

158  
20



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ECONOMIA

LA COMERCIALIZACION COMO UN FACTOR EN  
EL PROCESO DE DESARROLLO ECONOMICO.  
LA FORMACION DE ESTRUCTURAS COMERCIALES  
EL CASO DE MEXICO.

T E S I S

Que para obtener el Título de:

LICENCIADO EN ECONOMIA

Presenta:

Juan Manuel Sánchez Chávez

MEXICO, D. F.

1989

FALLA DE ORIGEN



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

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

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

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

## I N D I C E

INTRODUCCION	1
I. MARCO GENERAL	5
1. Ubicación histórica del proceso de comercialización	5
2. Cuando la comercialización se convierte en problema	9
3. Situación política prevaleciente	13
4. Participación de los sectores en la Economía Nacional	17
5. Principales focos de atención a nivel mundial en relación de la vida económica nacional.	20
II. EL MODO DE PRODUCCION	24
1. Uso y tenencia de la tierra	24
2. La agricultura tradicional o de autoconsumo	28
3. Actividades primarias con uso intensivo de capital	30
4. Desarrollo regional desigual	37
5. La infraestructura y su orientación	39
III. OFERTA DE PRODUCTOS BASICOS	41
1. Producción para el mercado interno	41
2. Producción para la exportación	44

3.	Política de precios fijos	46
4.	Descapitalización del agro	48
5.	¿Incentivos para la producción?	51
IV. LA COMERCIALIZACION UN PROCESO INTEGR0		54
1.	Como se debe enfocar el proceso	54
2.	Control tradicional de la comercialización	55
3.	Financiamiento	59
4.	Producto comprometido "Venta a futuro"	61
5.	Control de los instrumentos de trabajo	64
6.	Formación de los precios en el campo	65
7.	El problema de la transportación	68
8.	¿Es una ventaja vender en tiempo de cosecha?	71
9.	La formación de los precios en los centros de consumo	72
10.	La distribución en los centros de consumo	73
11.	La atomización de la oferta	77
12.	El consumidor	80
V. LA INTERMEDIACION		83
1.	El origen como fuente de empleo	83
2.	La capilaridad social del comerciante	85
3.	Conocimiento y control del mercado	87
4.	Tendencia monopolista de los comarcientes	91
5.	Integración de la intermediación	92

VI.	DIAGNOSTICO DE LA COMERCIALIZACION	98
	1. Microregiones, microclimas, micromercados	98
	2. Atomización de la demanda y de la oferta	100
	3. Implicación socio-económicas	103
	4. Infraestructura y limitaciones comerciales	107
	5. Migración y concentración urbana	110
VII.	PRONOSTICO	114
	1. Concentración de la riqueza	114
	2. Paternalismo del Gobierno Federal	116
	3. Incapacidad autoalimentaria	118
	4. Perspectiva socio-económicas	121
VIII.	UNA ALTERNATIVA DE SOLUCION	125
	1. Mayor participación del Estado	125
	2. El productor, elemento de autoadministración	127
	3. Normalización de la producción	129
	4. Sistema integral de información	131
	5. METAS	133
	CONCLUSIONES	137
	RECOMENDACIONES	141
	BIBLIOGRAFIA	144

## INTRODUCCION

El carácter dinámico de una sociedad requiere de mantener estructuras y mecanismos que satisfagan las crecientes necesidades, abarcando todos los niveles; las estructuras políticas, sociales y administrativas, éstas, tienen una vigencia que está en función de cumplir con su cometido en beneficio de la misma comunidad.

Para nuestro país, los recientes años han afectado profundamente su esquema de crecimiento, incluyendo el modelo desarrollista que permitió lapsos de tranquilidad social y actualmente ha demostrado la necesidad de readecuarlo o modificarlo, en condiciones de armonía con la situación prevaleciente a nivel internacional.

La agobiante problemática derivada de la deuda externa, la prevalente y desigual relación de intercambio entre las naciones, las fluctuaciones especulativas de los precios de nuestras materias primas, principalmente el petróleo, etc., por lo que respecta a las relaciones internacionales. Pero para el nivel interior, los problemas no son menos algidos, ni menos urgentes. Por el contrario la crisis ya permanente que afecta en particular a los grupos poblacionales de ingresos fijos y bajos, con una inflación incontrolable, aumentó en los niveles de desempleo, dificultad para alcanzar la libertad autoalimentaria y del real desestímulo de la producción en particular en el medio rural, etc.

Todo lo anterior, se ha venido manifestando a pesar de las medidas realizadas por las entidades pertenecientes al gobierno federal, quienes buscan aportar soluciones a problemáticas específicas desde económicas, hasta políticas, incluyendo a las sociales.

A pesar de ser evidente la necesidad de adecuar los mecanismos operativos de los diferentes sectores económicos, la realidad nos demuestra que las reestructuraciones no han llegado a todos los ámbitos pro

ductivos y operativos, es más, en algunos casos específicos se observa el perjuicio que ocasiona a los involucrados directa o indirectamente. Una de esas áreas es "La comercialización" en especial la de productos agrícolas perecederos, susceptibles de ejemplificar lo que sucede en las actividades primarias, que en conjunto aportan los alimentos básicos para la población; motivo éste último, que le da una importancia superlativa en el contexto de la vida nacional.

En efecto, la comercialización tal y como se realiza succiona recursos pertenecientes al campo, descapitalizándolo y especula con los precios de los productos necesarios en los centros de consumo, con lo cual perjudica a los dos grupos mayoritarios del país (productores y consumidores).

Es por lo anterior que el objetivo de este trabajo, es demostrar la necesidad de reestructurar la práctica comercial para abastecer suficiente y oportunamente de alimentos a la población, además de que la comercialización es un elemento que acelera o frana parte del desarrollo económico de un país. Debido al carácter productivo de alimentos y materias primas, también se busca demostrar que la comercialización es un proceso íntegro, que abarca desde las actividades previas a la producción, hasta el consumo final por parte del demandante; manteniendo una interrelación estrecha entre las ramas económicas con las que ésta involucrada como fertilizantes, semillas, transportes, maquinaria agrícola, seleccionadoras, material de empaque, distribución, mercado, financiamiento, organización campesina, recursos hidráulicos, etc.

Sin embargo, dada la amplitud del tema nos avocaremos a los productos agrícolas perecederos y en particular a los productores de escasa capacidad económica en zonas temporaleras y marginadas. Para esclarecer el problema se tocará tangencialmente la situación de zonas productoras con uso intensivo de capital.

También se tratará de definir la participación del Estado, ya que dado

su carácter de promotor económico es el único que puede regular y sanear el proceso de comercialización; señalaremos las repercusiones en caso de no participar el Estado, para ello no será necesario inferir en el futuro, sino solamente proyectar las actuales condiciones de vida para los diferentes participantes del proceso.

El presente trabajo se inicia ubicando al proceso de comercialización no como simple acto de compra-venta, sino como todo un mecanismo que tiene repercusiones antes y después de realizarse la operación. Para analizar los efectos lo dividimos en zona productora o agro y; la zona de consumo o mercado; Además se plantean las relaciones de un sistema de comercialización dentro de una sociedad de consumo.

Más adelante se investigará la producción, no propiamente en el aspecto cuantitativo, sino el relacionado a la dificultad que entraña a un pequeño productor enfrentandose a un mecanismo que lo explota y por sí fuera poco, con restricciones de carácter físico y social. En conjunto, éstas son las producciones destinadas a abastecer el mercado interior; las producciones de artículos de exportación digamos hortalizas de las zonas altamente tecnificadas no lleguen al mercado nacional. En este aspecto estaremos analizando la capacidad económica de los productores y en general, la mecánica productiva a la que se sujetan los campesinos.

