionadoras de cebolla que son propiedad de ejidatarios que han caído en manos de la intermediación porque en ellos existe el temor ante la inestabilidad que existe en el mercado en cuanto a precios.

Ha ocurrido también que los propietarios de parcelas alquilan sus tierras, rentan sus tierras y a su vez se alquilan como peones o capataces de las mismas para el cultivo de la cebolla.

Se da la comercialización directa de los productos pero en un porcentaje muy bajo inclusive, comercializan en forma directa a Estados Unidos es decir, exportan la cebolla directamente.

### INTERMEDIARIOS-VENEDORES DE PRODUCTOS BASICOS

En la aplicación de cuestionarios se obtuvieron los siguientes hallazgos:

#### Pregunta No. 1

Esta pregunta tuvo como finalidad la de clasificar en categorías o tipos de prestadores de servicio, así tenemos que de los cuestionarios aplicados a cada categoría fue de la siguiente manera.

	ENTREVISTAS	PORCENTAJE
A) SUPERMERCADO	5	6.6
B) MERCADO	52	69.3
C) MERCADO SOBRE RUEDAS	<u>18</u>	<u>24.1</u>
	75	100.0

#### Pregunta No. 2

¿Ante qué problemas se encuentra usted al comerciar con los siguientes productos: azúcar, arroz, maíz, frijol, trigo, -- cebolla y jitomate?

Como se ve es una pregunta abierta ante la cual se obtuvieron innumerables respuestas que analizadas nos dieron como conclusión lo siguiente:

Existe escasez de productos de primera necesidad ya sea justificada, provocada o circunstancial.

Justificada.- Dadas las condiciones del Estado y de las escasa o deficiente distribución de los productos alimencios.

Provocada.- Por la existencia de intermediarios y su insaciable e irracional afán de enriquecimiento ocasionadas por la especulación de este producto.

Circunstancial.- Porque en el caso de productos - perecederos que están sujetos a las variantes del factor -- clima, y la falta de planeación por la existente desorganización de productores y dependencias oficiales.

### Pregunta No. 3

¿De qué manera llegan a usted estos productos para la venta al consumidor?

	ENTREVISTAS	PORCENTAJE
A) Por medio de mayoristas	55	73.34
B) Directamente de la central de abastos.	14	18.67
C) Directamente del productor	5	6.66
D) Otro	<u>1</u>	<u>1.33</u>
	75	100.00

Es obvio este problema de distribución en donde el intermediario excesivo, el coyotaje, el acaparamiento y --- prácticas desleales de competencia en el comercio. Esto -- nos explica porque el precio que paga el consumidor tiene -- la diferencia de cuatro veces más y a veces todavía mucho -- más que el precio que recibe el productor, esto se confirma aún más con la pregunta 4 y 5.

### Pregunta No. 4

¿En base a qué factores se determina el precio?

	ENTREVISTAS	PORCENTAJE
A) Costo más utilidad	2	2.67
B) En base a las existencias o al volumen de producción	16	21.33
C) Oferta y demanda	<u>57</u>	<u>76.00</u>
	75	100.00

## Pregunta No. 5

¿Porqué no los compra directamente al productor?

	ENTREVISTAS	PORCENTAJE
A) Porque el transporte es caro	33	44.00
B) Porque existe intermediarismo.	29	38.67
C) Porque existe acaparamiento en las cosechas.	<u>13</u>	<u>17.33</u>
	75	100.00

## Pregunta No. 6

¿Cómo son transportados estos productos aquí?

Esto fue una pregunta abierta que en el total de - nuestra muestra nos arrojó lo siguiente:

Los transportes son controlados por los bodegueros- y acaparadores que proporcionan también el empaque. Consideran que el transporte es un elemento indispensable en la --- comercialización por la razón de que la mayoría de los pro-- ductores carecen de recursos para poderse comprar este - - - vehículo y la persona que lo logra es más que suficiente para que se convierta a pequeño intermediario y así se inicia el círculo, como el pequeño productor no cuenta con capital para esto; se ve obligado a estar en manos de los coyotes y acaparadores.

## Pregunta No. 7

¿Tienen establecidas normas de calidad?

	ENTREVISTAS	PORCENTAJE
A) SI	11	14.67
B) NO	<u>64</u>	<u>85.33</u>
	75	100.00

## Pregunta No. 8

¿Cuáles son?

El 85.33% de los entrevistados afirman no tener es

establecidas normas de calidad porque esto viene a recaer en el precio y muchas veces el comprador no paga el precio debido; por eso antes de ver calidad, tienen que saber que precio esta dispuesto a pagar el consumidor.

Por otra parte en cebolla y jitomate lo que es de primera calidad esta fuera del alcance de la mayoría de los consumidores.

El 14.67% de entrevistados que afirma tener establecidas normas de calidad la tiene en base a lo siguiente: afirman que el comprar los productos cebolla y jitomate debe reunir las condiciones necesarias para que en poco tiempo no se descompongan, dadas las características del producto; que en un tiempo dado pueden ya no estar en condiciones de consumirse, además de que en la medida del precio está la calidad del producto.

#### Pregunta No. 9

¿Los mencionados productos le ocasionan gasto de publicidad?

	ENTREVISTAS	PORCENTAJE
A) SI	4	5.33
B) NO	<u>71</u>	<u>94.67</u>
	75	100.00

#### Pregunta No. 10

¿Los medios de publicidad empleados cuáles son?

Pregunta abierta para saber en que medida los productos motivo de investigación se involucran en esta técnica de comercialización.

El 94,7 afirma que estos productos no ocasionan gasto por publicidad lo cual quiere decir a grandes rasgos -



que no existen técnicas de comercialización, al llevar estos productos del vendedor al consumidor, es un porcentaje realmente muy alto el obtenido por este concepto.

El 5.33% de entrevistados que afirma tener gastos de publicidad ocasionados por estos dos productos afirma -- que es muy importante para el ama de casa el ahorrar y cuando un producto se puede vender a menor precio del existente en otra parte hacen llegar este al consumidor por medios de publicidad.

Pregunta No. 10

¿Los medios de publicidad empleados cuáles son?

Radio, periódico, cartelones en las tiendas, etc.

CONSUMIDORES  
AMAS DE CASA

Pregunta No. 1

¿Es usted ama de casa?

	ENTREVISTAS	PORCENTAJE
A) SI	75	100.0
B)		

Esta pregunta fue en principio para detectar si la persona elegida realmente para la entrevista fuese ama de casa, de lo contrario no formarían parte de nuestra muestra.

Pregunta No. 2

¿Es usted quién hace las compras de alimentos para su hogar?

A) SI	75
B) NO	

Pregunta que se hizo con el fin de dar inicio a la entrevista sobre el tema a lo que el 100% contestó efectuar las compras de alimentos para su hogar.

## Pregunta No. 3

¿Cuál de los siguientes productos considera indispensables para su alimentación?

PRODUCTO	PUNTOS CONTESTADOS	PORCENTAJE
A) AZUCAR	188	94
B) MAIZ	141	70
C) FRIJOL	188	94
D) TRIGO	141	70
E) CEBOLLA	165	82
F) Jitomate	200	100
G) ARROZ	176	88

La población entrevistada que considero al jitomate como un producto indispensable para la alimentación en un 100% le siguen en orden de importancia, azúcar y frijol en un 94%, el arroz, con un 88%, la cebolla se considero indispensable en 82% de la muestra y por último el maíz y el trigo en un 70% pero esta cifra es altamente representativa, que nos confirma que los productos elegidos para la investigación están bien fundamentados - pues son altamente indispensables.

## Pregunta No. 4

¿Generalmente dónde compra usted estos productos?

	ENTREVISTAS	PORCENTAJE
A) MERCADO	53	23.5
B) SUPERMERCADO	94	47.0
C) MERCADO SOBRE RUEDAS	53	23.5
D) PRODUCTORES		
E) MAYORISTAS		
	<hr/>	<hr/>
	200	100%

## Pregunta No. 5

¿Por qué prefiere hacer sus compras ahí?

A) POR LA CERCANIA	70	35
B) POR EL PRECIO	36	18
C) POR SU CALIDAD	24	12
D) POR HIGIENE	36	18
E) OTRO		
	<hr/>	<hr/>
	166	83

Contestaron por 2 opciones

Higiene y Calidad	34	17
	<hr/>	<hr/>
	200	100%

La pregunta 4 trae como consecuencia la pregunta - No. 5 en donde la mayor parte o sea un 35% manifiesta hacer sus compras en determinados lugar por la cercanía y en 2° - lugar toman en consideración aunque se conjugan por el precio y la higiene en un 18% y un 12% afirma hacerlas por su calidad, el 17 por ciento afirmó hacerlo por higiene y calidad.