Dentro de nuestra sociedad de consumo las regiones que presentan ventajas para producir o distribuir a los centros de consumo permiten una mayor posibilidad de desarrollarse con relación a otra región, sin embargo no olvidaremos que las ricas zonas aprovechan en frecuentes ocasiones los recursos-naturales o humanos- de las regiones pobres.

Los precios son la cristalización del valor de las producciones en las zonas productoras, no obstante, los precios varían en función a compromisos previos; las ventas a futuro y; el precio en los distin-



tos centros de producción, distribución y consumo, lo cual se analizará en su formación y repercusiones.

Posteriormente se estudiará la comercialización, desde el punto de vista integral, en el cual observaremos las necesidades que tiene el productor antes de iniciar la práctica productiva tales como; financiamiento, capacidad de adquirir equipo, semillas, abonos, etc., contactos comerciales, la distribución para la venta al detalle y; la compra por parte del consumidor final.

También se expondrán las consecuencias del actual sistema de comercialización, cuales son los efectos en el agro y en las ciudades; lo que fomenta la migración campo-ciudad; la repercusión en la economía nacional a partir del mercado interno y la distribución del ingreso. Así como a quién beneficia el mantener un sistema de comercialización vivificado.

Igualmente se busca ubicar al Estado como regulador, promotor, orientador y globalizador, dentro del proceso de comercialización; que, como y con que debe participar, en rigor este apartado es sumamente amplio, motivo por el cual nos limitaremos a enunciarlo.

Finalmente, se presenta una alternativa de solución donde se concluye que es el Estado el ente ideal para promover los cambios estructurales convenientes al caso nacional, todo lo cual deberá estar soportado por una capacitación y concientización del nivel productor, a través de la autoadministración, también se consideran elementos técnicos como la normalización de la producción y los elementos de apoyo de informática para su adecuada operación.

## I. MARCO GENERAL

### 1. Ubicación histórica del proceso de comercialización.

Suministrar productos y artículos a una sociedad, es una actividad que se amplía en la medida en que ésta crece, las necesidades y demandas - se multiplican aceleradamente pues no sólo se solicita mayor cantidad de los bienes, sino que aumenta la variedad de satisfactores así como su calidad, presentaciones, precios, etc. El abastecimiento de los - productos, tiene a nivel regional e incluso nacional, un fin de ag - pectos que refuerzan o modifican un sistema de distribución tales como: la disponibilidad de materias primas; la capacidad productiva, mano de obra calificada, mercado que permita operar eficientemente, entre otros. Para el caso de la sociedad mexicana, estos elementos se - conjugaron con muchos más como son; los niveles de ingresos, la es- - tructura poblacional, los sistemas sociales de organización, la topografía, orografía y en general los aspectos climáticos y físicos, etc., para dar por resultado un complicado, enraizado y amplio sistema de co - mercialización que es el origen del que en la actualidad prevalece, - con este también se originaron y crearon mecanismos que permitieron de de - sarrollar a un sector, concentrando gran parte de la riqueza producida en otro sector.

Tal situación se evidencia a través de, por un lado el sistema de co - mercialización tradicional donde el productor, generalmente pequeño - ofrece sus artículos en condiciones desventajosas para él. Y por otro lado, grandes y potentes productores pueden elegir mercado para real - izar sus artículos, destinándose a aquella porción de la sociedad que - por su nivel de ingreso permite el consumismo irracional de este país o incluso de otro, para el caso de los productos de exportación.

A través del tiempo se han originado grandes empresas que aprovechando su posición estratégica, entre el productor y el consumidor, se han - fortalecido y robustecido hasta alcanzar un predominio indiscutible a nivel, no sólo regional, sino incluso dentro de la economía nacional -

y muchas de ellas, han rebasado esta situación como es el caso de las actuales empresas transnacionales.

Para la sociedad mexicana, la comercialización ha presentado una diversidad tan asombrosa de parámetros que, simplemente identificarlos, sería trabajo de un grupo de expertos conocedores absorbiendo períodos de tiempo muy considerable. Por ello, éste trabajo no tendrá la profundidad necesaria, sin embargo es indispensable dejar constancia clara de los aspectos, condiciones y características tan complejas, amplias y variadas en ámbitos regionales, locales y nacionales.

El uso y tenencia de la tierra, permitió que por mucho tiempo el comercio, en especial de los artículos de consumo indispensables, quedaría satisfecho en primer lugar con las producciones locales, o sea la producción de autoconsumo permitiendo la vida independiente entre una región y otra, entre un poblado y otro. Así, las necesidades de cada grupo poblacional no rebasaban las esferas de sus propios requerimientos en materia de alimentación, vestido y vivienda. Esto no niega el desarrollo de ciudades que en la actualidad aún conservan el predominio a nivel nacional, que por muchas otras condiciones les permitió ser polos de atracción en todos los aspectos de la vida económica, pero tales ciudades fueron muy pocas, lo cierto es que el grueso de la población siempre ha obtenido su sustento a nivel rural, si agregamos un deficiente desarrollo de las vías de comunicación y el control económico, explicamos el carácter casi quísculo del agro mexicano, todo conforma una resultante que se refleja en la forma y sistema de comercialización de los productos de origen agropecuario, pesquero, artesanal, incluso de los producidos por gremios o en talleres rústicos.

Pero como todos los elementos señalados, tenían como fin beneficiar a unos pocos, sin considerar a los productores, o sea los muchos, impidiendo un sano desarrollo económico para los elementos participantes, dió por resultado la ruptura y la incapacidad del proceso de producción-comercialización, misma que se inicia a finales de la segunda guerra mundial, pero en especial a partir de la década de los cincuen

DISTRIBUCION DE LA POBLACION 1970

T I P O	LOCALIDADES	POBLACION
TOTAL	97 580	48.2
URBANA	2 170	28.0
RURAL	95 410	19.2

Fuente: Censo General de población 1970, Dirección General de Estadística, SIC. 1975.

tas, y en la medida en que transcurre el tiempo la ineficiencia e incapacidad se hace más evidente, llegando a originar problemas de escasez de productos de origen agropecuario con repercusiones graves como la falta de productos alimenticios.

En efecto, el problema actual de la comercialización de los productos de uso necesario se viene arrastrando desde los años cincuentas, aunque haya quien afirme que el problema es más reciente, para tener algunos elementos señalaremos los siguientes:

- a) La producción en el sector agropecuario superaba la demanda nacional, situación aprovechada para exportar a los países que habían participado en la segunda guerra mundial, así lo prueba el desarrollo de la agricultura para la exportación (algodón, café, henequen, hortofrutícolas, etc.) la ganadería con los crecientes números de hatos de ganado en pie, así como en canal exportados principalmente para los E.E.U.U.
- b) Al concluir la segunda gran guerra las economías de los distintos países se ajustaron, desapareciendo la necesidad de importar, situación que repercutió en las producciones de los países exportadores; los precios tendieron a la baja y la operación resultaba incosteable para los productores, los pequeños quebraron, y los grandes productores redujeron el número de sus empleados.
- c) A pesar de existir superficies susceptibles de cultivarse, los precios de los productos finales eran tan bajos que no representaban una alternativa atractiva, a partir de ahí la migración del campo a las grandes ciudades se acentuó, adquiriendo un carácter de única solución para este amplio grupo social.
- d) A partir de entonces las demandas en las zonas urbanas de productos de origen agropecuario se incrementó considerablemente.

- e) Aún así los precios de tales productos siguió estable, en beneficio de un supuesto desarrollo hacia adentro basado en la industrialización del país.