#### Pregunta No. 6

¿Dónde considera usted el lugar ideal para hacer sus compras?

	ENTREVISTADOS	PORCENTAJE
A) Mercado	106	53%
B) Mercado sobre ruedas	12	6%
C) Supermercado	82	41%
	<u>200</u>	<u>100%</u>

Como respuesta a esta pregunta el porcentaje más -- alto se registro como lugar ideal para hacer las compras en el mercado con un 53%, el supermercado en un 2° lugar y el 12% en el mercado sobre ruedas como tercer lugar.

#### Pregunta No. 7

¿Qué considera usted que esta pasando con la venta y distribución de estos productos?

La respuesta a esta pregunta fueron múltiples, que -- han dado como conclusión lo siguiente:

En una variedad muy alta de ocasiones las amas de -- casa consideran que los productos de mejor calidad se van -- para la exportación; otras afirman que lo escasean con la -- finalidad de aumentar los precios, otras que mientras su precio aumenta su calidad disminuye, otras más afirman que es -- manipulación de los acaparadores que manejan todo lo relacio -- nado con su venta y distribución porque no hay quien lo impi -- da.

## 3.3

## CANALES DE COMERCIALIZACION

Los canales de comercialización en el Estado tienen tres orígenes: Público, Privado y Cooperativo.

Por parte del sector público. La comercialización se efectúa a través de \*CONASUPO, que cuenta con 35 bodegas con una capacidad de almacenamiento de 15 750 toneladas y -- 75 tiendas distribuidoras a nivel estatal.

La comercialización de azúcar, maíz, frijol, arroz. cuando rebazan el mercado local se canalizan al mercado nacional e internacional.

Por lo que corresponde a DICONSA (CONASUPO) a la fecha cuenta con 68 tiendas; se observa la conveniencia de --- aumentar la cobertura de CONASUPO en este reglón a fin de -- desarrollar un mejor control de precios, salvaguardando la economía de los morelenses.

\*Sector Privado. Para 1980 el valor privado participa con 5 supermercados que expenden todos los productos -- mencionados, 6 750 establecimientos distribuidores en los -- principales centros de población como son: Cuernavaca, ---- Cuautla, Jojutla, Zacatepec, Tlaquiltenango y Tlatlizapan.

Existen 9 mercados sobre ruedas de los cuales 4 se sitúan en Cuernavaca, uno en Jintepéc, uno en Zacatepec, uno en Puente de Ixtla, uno en Tlaltizapan y uno en Tetecala, los cuales son manejados por intermediarios evitando la libre, -- ocurrencia de los productores.

---

\* Plan de Desarrollo Socioeconómico.- Morelos. S.P.P.

\*Cooperativo. Existe en el Estado una cooperativa de consumo que con residencia en la localidad de Jonocatepec, cubre 31 localidades de la región oriente que cuenta con 5 977 socios.

Los productos perecederos como el jitomate y la cebolla es canalizada por intermediarios mayoristas al mercado nacional e internacional; se registra también un proceso de triangulación de la siguiente manera: La producción del estado se dirige hacia el mercado de la Merced y Jamaica, posteriormente adquiridos por grandes mayoristas estatales; así regresan a su lugar de origen.

#### CANALES DE DISTRIBUCION DEL ARROZ.

Harinera El Refugio	Cuatla
Asociación Agrícola San Vicente	E. Zapata
La Arroquera de Jojutla en	Jojutla
Arroquera de Morelos	Puente de Ixtla
Sociedad Febril Morelense	Yautepec

### 3.4

#### TRANSPORTES

\* El sector privado es el que se encarga de transportar la producción de pequeños productores que no cuentan con medios de transporte.

El transporte es un elemento de vital importancia -- en el Estado de Morelos no existe un ejido con transporte --- propio, los bodegueros proporcionan el vehículo.

---

\* Plan Estatal de Desarrollo Socioeconómico.- S.P.P.

Es de vital importancia contar con equipo de transporte propio para poder garantizar el abasto y agilizar las operaciones.

\* CONASUPO COPLAMAR cuenta con la flota más grande del mundo operada por una sola empresa a nivel nacional.

En un principio, el programa operaba con 1 864 ---- vehículos, la partida económica inicial fue de 689 millones de pesos; también se utilizaron desde un principio animales de carga para transportar mercancías a lugares donde no existen caminos accesibles para los vehículos y no es posible construir pistas de aterrizaje.

El programa a nivel nacional tiene a su disposición 15 aviones bimotor.

### 3.5

#### ORGANIZACION ADMINISTRATIVA COMERCIAL

La Secretaría de Comercio cuenta con unidades administrativas de apoyo, que proporcionan los recursos humanos, materiales y financieros al resto de la estructura orgánica del sector a efecto de racionalizar el uso de dichos recursos y para contribuir al mejoramiento de los esquemas operativos a proyectar su ámbito hacia entidades del sector se procede a diseñar e implantar el sistema de control operacional y -- administrativo a nivel sectorial; adecuar e implantar el sistema de control y seguimiento físico y financiero, revisar y adecuar con oportunidad programas de capacitación y adiestramiento al personal.

Por otra parte aún cuando existen en el Estado asociaciones de productores agrícolas, no operan eficientemente

---

\* Organo de Difusión del Sistema Conasupo. Junio 82.



por lo que los agricultores pierden sus utilidades y parte - de su justa retribución al trabajo en el proceso de comercia lización a través de los intermediarios en la compra de los bienes que requieren para su desarrollo y en la venta de sus productos.

Desgraciadamente no existe organización; desde los productores; no existe planeación; por parte de SARH encarga da de regular las areas de cultivo; no existe comunicación - por parte del Gobierno, para planificar la producción para que no haya sobre producción ni falta de productos por la -- mala organización aquí en donde todo principia, es notable - la falta de planeación, situación que es aprovechada por el intermediarismo.

### 3.6

#### NORMAS DE CALIDAD

El Estado de Morelos se caracteriza por producir el mejor arroz del país el cual es enviado al exterior para reunir las condiciones de calidad.

Con respecto a la cebolla se caracteriza también por producir de muy buena calidad y esta se canaliza al extranjero y 2a y 3a. para el Estado y el interior del país como ---- Oaxaca, Guerrero, Puebla, Edo de México y D.F.

En relación al jitomate sucede lo mismo salen del - Estado 1a. y 2a. se quedan 3a. y 4a. calidad y los desechos denominados papeles se envían a la procesadora de Guanajuato.

### 3.7

#### PUBLICIDAD Y EMPAQUE

El empaque normalmente utilizado en el Estado de -- Morelos para el jitomate es la "caja mexicana" que es una --

rejilla de madera de aproximadamente 30 Kgrs.

Con respecto a los ejidatarios a través de las marcas que han establecido son unas bases rudimentarias. Al no haber financiamiento para efectuar la comercialización; los productores tienen que acoplarse a lo que este a su alcance.

En el caso de los productores de cebolla existen empresas grandes que financian el transporte, la selección, el empaque, los impuestos; con el requisito de que se les entregue la producción para su distribución. Si el destino de la producción es el mercado internacional se empaca en costales de henequén sin ninguna clasificación y se transporta a la empacadora para su selección y envase.

## C A P I T U L O 4

## FINANCIAMIENTO PARA LAS TRANSACCIONES COMERCIALES

\* En los últimos años, la demanda de alimentos -- básicos ha ido en aumento debido al gran crecimiento de la -- población. Esta situación ha requerido de una mayor inter-- vención estatal para poder garantizar a las clases populares de su más valioso derecho: el derecho a la subsistencia.

El Gobierno dió origen a una organización que en -- la actualidad ha tenido mucha importancia "CONASUPO" S.A., -- que partió de una estructura privada para la elaboración de algunos productos básicos "Industrias Longoria," S.A. Y que posteriormente el Gobierno adquirió estas instalaciones.

ICONSA filial de CONASUPO coadyuva en el abasto de productos básicos y, para lograrlo aprovecha al máximo la -- capacidad instalada para satisfacer en su totalidad trigo y maíz.

El Gobierno Federal para apoyar la autosuficiencia alimentaria a través de una política de precios que fomente la oferta interna y permita la mejor integración de los ---- sectores productivos además que protege el poder adquisitivo de las clases populares mediante una política de precios que

---

\* Sistema C. Organó de Difusión del Sistema Conasupo.

haga accesible el consumo de los bienes básicos.

Por otra parte reduce los márgenes de comercialización, especialmente en los productos básicos, de tal forma -- que se establezcan los precios de venta al consumidor y estimule la producción a través de una mayor retención del excedente en los productores, y modifica las tendencias estructurales del sistema comercial evitando el monopolio y la especulación, restringiendo las excesivas ganancias del comercio -- conforme a sus costos reales de operación. Y vigilar el cumplimiento de las normas que protegen al consumidor, en las actividades comerciales.