## 2. Cuando la comercialización se convierte en problema.

De esta manera la población urbana de unas pocas ciudades continuó creciendo, pero con mucha mayor rapidez, los grupos migratorios buscaron ocupación, encontrándola en actividades de servicios con carácter de eventual, algunos con mejor suerte logran ingresar al sector industrial y muchos otros sólo encuentran ocupación en las actividades marginales que la sociedad genera al crecer. Sin embargo todos demandaban bienes y productos, a los distintos niveles que les permitiera su ingreso, por lo que los requerimientos de productos básicos alimenticios originarios del agro, también se incrementó crecientemente.

Los centros de redistribución al menudeo en las ciudades, adquieren distintos caracteres como: "día de plaza" o "tianguis" situación que motiva la construcción -por parte de las autoridades municipales y -delegacionales- de edificios con características apropiadas para la venta al detalle de los productos indispensables de consumo cotidiano. Así tenemos que de 1958-1964 se construye el mayor número de mercados públicos.

Sin embargo, abastecer a estos centros redistribuidores era un problema que adquiría modalidades difíciles de superar. En efecto lo lejano, anárquico y distantes entre sí de los centros redistribuidores hacía necesario el establecimiento de centrales de abasto zonales, que se fortalecerían necesariamente al realizar la práctica de comercialización. Pero este no se realizó quizá por falta de visión, de recursos, o quizá, por la enorme fuerza que desde entonces ya detentaban los comerciantes mayoristas y bodegueros de la lonja comercial; para la ciudad de México "La Merced"; para Guadalajara "La Central de Abastos"; para Monterrey, el Mercado "Estrella y la Central de Abastos"; para la comarca Lagunera "La Alianza", etc. Por ello al existir sólo

un centro distribuidor mayorista, la concentración del abasto, artículo de consumo indispensable, presentó un carácter monopólico, el cual visto y analizado desde cualquier óptica resulta inconveniente y perjudicial para la gran mayoría de consumidores.

Pero lo anterior sólo es la mitad del problema, ya que el complemento se da en zonas productoras. En efecto al existir un seguro mercado para las producciones que se puedan captar en sus lugares de producción, los mayoristas reforzaron e incluso se aventuraron a ser elementos concentradores de las producciones locales, en el propio campo de mostrando con ello un conocimiento profundo empírico y mecánico de lo que es la comercialización de productos de origen agropecuario.

La medida fue resultado de una visión clara de lo que entonces era el gobierno mexicano en materia de fomento a la producción agropecuaria, el sector oficial demostraba desde entonces una acentuada parcialidad al propiciar el desarrollo industrial, turístico y de servicios en base a mantener estable la producción de bienes producidos en el agro mexicano. Los primeros demostraron ser más astutos, más conocedores y aprovecharon esa situación en beneficio propio ya que la coyuntura permitió desproteger a muchos aprovechando los audaces, que por conocer el medio, obtuvieron jugosas ganancias.

Así tenemos que se fortalece e inicia una estrecha relación entre quienes controlan la producción en cada localidad, a nivel rural, y entre los grandes mayoristas de los centros de consumo. Aún más los mayoristas extendieron sus lazos y conexiones "fraternamente" entre unos y otros de distintas y distantes ciudades.

Obviamente esta situación solo podría generar un viciado mecanismo de comercialización donde se angosta el paso de los productos de muchos, hacia el consumo de muchos otros, impidiendo que unos y otros tengan la posibilidad y oportunidad de integrarse, para lo cual se valen de subterfugios y obstáculos crecientes en favor de los detentadores del control de comercialización de esos productos, desestimando al que produce, pues su ganancia se reduce en la medida en que

POBLACION URBANA Y RURAL Y SU PARTICIPACION PORCENTUAL  
MILLONES DE PERSONAS

	POBLACION	%	URBANA	%	RURAL	%
1900	13'607	100	3'893	28.6	9'714	71.4
1910	15'160	100	4'351	28.7	10'809	71.3
1921	14'335	100	4'465	31.1	9'869	68.9
1930	16'553	100	5'541	33.5	11'012	66.5
1940	19'653	100	6'896	33.5	12'757	64.9
1950	25'791	100	10'983	42.6	14'807	57.4
1960	34'923	100	17'705	50.7	17'218	49.3
1970	48'225	100	28'308	58.7	19'916	41.3
1980	66'847	100	44'299	66.3	22'548	33.7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática .  
Inferencias directas.



el acaparador aumenta la suya; y aumentando el precio de estos productos al consumidor, ya que la ganancia del mayorista, distribuidor y detallista se mantendrán o aumentarán a costa del consumidor.

Este es el punto central de cualquier análisis que se realice sobre la respectiva oferta y demanda y consecuentemente de quienes producen y de quienes demandan; que producen, para quién, como distribuyen, a quién beneficia y como beneficia, quién demanda, que y como lo demanda. Todo lo cual se concentra en un reducido grupo de comerciantes mayoristas con relación en el ámbito geográfico nacional.

En la medida en que la sociedad demanda mayores satisfactores en número, calidad, presentación, forma, etc., en esa medida se complejiza e interinfluye con otros problemas, que rebasan el ámbito de la comercialización; en efecto el nexo aparece con áreas aparentemente lejanas como el uso y tenencia de la tierra, semillas y fertilizantes, financiamiento, transporte, venta, distribución y realización por un lado y por otro; disponibilidad de productos, oportunidad, calidad, precios etc. que en conjunto repercuten en el desarrollo económico de un país, concretamente de nuestro país.

En resumen, la comercialización aparece como problema, cuando la base de productores es desestimulada, la oferta disminuye en términos reales y relativos, los productores -principalmente los pequeños- se ven imposibilitados de capitalizar y con ello los niveles de productividad disminuye en calidad y/o cantidad. Y su contrapartida en las ciudades es la menor oferta, menor calidad, mayor precio, etc., repercutiendo en los productos para unos cuantos, sólo quienes obtienen ingresos elevados, tienen la posibilidad de consumirlos, concentrando en pocas manos una actividad que por su importancia no puede ni debe ser manejada de acuerdo a intereses individuales o de secta ya que su efecto repercute a todos los niveles sociales de la nación, pero sobre todo en las clases de ingresos fijos y bajos, que es la gran mayoría de la actual población.

### 3. Situación Política Prevalciente.

A partir de la década de los 50's el país, se ha caracterizado por la creciente preponderancia del estado mexicano en la vida económica y su reforzamiento constante, originado al finalizar la revolución con la institucionalidad de las entidades del Gobierno Federal, la mayor participación del estado como rector económico, la manipulación y organización de los grupos y sectores que por su naturaleza fueran posibles focos de oposición, la capacidad militar, la sujeción de los sectores económicos al estado y el apoyo de la burguesía nacional, que a su vez cuenta con el apoyo de la burguesía internacional. Todo lo cual ha logrado un "equilibrio" que permitió una época calificada como pacífica.

Sin embargo a partir de los años 70's la economía mexicana enfrenta una serie de graves problemas, de índole externo e interno, en el segundo caso, repercuten entre otros los siguientes; disminución de la producción de artículos básicos, falta de estímulos adecuados a productores agropecuarios, elevado nivel de desempleo, carencia de alternativas de desarrollo que absorban personal del agro, permanente devaluación de nuestra moneda, disminución de exportaciones.

En efecto, la baja de precios afecto en el campo a grandes extensionistas quienes vieron bajar estrepitosamente los precios de sus productos, cuya colocación era internacional, caso dramático fue el algodón, principalmente en la zona lagunera y los productos hortifrutícolas destinados a la exportación, etc.

Por lo que respecta a la industria, esta no podía competir con el exterior pues sus precios eran elevados y su calidad poco atractiva. A pesar de ello los regímenes administrativos siempre se han preocupado por desarrollar este sector, grandes facilidades recibían los inversionistas para; importar, exenciones de impuestos municipales, estatales y federales, vías de comunicación, servicios, mercados cautivos, mano de obra barata, organizada y disciplinada, etc. etc.