El Estado de Morelos se une con los objetivos federales para cumplir con los objetivos sociales y económicos -- del Plan Global de Desarrollo, los esfuerzos del sector comercial se orientan a apoyar la producción de alimentos básicos, organizar mecanismos comerciales que a corto plazo puedan contribuir al abasto básico y regular con criterios selectivos -- los incrementos en los precios a fin de reducir su impacto en la economía popular. Todo esto para elevar el nivel de vida de la población.

El Estado fomenta la organización de comerciantes al menudeo y de productores para que a través de la racionaliza--

ción y ampliación de sus operaciones obtengan economías de escala, promueve también la constitución de asociaciones de consumidores para efectuar compras en común que logran considerables disminuciones en el precio de los productos adquiridos, apoya los sistemas sociales de distribución, mercados sobre ruedas y tiendas de sector público y promueve la modernización y la organización de establecimientos comerciales ubicados en zonas marginadas.

Para consolidar mecanismos de distribución que operen como canales integrados de abasto para las clases populares, induciendo la eficiencia en el pequeño y mediano comercio al eliminar pasos de intermediación innecesarios.

El sector comercio incita al Estado a participar en la producción y distribución de los productos indispensables para la población. Para ello promueve convenios entre los sectores público social y privado tendientes a incrementar el abasto, reducir los precios y aumentar la calidad de los productos de cultivo básicos.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público emitió un acuerdo publicado el 8 de enero de 1981 en el Diario Ofi-

cial de la Federación a través del cual establece ciertos estímulos fiscales a favor de los productores de productos básicos, en donde se otorga el 3.3% del precio de venta del productos - multiplicado por el número de artículos básicos no vendidos, la solicitud de este acuerdo se presentará trimestralmente ante la Dirección de Promoción Fiscal.

Los estímulos fiscales se otorgarán mediante certificados de Promoción Fiscal, que son los documentos en que se hace constar el derecho de su titular, para acreditar su importe - contra impuestos federales a su cargo.

\* La Secretaría de Comercio, participa en tres funciones dentro de las acciones desarrolladas por el sector público federal :

- Producción manufacturera.
- Fomento y reglamentación del comercio.
- Regulación del mercado.

Las dos funciones últimas son las que en este caso nos interesa analizar para conocer las actividades que rea-

---

\* Plan del Sector Comercio 1980-1982.  
Volumen 1  
Secretaría de Comercio.

liz el sector comercio para cumplir con sus atribuciones legales.

Las tres funciones anteriores están integradas por 7 funciones correspondientes, cuyas finalidades son congruentes, homogéneas y subordinadas el sentido y objeto de la función correspondiente y son:

1. Fabricación de alimentos
2. Administración
3. Planeación y Programación
4. Reglamentación y Fomento del Comercio Exterior
5. Reglamentación y Fomento del Comercio Exterior
6. Comercialización de Productos Básicos
7. Comercialización de Productos Específicos.

Podemos observar que la Secretaría de Comercio se ocupa especialmente de las actividades orientadas a la defensa de la economía popular, de las 7 funciones anteriores nos interesan los puntos 1, 2, 3, 4 y 6, pero se han mencionado las 7 para hacer comparativo - lo que ya se ha mencionado los intereses de la Secretaría de Comercio están encaminadas a la defensa de la economía popular.



Cabe subrayar que a través de estas actividades, el programa de defensa de la economía popular busca contribuir a generar los mínimos de bienestar que requiere la población, principalmente en materia alimentaria, toda vez que impactan en la oferta estratégica de productos agrícolas.

Las actividades comerciales son vínculo entre la producción y el consumo. En consecuencia -- se caracterizan porque atiende la necesidad de planear-coordinar y evaluar el impacto de la política comercial-y su adecuación legislativa. Comprende una estructura -administrativa coordinadora responsable de revisar, analizar, emitir y ejecutar políticas comerciales y programar los recursos presupuestales requeridos, establecer -las modalidades administrativas necesarias para garantizar la regulación y el abasto de productos básicos.

La Secretaría de Comercio para resolver los problemas de distribución y consumo crea el Sistema Alimentario Mexicano y esté a su vez por medio de -CONASUPO busca el logro de la autosuficiencia interior -en alimentos básicos.

Una de las primeras tareas a emprender por Coplamar fue la elaboración de un diagnóstico a nivel municipal, estatal y regional sobre las condiciones de subsistencia de la población marginada en cuanto a alimentación, se analizó y evaluó con ayuda de Detenal, Defensa Nacional, Caminos Vecinales de SAHOP para determinar la ubicación de almacenes y centros de distribución para esto se contó con la colaboración de los Coordinadores Regionales y Estatales del Programa Rural de DICONSA. Posteriormente se procedió a la contribución del almacén central ubicado en Alpuyeca con 26 centros de distribución.

Para alcanzar los objetivos se agrupan varias dependencias para encaminar sus esfuerzos de una manera planificada integral y coordinada a través de un convenio establecido entre el sector comercio compuesto por CONASUPO y sus filiales y COPLAMAR con apoyo de SAHOP y SEPAFIN (Secretaría de Patrimonio y Fomento Industrial).

El sistema opera a través de módulos de abasto formados por un almacén regional y 26 centros de distribución en las comunidades vecinas a Alpuyeca, -

autosuficientes en su operación, administración de los primeros será realizada por DICONSA y los centros de distribución habilitados y operados por las propias comunidades.

Opera además a través de un modelo de administración que funciona de acuerdo a las características regionales y particulares de consumo, promueve la participación organizada de la comunidad en la gestión y supervisión de las actividades, procura el transporte propio del sistema y el almacenamiento estratégico para una redistribución eficiente que minimice los costos y permita redistribuir los beneficios de las comunidades.

#### 4.1 SISTEMAS DE CREDITO

Entre los factores de la producción -- adquiere singular relieve el crédito. El financiamiento tiene relación directa con la productividad dadas las -- circunstancias económicas de los productores.

El crédito para la agricultura es propiciado por dos instituciones del sector público.

Banco Nacional de Crédito Rural y  
FINASA.

Y 5 Bancos Privados.

FIRA (Banco de México)

#### 4.1.1 TIPOS DE CREDITO

\*En 1977 se otorgaron por crédito de -  
avío 182 000 000 de pesos de onde el 96.2% fue dedicado-  
a la agricultura.

En cuanto a crédito refaccionario se -  
otorgaron al Estado 21 748 384 en donde el 74.8% se des-  
tinó a la agricultura.

En 1978 el crédito a la agricultura --  
alcanzó \$305.1 millones de pesos, de los cuales 275.7 --  
millones fueron de avío y 29.4 crédito refaccionario.

Los cultivos habilitados en 1978 que -  
son materia de nuestro estudio fueron de la siguiente --  
manera:

---

\*Plan Estatal de Desarrollo Socioeconómico.- Morelos.  
S.P.P.

FINASA financió 17 716 toneladas de -  
caña de azúcar.

MAIZ 2 890

ARROZ 12.9%

Se observa falta de crédito hacia la-  
cebolla.

\*\*Créditos de avío agrícola otorgados  
al 5 de mayo de 1980 al 30 de abril de 1981.

NOMBRE	OBJETO	BENEFICIADOS
1. Ejido de Atlahualoya	Diversos culti- vos 184 752.00	1
2. P.P. José Pon- ciano Llanos- Gómez.	4.5 toneladas - de jitomate. 40 000.00	1

---

\*\* 5° Informe de Gobierno. Sría. de Desarrollo Agropecuario.

#### 4.1.2 CARACTERISTICAS OPERACIONALES DEL CREDITO.

Crédito de avio. Se otorga para la adquisición de insumos, teniendo un plazo de liquidación de seis meses a un año y sus intereses difieren de acuerdo a la institución que lo otorga (del 9 al 12% -- anual).

Crédito refaccionario. El crédito que se otorga para la adquisición de maquinaria y refacciones el plazo fluctua de dos a cinco años de plazo y su liquidación así como los intereses sobre saldos insolutos.

#### 4.1.3 REQUISITOS

Crédito de avio. Tener firmas de concimientos, comprobación de individuo como sujeto de crédito en el caso de ser ejidatarios, comprobar haber nacido en el ejido, tener tierras de cultivo, certificación del comisariado ejidal este crédito se tiene que pagar en un periodo no mayor de un año, se pagan intereses muy bajos.

Crédito refaccionario. Los requisitos son tener propiedades libres de cargos fiscales en el -- caso de los ejidos, el ejido es el sujeto de crédito, -- los particulares y pequeños propietarios deben demostrar ser propietarios mediante escritura.