Sin embargo la ubicación de las empresas, sólo fue posible en las zonas conurbadas de las ciudades de México, Monterrey y Guadalajara con lo que se complicaba cada vez más, los problemas de suministro de servicios y bienes. Problemas de ocupación, vivienda, educación, transportes, salud, etc. En oposición las zonas ajenas a las tres ciudades arriba señaladas no podían disponer de mayor atención por parte del gobierno.

Para la presente década estos problemas han continuado en aumento a pesar de haber existido un incremento en el P.I.B. que creció en términos generales en 6.5% anual hasta 1978; la concentración de habitantes en unas zonas siguió acentuándose. En el campo los precios de los productos agropecuarios se mantenían casi constantes y no así los producidos por otros sectores, cada vez fue más evidente la importancia que adquiría el comercio y la industria, mientras que el campo agotó sus últimas alternativas de desarrollo a esto hay que agregar que las inversiones extranjeras continuaron no únicamente por empréstitos oficiales sino por medios directos e indirectos. con la participación de empresas fantasmas y prestanombres lo que causó fugas de recursos en forma de réditos, pagos, ganancias, regalías, comisiones y sueldos de técnicos extranjeros. Los campesinos en su gran mayoría se han visto imposibilitados de ingresar al mercado interno y sólo demandan lo indispensable para subsistir.

Durante este tiempo sigue siendo el sector primario el soporte del desarrollo de los Sectores Industrial y Comercial. Así lo prueban las preocupaciones del estado a pesar de operar algunas entidades con fines específicos en esta materia, desde finales de los 60's. La CEIMSA (Compañía Exportadora e Importadora, S.A.) después CONASUPO, los Bancos de "Crédito Ejidal", "Banco Agropecuario", Comisiones Regionales, Confederación Nacional Campesina, etc., etc., demostrándose que la verdadera preocupación del Estado era la de desarrollar una industria importante, capaz de satisfacer las crecientes necesidades internas y exportar los excedentes con beneficio a su balanza comercial de bienes y servicios, para depender cada vez menos de producciones extran-

PRODUCTO INTERNO BRUTO POR ACTIVIDAD ECONOMICA  
MILES DE MILLONES

	1 9 8 2	%	1 9 8 3	%	1 9 8 4	%
TOTAL	9 417		17 142		28 749	
AGROPECUARIO SILVICO Y PESCA	693	7.3	1 359	7.7	2 479	8.6
MINERIA	934	9.9	2 047	11.9	2 888	33.0
INDUSTRIA MANUFACTURERA	2 001	21.2	3 870	22.6	6 857	23.8
OTROS	5 789	61.6	9 866	57.5	16 525	57.6

Fuente: Agenda estadística 1986, INEGI.

jaras así como de tecnologías y técnicos. Paralelamente el sector - oficial incrementaba sus presupuestos anuales, creaba fuentes de empleo y mantenía un nivel de demanda constante, prestando servicios - a los grupos urbanos con preferencia, fuertes sumas se destinaban al pago de la deuda pública, rubro que ha crecido aceleradamente, educación importante por la cantidad de los recursos asignados, comunicaciones y transportes, turismo, etc.

Por lo que se refiere al campo, los gobiernos de estas décadas se -- preocuparon por repartir tierra y crear ejidos, hubo grandes obras - de riego las que beneficiaron a los pequeños propietarios más que a los ejidatarios a quienes sólo se les doto de tierras con esto se lo gra particularizar la producción más no así aumentarla como se requería, si agregamos que la intermediación se hacía cada vez más fuerte y se ligaba indisolublemente a los mayoristas de los centros de consumo, tenemos que se desestimulaba la actividad productiva.

Durante toda esta época, el país presentó un atractivo interés para invertir lo que fue aprovechado por las empresas transnacionales -- quienes han mantenido supremacía en las inversiones, dentro de ella las relativas a los E.U.A., detentan hasta el 80%, pues la capitalización ha sido acelerada, al costo de las materias primas mínimo, - así como el pago a la fuerza de trabajo, situación que se vió favorecida por los regímenes en turno.

Dentro del marco de la política hacia el campo, tenemos que su atención por parte del gobierno se ejerció en la medida en que esta gantanzada su rentabilidad económica, así se determinaron los límites de la pequeña propiedad, lo anterior dió como resultado un aumento en la productividad de la tierra altamente tecnificada con intensiva inversión de capital, lo que se prueba por el valor generado en esos predios, así tenemos que; mientras en 1940 el valor del producto por predio era de \$2,150.00 en los ejidos, en los predios latifundistas la - inversión alcanzaba \$9,260.00 para el año de 1960 los primeros producían un valor de \$5,575.00, pero los segundos alcanzaban un valor de - \$37,000.00

Estó demuestra que los campesinos, ejidatarios y los verdaderos pequeños propietarios, no tenían posibilidad de superar su situación, mucho menos capitalizar con cargo a su trabajo, con los que agotaban su único recurso "la tierra" afectada por los rendimientos decrecientes en cada ciclo, ya que difícilmente recibía labores culturales capaces de elevar su potencialidad.

#### 4. Participación de los Sectores en la Economía Nacional.

A partir de los desequilibrios económicos originados por la segunda guerra mundial y su terminación, en los países "subdesarrollados", se da un proceso en la economía nacional consistente en fomentar e impulsar el desarrollo industrial, el objetivo era; elaborar la materia prima para vender productos terminados, de esta manera se buscaba evitar la dependencia del exterior, generar fuentes de empleo, estimular una tecnología propia etc., lo que permitiría un crecimiento económico seguro y sostenido.

Para alcanzar lo anterior se realizaron modificaciones en la atención de los distintos sectores, por parte del sector oficial, así tenemos que:

##### a) El Sector Primario.

Se le asignó tacitamente la función de proporcionar las materias primas, alimentos y mantener en constante crecimiento la disponibilidad de mano de obra barata. Se permitió el desarrollo de dos formas de producción, una que podría definirse como tradicional y otra tecnificada o moderna lo que se fomentó en la agricultura, ganadería, pesca, silvicultura, etc.

En efecto, por un lado tenemos la producción donde se usa de manera intensiva la mano de obra, sin disponer de tecnología apropiada o

bienes de capital, en estos casos la producción presenta un diferencial significado en el costo, después precio y en consecuencia en la calidad (generalmente de su presentación). En estos casos la producción rústica, de autoconsumo, ya que sólo genera los productos para consumirlos directamente, o el valor de los productos indispensables para subsistir, encontrándose casos donde el costo de los productos es mayor al mínimo indispensable para vivir. El resultado de esta forma de producción origina la paulatina descapitalización, el continuo empobrecimiento del recurso y obataculiza el desarrollo de esa alternativa, como medio de vida.

Por otro lado en cambio, se permite una producción donde prevalece el uso intensivo de capital: para la agricultura; agua abundante, nivelación de tierra, modernas técnicas de cultivo, semillas mejoradas etc., para la ganadería buenas y abundantes tierras para pastoreo, pastos de alta calidad nutritiva, disponibilidad de hatos de razas para fines específicos (lecheros, cárnico, etc.) atención zootecnista moderna, alimentos balanceados, buenos sistemas de comercialización, sacrificio, conservación y distribución etc., para la pesca, crédito para la obtención de embarcaciones adecuadas para la explotación de las distintas pesquerías, refrigeradores, maquiladoras, transporte, comercialización, etc.