#### 4.2 ASISTENCIA TECNICA

\*Por lo que corresponde a asistencia - técnica el servicio público alcanzó a cubrir el 89.6 de las tierras cultivadas. La asistencia técnica desarrollada gracias a los programas de descentralización desarrollados a partir de 1978 observa una importante mejoría - pero aún no alcanza a cumplir su objetivo pues no exist--en montos importantes canalizados hacia este sector por lo que se considera que es un obstáculo para el desarrollo eficiente de la actividad productiva.

#### 4.3 ESTIMULOS FISCALES.

Los estímulos fiscales son un instru--mento importante de fomento económico y social, cuando - se orienta a apoyar objetivos precisos, se reduce al - - máximo la corrupción. Si a los estímulos fiscales se --

les utiliza debidamente y se utilizan de acuerdo a las - políticas gubernamentales no caen como comunmente sucede en la ineficiencia, el derroche en donde se crea campo - fuerte para la corrupción.

En la actualidad en el sector agrario - practicamente no se pagan impuestos. Pero dadas las cir - cunstancias en que atravieza el país se ha hecho necesaria la reducción del presupuesto y en cuanto a estímulos fiscales se hace necesaria "la racionalización en el uso de los estímulos y exigen una administración más cuidada de los instrumentos existentes". El sector agrope - cuario y a productos básicos en cuanto a estímulos fisca - les vislumbra un futuro prometedor.

Los subsidios en términos económicos - tienden a distorcionar el funcionamiento de las fuerzas - del mercado y afectan una racional agrupación de los fac - tores productivos. En una economía como la nuestra los - subsidios constituyen un instrumento transitorio del - - estado para poner a sectores productivos en condiciones - de igualdad con otros sectores más desarrollados, o bien para cumplir objetivos de política económica, o porque -



resultan socialmente necesarios, pero con la gran desventaja de que son instrumentos de interés político que en gran medida se alejan de los propósitos para que se crean.

#### 4.4 POLITICAS DE PRECIOS DE GARANTIA Y COMERCIALIZACION

Los precios de garantía establecidos en el maíz, frijo, arroz, y trigo fueron estables hasta el año de 1972 a partir de 1973 en donde se registraron movimientos inflacionarios en todos los productos y a partir de entonces las superficies sembradas para estos productos sufrió una disminución mientras el precio de garantía aumentó la producción ha venido disminuyendo.

La reacción que desata la elevación de los precios de garantía de los productos de subsistencia es una elevación generalizada de todos los productos agrícolas.

Todo esto es sencillamente porque los precios de garantía que se han establecido son bajos -- comparados con el aumento que resienten los demás productos, esto provoca que el productor tome la \*determinación de sembrar otro producto que le reditue mayor ganancia.

---

\* Financiamiento e inversión para el desarrollo.  
2° Congreso Nacional de Economistas, A.C.

**C O N C L U S I O N E S****Y****R E C O M E N D A C I O N E S**

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Existen necesidades vitales en el ser humano -- como son: el vestido, la vivienda, el transporte, la educación, la salud, la recreación, la cultura, pero la necesidad más apremiante y más angustiosa es la alimentación.

Debemos reconocer que existen graves problemas en cuanto a producción y distribución de alimentos y admitir -- que no es cuestión de circunstancias pasajeras, sino de estructura, de la forma en que estamos organizados y no es solamente en nuestro país sino que es a nivel mundial. Estamos frente a un desafío; -- la difícil situación alimentaria en el mundo es producto de algún modo de la improvisación y el bajo aprovechamiento de los recursos -- naturales, humanos y técnicos disponibles.

Durante siglos, el campesino de las áreas de -- temporal ha sembrado valiéndose de los más elementales instrumentos, queda en manos del Estado respaldar y hacer más productivo -- su trabajo, a base de apoyo técnico y crediticio, del seguro y protección de sus cosechas.

En el Estado de Morelos la comercialización --

de los productos de cultivo básicos es de carácter monopolico por la falta de infraestructura adecuada para su debido desarrollo y por los esfuerzos oficiales que son aislados ha provocado una mayor participación de los intereses extranjeros y una excesiva concentración del poder de decisión sobre la oferta y la demanda, que incide negativamente en la fijación de los precios al pequeño comerciante y al consumidor final. Que al parecer son manejados -- irremediabilmente por los que tienen su control.