El Gobierno ha realizado las inversiones necesarias en infraestructura para hacer cada vez más atractiva la inversión en esas actividades. Observando el monto invertido en caminos, energía eléctrica, obras de riego, suministro de agua y en general servicios, veremos que las regiones más beneficiadas son aquellas que destinan su producción a la exportación, o sea el Noroeste y el Noreste.

b) El sector secundario.

La industria de transformación principalmente ha recibido gran atención por parte del sector gubernamental, con la creación de zonas industriales en las principales ciudades de la república con grandes beneficios para quienes desean

instalarse en ellas, beneficios que abarcan desde descuentos y exenciones fiscales de distinto tipo, dotación de -- agua, caminos, hasta energía eléctrica, así tenemos los co rredores industriales de los estados de Puebla, Veracruz, Chihuahua, Jalisco, San Luis Potosí, Durango. Además de -- permitir la importación de máquinas herramientas, partes y refacciones, materia prima, accesorios y demás integrantes de la producción. En las zonas fronterizas se ha permitido la instalación de numerosas empresas maquiladoras, faci tando por parte del estado, las erogaciones que deberían - efectuar dichas empresas.

Las industrias extractivas, a excepción del petróleo han - tenido una constante en su explotación, creciendo ligeramente la extracción de minerales no metálicos, así como la producción de cemento y cal, también ha crecido la producción de mineral de hierro.

Sin embargo por más impulso que ha recibido el sector indus trial aún no alcanza el nivel de competitividad en el merca do internacional, motivo por el cual se le protege desmedidamente a través de una serie de medidas proteccionistas.

Comparativamente los precios de los productos elaborados - industrialmente han crecido aproximadamente 8 veces más - que los incrementos en los productos de origen agropecua-- rio durante la década de los 60's.

c) Sector Comercial.

El sector comercio absorbe aproximadamente el 30% presentan do una acelerada expansión a partir de los últimos años - 50's grandes centros comerciales, tiendas departamentales



y de auto servicio han aparecido, en estos prevalecen los dueños extranjeros o capitales asociados y representantes de empresas transnacionales quienes ocupan importante lugar, tales como "Woolworth y Sears, etc.

En este aspecto cabe hacer una subdivisión o reclasificación, los canales antes mencionados que abastecen a los sectores que perciben ingresos medios altos y elevados (clase media y clase alta) y los comercios especializados, regionales y locales, además de la tipificación en la oferta de productos, las tiendas de la "esquina" siguen atomizando el mercado a nivel oferente, con todas las ventajas operativas que presenta éste canal de distribución, las ciudades más grandes son las que cuentan con un mayor número de establecimientos de este tipo sin embargo no es sinónimo de una óptima infraestructura comercial.

Los empleos que genera este sector crecen constantemente en la actualidad se estima que ocupa entre el 30 y 25% de la población económicamente activa.

##### 5. Principales focos de atención a nivel mundial, en relación a la vida económica nacional.

A partir de la terminación de la segunda guerra mundial, las actividades de las grandes potencias se encargan de la reconstrucción de las ciudades dañadas, situación que favorece notablemente a los E.U. ya que a través de ayuda financiera coloca grandes capitales en los países Europeos y Japón. Epoca en que las economías latinoamericanas tratan de sujetar y afianzar su naciente desarrollo industrial, sin embargo lo reducido de este lapso y la falta de alternativas para canalizar sus producciones manufactureras impide el crecimiento industrial de estos países. Lo anterior es así en virtud de seguir en manos de un sólo país las técnicas más avanzadas, mercado, financiamiento y control de las materias primas, pues en todos los casos se buscó manejar un modelo de crecimiento

bajo los supuestos de producción y consumo de los países de occidente.

Durante las décadas de los cincuentas a los ochentas el sistema capitalista, continuó con su economía de guerra como lo demuestran Corea, Vietnam, la lucha por la independencia de países africanos y asiáticos; guerra fría y desarrollo de avance militar nuclear, por otro lado el juego de poder se equilibra ya que el bloque soviético se extiende hasta Polonia, Checoslovaquia y desde antes con Alemania del Este, etc. aunado a Cuba que en América inicia la posibilidad del cambio de sistemas con alternativas diferentes a las que se habían manejado tradicionalmente por parte de los E.U.

Durante los 50's y 60's la economía nacional vive a excepción de limitadas ocasiones, un período de crecimiento sostenido ya que en la década de los 50's el crecimiento del P.I.B. es en promedio del 5.9% anual y en los 60's alcanza el 7.1% anual, lo que en términos generales permite el mantenimiento y reforzamiento del sistema político imperante y una relativa calma social que facilita la realización del modelo "desarrollista" el cual fincaba, en la industria su capacidad de crecimiento manteniendo en las mismas condiciones al sector primario.

Otro elemento que cobra gran importancia en esas décadas es la energía y las fuentes de obtención de esta. En efecto, la explotación de la energía nuclear para fines pacíficos y la explotación intensiva de los recursos petroleros y carboníferos, delimitan en el mundo un nuevo juego de fuerzas, en la que muchos países desarrollados, se ven sujetos a la explotación de recursos de países lejanos.

Para México la explotación de los recursos de PEMEX, mantiene el ritmo de crecimiento necesario para la industria. Pero mientras esto pasa en la industria la agricultura adquiere más radicalmente la expresión dual de producción y una buena parte de las producciones se destinan a satisfacer las necesidades del mercado estadounidense.

PARTICIPACION PORCENTUAL DEL COMERCIO DENTRO DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO  
MILES DE PSESOS.  
( 1970 )

AÑO	1970	1976	1978	1980	1982	1984
T O T A L	178 612	635 831	711 983	841 855	903 839	887 647
PARTICIPACION	29.6	22.5	22.0	22.6	21.1	21.0

Fuente: IV Informe de Gobierno  
Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática.

A finales de los 70's, el sistema capitalista se enfrenta a una crisis mundial que aún persisten con efectos y nuevas causas, poniendo en entredicho la "estabilidad" aún entre los países poderosos, lo -- que ha originado una especulación, por parte de unos y esfuerzos concretos, por parte de otros, el cuestionar y proponer un nuevo "orden económico internacional".

Dentro de este contexto las décadas señaladas son ricas en experiencias acerca del abuso y explotación de los recursos de un país por otro, donde el más fuerte a hecho valer su fuerza, o su posición de fuerza circunstancialmente. Como es evidente, los países más perjudicados han sido aquellos que con abundantes recursos son sujetos de dependencia económica financiera y política, como los países latinoamericanos.

## II. EL MODO DE PRODUCCION.

En la actualidad hablar de un modo de producción significa abstraer se a niveles tales, que por la pureza del concepto nos aleja de la realidad; más aún si consideramos los países que como México presentan elementos bastos y contradictorios tanto físicos como sociales. Los primeros determinados y limitantes, los segundos diferentes y -dinámicos para cada comunidad. Considerando lo anterior nos concentramos a ubicar la participación de los principales elementos que condicionan en términos generales la distribución de la riqueza, específicamente en el sector primario o sea, el uso y tenencia de la tierra, el desarrollo desigual entre las regiones, orientación de la producción por zonas y la infraestructura existente etc.

### 1. Uso y tenencia de la tierra.

La parcelización de la tierra entregada a campesinos de escasos recursos fue uno de los logros de la lucha armada de 1910-1917, que perseguía redistribuir la riqueza a través de la tenencia de la tierra, entre aquellos grupos que de ser dueños de extensiones adjudicadas a las comunidades y pueblos, pasaron a ser peones y acasillados de las haciendas. Así gracias al reparto agrario, las haciendas se desintegraron como representación de un época de explotación humana irracional. Muchas se transformaron en tierras ejidales o comunales, otorgados a los campesinos más pobres, sin embargo no todo fue positivo, ya que se destruyó la unidad económica como tal y los nuevos dueños no contaban con recursos que permitiera a cada uno, adquirir sus instrumentos de producción, en muchos casos, no solo, no fue posible aumentar la producción sino que, no se pudo producir.

Situación que aprovecharon, aquellos que teniendo capacidad económica, posibilidad de distribución o instrumentos los utilizaban en beneficio personal, de esta manera, también aparece un nuevo grupo de campesinos que influye en la vida de las comunidades, sus produc

ciones, destino y precios; tales son los "casiques".

Las zonas donde se dió con mayor facilidad este fenómeno, eran predominantemente temporaleras mal comunicadas. Este mecanismo se fortaleció por la escasa participación del Gobierno Federal con lo que a menor participación de las entidades públicas mayor control de la producción por parte de este nuevo tipo de acaparador, al rentar, alquilar o condicionar los instrumentos de trabajo. Esto aún hoy en día es común, cuando se establecen las relaciones de aparcería, (medias, tercias, cuartas, etc.).

La parcelización de la tierra permitió la existencia de grupos de campesinos, los que se integraron como ejidos lo cual no excluyó la producción latifundista que se dió en determinadas zonas y bajo condicionantes amparadas por la legalidad de la constitución mexicana. Los grupos pobres de campesinos entre ellos los ejidatarios han tenido carencias económicas que se traducen en incapacidad e ignorancia para incrementar la producción agrícola, la que sólo ha servido para asegurar el alimento de la familia y pocas veces como una ocupación rentable y remunerativa que permita incrementar la producción, eleve los niveles de vida, capacite y adiestre a los campesinos para utilizar nuevas eficientes técnicas de producción, aumente los recursos de la familia y/o del grupo etc. todo esto debido a: una acentuada falta de alternativas de ocupación de la gente del campo; a la intromisión y control de ese grupo de acaparadores rurales que aprovechando su posición de dueños de determinados instrumentos de trabajo han controlado a los campesinos y sus producciones en su propio beneficio; a la carencia de infraestructura; a la escasa participación del Gobierno Federal, en programas de organización, capacitación y apoyo a los grupos marginales de campesinos; más que al suministro de dinero fácil, siendo este el modo tradicional de los habitantes del campo.

En cambio, existe otro modo de producción que es la explotación la-

tifundista, sustentada en la pequeña propiedad y con un uso intensivo de capital, dotada de buena infraestructura; buenas tierras, - agua suficiente a través de modernos mecanismos de contención, distribución e irrigación, semillas mejoradas y todos los fertilizantes adecuados; con una ganadería desarrollada mediante hatos de alto registro, servicios veterinarios fitosanitarios, asistencia técnica a todos sus niveles, etc.

De esta manera, existen las dos formas dominantes de uso y explotación de la tierra; importante dicotomía que influye en la producción, en su orientación y destino y que establece fuertes estructuras donde, una cada vez es más fuerte y otra más débil, una proporciona elevada ganancia y otra las mínimas de subsistencia, una que atrae personal para su servicio y otra que lo despide sin dar la alternativa de aprovechar el recurso humano y/o material. En resumen mientras una se hace más rica otra es más pobre y obliga a su abandono.

Son dos entonces, las formas de producción; la explotación que carece de capital, representada por parcela de no más de 5 hrs. temporales, de escasa fertilidad, sin vías de comunicación, en casos -- inaccesibles, sin asistencia técnica, cuando hay ganadería es de tipo criollo o corriente no tiene acceso al financiamiento privado, -- pues no cumple con los requisitos mínimos establecidos, el financiamiento público, es limitado o inexistente; la comercialización esta en manos de quienes cuentan con transporte, conocen los procedimientos del mercado y son compradores, acopiadores, recepcionistas, comisionistas, bodegueros, etc. Por lo que un campesino por sí sólo se ve imposibilitado a comercializar su producción. Es en este medio donde prevalece y prolifera la intermediación, que extiende su control antes de la siembra y abarca la cosecha; selección, transportación, recepción, venta y aún más alla, en los diferentes niveles de venta al mayoreo y menudeo; y la otra forma de producción que cuenta con extensiones de tierra en muchos casos superiores a los -- establecidos legalmente, con capital suficiente para la explotación y la utilización de nuevas técnicas, buenas tierras bien ubicadas, --

COMPARATIVO DE SUPERFICIE Y VALOR DE LA PRODUCCION AGRICOLA EN  
DISTRITOS DE RIEGO

AÑO	SUPERFICIE REPUBLICA MEXICANA (HECTAREAS)	COSECHADA DISTRITO DE RIEGO (HECTAREAS)	x	VALOR DE LA PRODUCCION	
				REPUBLICA MEXICANA	RIEGO
				(MILES DE PESOS)	
1936	5'135 511	115 194	2.3	541	22
1946	6'235 099	692 923	12.5	2 533	533
1952	8'496 301	1'276 137	17.7	6 128	2 083
1958	11'814 499	2'195 957	22.8	13 219	4 927
1966	15'139 000	2'133 036	16.5	28 570	8 284
1978		3'109 839			49 304

Fuente: Agenda estadística 1986, Instituto  
Nacional de Estadística, Geografía  
e Informática.



planificadas, niveladas, irrigadas etc. vías de comunicación en buen estado, asistencia técnica para suelos, aguas, cultivos, semillas fertilizantes, fungicidas, insecticidas, defoliantes, financiamiento oportuno e ilimitado, transporte y conservación con los métodos más avanzados, contactos comerciales en el país y fuera de él, lo que redundará en la segura realización de la producción y esto permitirá reiniciar, fomentando el círculo productivo.

Evidentemente, nuestra preocupación debe ser la primera forma de producción, por ser mayoritaria en términos de compatriotas y extensión la que además abastece a buena parte del mercado interno y es quien finalmente debe ser integrado a la vida económica del país.

## 2. La agricultura tradicional o de autoconsumo

A partir de la definición de las dos formas de producción diferente; una con uso intensivo de capital que oriente la producción hacia los grandes mercados, la necesidad industrial y/o la exportación y; la segunda que se encuentra enclavada en aquellas regiones temporales que carecen de medios de comunicación, en algunos casi inaccesibles, que destina los cultivos hacia aquellos tradicionales y de consumo como el maíz, frijol y chile, orientados hacia la satisfacción de las necesidades de consumo directo e inmediato, en la actualidad este tipo de productores vende exedentes que son mínimos o en su defecto sacrifica consumo futuro al vender sus cosechas o parte de ellas. En efecto buena parte de la población campesina (47.8% de la población total del país\*) se encuentra destinada a satisfacer las necesidades de sus productores que por un lado incurren en los costos necesarios para preparar las tierras, preparar los aperos de labranza, comprar la semilla necesaria; gastos que generalmente los realiza con financiamiento de los prestamistas locales, los cuales lo cobran con tasas de interés muy altas, o bien comprometen la compra futura de la producción o, finalmente parte de esa producción les pertenece al cosecharse, estas modalidades no necesariamente las encontramos aisladas, en ocasiones se interrelacionan y un campesino puede estar

\* Censo de 1970.

sujato a varias de ellas.

Así pues, el productor encuentra que para producir tiene que endeudarse, en ocasiones éste endeudamiento se debe al financiamiento urgente que requiere por alguna enfermedad de él o de sus familiares para algún acontecimiento especial que obliga a solicitar en préstamo recursos financieros que se compromete a pagar durante varios años y en condiciones leoninas en su contra pero no se acaba el problema en ese punto, sino que al cosechar requiere de otros instrumentos, como cortadores, seleccionadores, transportadores, costalera, empaque, transportes que generalmente se encuentra operado por el casique, acopiador o usurero, que a través de poseer estos medios controla directamente la producción, en ese momento el campesino que no había utilizado el financiamiento para la siembra, lo tendrá que ocupar para la cosecha, aunque en este caso es en especie.