Los sistemas de producción, transporte, y comercialización funcionan de tal manera que la diferencia entre el precio que recibe por una parte el productor y el precio que paga por otra el consumidor tienen la diferencia de 4 veces más.

Por otra parte existe insuficiencia productiva, problemas de sistema de transportación, problemas de falta de almacenaje, problemas de distribución en donde predomina el intermediarismo, excesivo, el coyotaje el -- acaparamiento y prácticas desleales de competencia.

Es urgente diseñar un programa de abastecimiento de alimentos considerando lo siguiente:

1. Infraestructura en primer lugar para ini

ciar el proceso

2.- Crear centros de distribución situados en forma estratégica con los servicios de transporte, almacenes, financiamiento apropiado que sustituya la usura característica del financiamiento al comercio sobre todo al pequeño comercio

3.- Elaborar un programa de desarrollo y acción del abasto y producción de alimentos

Es realmente una tarea difícil de sustituir o cambiar, los miles de agentes económicos que integran la actividad de producción, distribución y consumo de alimentos básicos, pero no se debe aceptar que el Estado abdique de sus funciones regulatorias y de intervención marginal pero eficaz en los mecanismos del mercado. Mientras que un reducido segmento competitivo del comercio utiliza técnicas modernas para hacer frente a los grandes volúmenes de operación y actúa en condiciones de escala y de mercado que le reportan atractivas ganancias; la mayor proporción del segmento competitivo del comercio opera con procedimientos rutinarios ineficaces y a precios relativamente elevados, aunque con menores utilidades

La eficiencia de las grandes unidades no se - -

traduce necesariamente en menores precios, puesto que las condiciones de baja rentabilidad en que operan los pequeños y medianos comerciantes, determinarían los precios que prevalecen en el mercado

Según información aportada por la Secretaría — de Comercio nos informa que en los últimos 5 años la distribución de alimentos ha presentado un fortalecimiento el sector moderno acostado del sector tradicional esto es que los supermercados en el Estado han adquirido gran significación

Ante este panorama y para resolver problemas de distribución y consumo de alimentos se creó el sistema alimentario mexicano que en el Estado buscara la autosuficiencia alimentaria en cuanto a productos básicos con los objetivos de fomentar y — aplicar normas a la actividad comercial con las funciones de articular eficaz y eficientemente la oferta con la demanda para que respondan a las necesidades sociales. Esta tarea de impulsar la producción de alimentos debe estar aunada simultáneamente a mejorar las condiciones de vida de los hombres del campo

Debemos incrementar la producción de alimentos en zonas las latitudes porque alimentar a la niñez, es preservar

su sano desarrollo físico y mental; alimentar a la adolescencia es garantizarle la plenitud; alimentar a los adultos es disponer de su esfuerzo o capacidad creativa, alimentar a los anciano, es conservar — las experiencias vividas.

Tenemos hombres, tierra y agua añadamos, la deci sión ante esta situación tan difícil, todo parece indicar que contra la posibilidad de diseñar un nuevo sistema, existe la intención de — manter o de retroceder en el actual, pues todo lo que se planea se — traduce en ineficiencia e inequidad, porque sigue prevalenciendo — "proteccionismo, especulación y manipuleo lo cual deforma el Comercio".

BIBLIOGRAFIA.

- |   |  |
|---|--|
| Investigación de Mercados   | H. W. BOYD Jr.<br>Ralph-Westfall   |
| Comercialización Dinámica   | FCO. JAVIER LARAS C.   |
| "Programa de Abasto de<br>Productos Básicos" de<br>Morelos 1981-1982                          | SECRETARIA DE COMERCIO   |
| Plan Estatal de Desarrollo<br>Socioeconómico.<br>Morelos 1981<br>Gobierno del Edo de Morelos  | SECRETARIA DE PROGRAMACION<br>Y PRESUPUESTO.   |
| Estimación de la Producción<br>Agrícola en Los Distritos y<br>Unidades de Riego.<br>1980-1981 | SECRETARIA DE AGRICULTURA Y<br>OPERACION.<br>Dirección General de Economía Agrí<br>cola      |
| Quinto Informe de Gobierno<br>del Edo de Morelos<br>1981                                      | AMANDO LEON BEJARANO VALADEZ   |
| Financiamiento e Inversión para<br>el Desarrollo.   | MEMORIA DEL SEGUNDO CONGRESO<br>NACIONAL DE ECONOMETRIA.<br>Colegio Nacional de Economistas. |