De tal forma que el productor, para pagar las deudas contraídas tiene que hacer uso de buena parte de su producción, comprada a precios varias veces menor al del mercado, evidentemente el resto de su producción o la consume durante el lapso entre esa y la próxima cosecha, o la vende a los mismos personajes que controlan la producción a nivel local y/o regional.

Consecuentemente, el producto obtenido de la cosecha sólo se destina a la diaria subsistencia y en ningún momento el productor cuenta con recursos que le permiten elevar la potencialidad productiva de sus recursos, aumentar la producción o mejorar sus pocos instrumentos de trabajo, así como selección o compra de semillas mejoradas siempre utiliza como semilla alguna de la producción obtenida; en el caso de la ganadería, selecciona las crías, aún cuando muchas veces no tiene los conocimientos para realizar la elección; de mejor manera lo que prevalece es la tradición, costumbres y creencias empíricas acerca de los mejores animales, situación que carece de importancia cuando son razones diferentes y muchas son casi desconocidas en esas regiones marginales.

El transporte es otro impedimento que sufren los campesinos y que les obstaculiza llevar su producto a vender en los centros de consumo, sólo algunos -los más ricos- tienen los medios de transporte necesarios, es por ello que el productor desconoce por completo la condición del mercado de sus productos en tales centros de consumo y cuando, por alguna circunstancia puede llegar él con su producto, el precio es poco atractivo.

Con todo está el campesino prefiere vender su producción en el campo, sabiendo que el precio es mucho menor que al prevaleciente en la ciudad, pero evita enfrentarse a toda la cadena de acaparadores, que tradicionalmente le quitan el valor a su producto que es transferido a estas personas, siempre en perjuicio del productor. Con todo el campesino sólo logra subsistir e iniciar nuevamente el ciclo de préstamos y financiamiento que intentará cubrir con la siguiente cosecha, teniendo presente que el resultado será el mismo; el consumo de él y su familia será "satisfacho" -a medias- con la próxima producción, sólo de esta manera podemos entender que el padre campesino, prefiere que sus hijos, al ser adultos, sean cualquier cosa, menos campesinos.

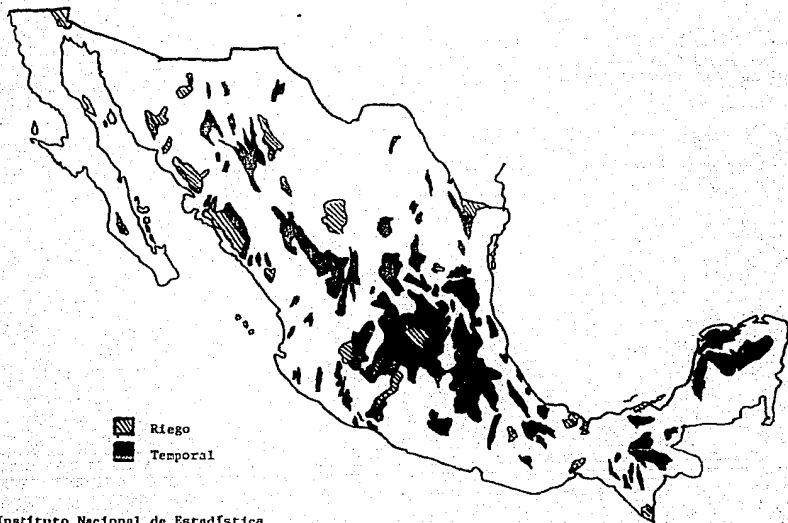
### 3. Actividades primarias con uso intensivo de capital.

En contraposición a la forma de explotación parvifundista de escasa disponibilidad económica para aumentar y mejorar la producción, se encuentra la explotación que utiliza como principal elemento dinámico, la inyección de capital que permite mejorar las condiciones de producción y elevar los niveles promedios de productividad, para observarlos objetivamente, los dividiremos en:

#### a) Agricultura.

En el país se ha delimitado las zonas que participan de grandes cantidades de recursos financieros, significándose por ser superficies mayores, en regiones de distrito de riego bien da-

LOCALIZACION DE TIERRAS DE RIEGO Y DE TEMPORAL EN LA REPUBLICA MEXICANA



Fuente: Instituto Nacional de Estadística  
Geografía e Informática.

limitados, los productos que se cultivan en estas áreas son - aquellos que presentan un mayor precio con productividad elevada, un margen comercial atractivo, o bien aquellos productos que tienen demanda en el mercado internacional, así tenemos - que los principales productos de los distritos de riego del - país son; trigo, arroz, sorgo, cebada, garbanzo, algodón, legumbre, cártamo, ajonjolí en general e leguminosas, soya frijol, frutas y verduras de temporada que tradicionalmente se exportan hacia los E.U., o bien por su importancia nacional tienen atractivos precios, además de elevados niveles de producción.

La tierra de riego han aumentado su participación dentro de - la totalidad de tierras de labor, así tenemos que en 1930 - las tierras de riego representaban el 12% y para 1970 alcanza el 15.5%, en términos absolutos pasa de 1.7 a 3.6 millones de has.\*

Para este grupo de productores, el financiamiento no presenta mayores problemas, la sola posesión de las tierras les permite asegurar los créditos que soliciten, amén de contar con ma yores posiciones en bienes inmuebles y muebles, así pues cuentan con el instrumental más moderno, técnicamente hablando, - tractores, sembradoras, cortadoras, cosechadoras, camiones, - almacenes, frigoríficos, etc.

La comercialización, tampoco presenta problemas, pues además de la cantidad que produce cada uno en particular, se agrupan en asociaciones de productores específicos a nivel local, regional y estatal, con lo que conjuntan importantes ofertas que venden a grandes industriales, comerciantes o al Gobierno Federal a través de sus entidades involucradas o bien, cuentan con los contactos para realizar la venta al mercado internacional en especial hacia los Estados Unidos de América.

Las regiones donde se desarrollan este tipo de explotación -

\* fuente, Censo agropecuario.

agrícola se encuentra ubicada en varias zonas de la república principalmente en los estados de Sonora, Sinaloa, Nayarit, Veracruz, Tamaulipas, Nuevo León, Guanajuato, Jalisco y algunos otros que gracias a su orografía e hidrografía cuenta con los recursos y las condiciones más propicias para desarrollar tal actividad.

b) Ganadería.

En las mismas regiones, especialmente en el norte del país la ganadería se ha desarrollado considerablemente, situación que tradicionalmente ha servido para que esas zonas, abastezcan - al mercado de exportación.

En efecto las extensas zonas y su conformación de planicies, - permite la proliferación de hatos de ganado de casi todos los tipos, además de la atención técnica que se les brinda y las inversiones de capital para mejorar el crecimiento de los animales, su medio. Las perforaciones de pozos para la instalación de bebederos, la cruce de mejores razas para elevar los registros de las existentes, etc.

Se estima que el total de tierras cubiertas por pastos asciende a 856 mil Km<sup>2</sup>, de los que sólo 104 mil presentan las condiciones más adecuadas, el resto se denomina pastos en terreno cerril (690 mil Km<sup>2</sup>) de acuerdo a esto los recursos para la - ganadería de México abarca casi el 47% del territorio nacional.\*

A pesar de ello el coeficiente de agostadero en México es muy variable, ya que en terrenos regulares se estima que una cabeza de ganado mayor requiere para su alimentación entre 15 y - 20 has. y hasta 50, en especial en las zonas ganaderas del - norte, para la zonas del centro sólo se requiere entre 3 y 5 has.

\* Bassols, Batalla Angel, geografía económica de México, Trillas 1976, p.p. 102-203

POBLACION PECUARIA

C O N C E P T O	A N O			
	1977	1979	1981 P	1982 P
	MILES DE CABEZAS			
BOVINOS	31 410	33 545	35 689	36 834
OVINOS	6 297	6 402	6 567	6 657
PORCINOS	14 814	16 233	17 562	18 373
CAPRINOS	8 995	9 303	10 004	10 290
AVES				
- CARNE	84 885	94 408	111 252*	109 303*
- HUEVO	56 026	69 955	82 430*	80 986*
- GUAJOLOTES	9 302	9 465	11 164*	10 968*
COLMENAS (MILES)	2 101	2 199	2 532	2 532

Fuente: S.A.R.H. e INEGI.

\* : Inferencia directa.

P : Preliminares

Actualmente las zonas con mayor influencia en la producción - del ganadero se encuentran en los estados de Chihuahua, Sonora, Sinaloa, Durango, Coahuila, Tamaulipas, Veracruz, San Luis Potosí, Tabasco y Campeche, etc.

El ganado porcino se localiza en los estados de Nuevo León, - Gto., Zacatecas, Jalisco, Michoacán, Estado de México, etc.\*\*

El V Censo Agrícola, ganadero y ejidal de 1970, detecta que en el país existen 21.14 millones de cabezas de ganado vacuno de donde las entidades federativas con mayor número eran las de: Veracruz con 10%; Jalisco 8.5%; Chihuahua 7.2%; Sonora 6.8%; Chiapas 6.1%; Michoacán 5.5% y Durango 5.1%. El ganado porcino ascendía a 9.5 millones; ganado lanar 4.9 millones; caprino 9.2 millones y; caballo 3.1 millones.

Para el caso del ganado vacuno, la producción se destina hacia los centros de consumo importante, México, D.F., Guadalajara, Jal., y Monterrey, Nvo. León; para la exportación se realiza - la mayor parte en pie a través de becerros menores de 1 año, - solamente en el caso de Sonora y Tabasco exportan reses sacrificadas en canal y en cortes listos para consumir.

c) Pesca.

La actividad pesquera, presenta al igual que la agrícola y ganadera, dos formas predominantes de explotación aunque en este aspecto la pesca altamente tecnificada no se realiza por particulares nacionales, en efecto la comunidad pesquera aprovecha las temporadas de aquellas especies de elevado valor comercial, aunque su participación no es muy considerable pues sólo cuentan con pequeñas embarcaciones que no les permiten alejarse de las costas, motivo por el cual no pueden seguir los cardúmenes, ni cuentan con las artes de pesca y equipo adecuado, esto obliga a dedicarse a otras especies no tan lucrativas pero sí con

\*\* Bassols, Batalla Angel, geografía económica de México, Trillas 1976, p.p. 201-203



tantes, tales como; lisa, berrugata, volador, rubia, botete, sierra, pampano, guachinango, robalo, etc.

La explotación de las especies destinadas a la exportación se realiza a través de los armadores particulares que financian la captura que realiza alguna cooperativa\* (camarón, abulón, langosta, ostión, etc.) y la que realiza la empresa paraestatal Productos Pesqueros Mexicanos, S. A. de C.V., -- utilizando también a las sociedades cooperativas de producción Pesquera, mediante contratos de Asociación en Participación.\*\*

El Plan Nacional de desarrollo pesquero, contempla incrementar la captura de especies marinas y de aguas continentales de 500 mil toneladas en 1976 a 2.4 millones de toneladas en 1982, sin embargo en el anexo estadístico del IV informe de gobierno, se establece que para 1985 la producción apenas alcanzaba 1'254.9 miles de toneladas.

Sin embargo será necesario conocer las modalidades de operación, ya que en la actualidad, sólo unos cuantos comerciantes de México, D. F. y Guadalajara, Jal., son quienes controlan el mercado del pescado en el país, además de algunas empresas que destinan la captura a la industrialización.

No pasemos por alto que el principal producto marino de exportación es el camarón y que representa por su valor casi 2/3 del valor de la producción pesquera y además se destina casi en su totalidad a la exportación.

Los recursos potenciales de la pesca, se ha dicho que son casi ilimitados, con cerca de 10 mil Km<sup>2</sup>. de litorales y aproximadamente 3.5 millones de has. cubiertas de aguas interiores; con corrientes marinas que arrastran plactón y diversas

\* Ya que son especies reservadas a cooperativas.

\*\* Contratos en que la empresa financia y avitualla la tripulación de alguna cooperativa, lo cual pagan con producto.

especies que permiten el desarrollo de cadenas ecológicas con abundantes recursos bióticos y que sólo es necesaria la organización de los pescadores para incrementar la captura. A la par es necesario, aumentar la investigación de los hábitos de las especies marinas, potencialidad del recurso marino y acuicultura, explotación racional, industrialización y proceso de conservación y algo muy importante la formación verdadera de un mercado de consumo de especies de origen acuático. A pesar de ello no se ha cuantificado realmente el recurso.

#### 4. Desarrollo Regional Desigual.

Las diferentes tesis sostenidas por los estudiosos de la actividad económica, en el sentido de: la coexistencia de modos de producción alternos; enclaves de alta desarrollo industrial, dentro de áreas eminentemente infradesarrolladas y; la desigualdad económica entre las regiones originada por aspectos socioculturales e incluso físicos, es para el caso de México, una realidad irrefutable.

En efecto, la República Mexicana ha padecido, históricamente Macrocefalia concentrada en tres grandes polos de atracción: la zona metropolitana de la Ciudad de México, Guadalajara, Jal. y; la Ciudad de Monterrey, Nvo. León, en conjunto las tres zonas representan menos del 2% del territorio nacional y contiene a más de 35% de la población total.

A pesar de la extensión de nuestro país, son pocos los polos de desarrollo industrial, a últimas fechas y como medida de descentralización se ha buscado crear nuevos centros de población, donde se pueda desarrollar los tres principales sectores de la actividad económica. Dentro de las poblaciones que presentan mayor posibilidad de desarrollo, están: Torreón, Coah.; León, Gto.; Morelia, Mich.; Villa Hermosa, Tab.; Lázaro Cárdenas, Mich.; Mérida, Yuc.; Cd. Obregón, Son.; Culiacán, Sin.; San Luis Potosí, S.L.P.; Querétaro,

Qro., etc. pero aún así la mayor parte de la actividad económica esta concentrada en las tres grandes ciudades de la república.

El origen de esta situación tiene raíces muy profundas y sólo - justificadas históricamente, como la fundación de la capital de la Nueva España, de la Nueva Galicia y la Villa de Monterrey en el nuevo reino de León, que a partir de entonces concentraron - las actividades políticas, sociales y económicas, y es elemento concentrador de la población que en su mayoría siempre ha habitado en el medio rural. Para 1960 la población que se concentraba en localidades o aldeas menores de 10,000 habitantes representaba el 62%. Son urbanas las poblaciones que tengan más de 2500 habitantes, definición está que no se adecua a la realidad nacional ya que en el país encontramos comunidades, aún mayores eminentemente rurales.

Por si tomamos en cuenta la población económicamente activa, esta relación de desigualdad entre las grandes ciudades y el campo deja mucho que desear el 39% se dedica a la agricultura de la que mucha es disfrazada y ubicada en el agro; la transformación 17% construcción 4%; extracción 1%; comercio y servicios el resto\*, - estas últimas son actividades desarrolladas en ciudades generalmente.

El desarrollo de las poblaciones ha obedecido, al carácter atractivo y exportador de los productos del país, es por ello que los ejes de comunicación se han dirigido al norte, a la frontera con los E.U. y a los puertos de exportación en el trayecto de tales vías de comunicación, se han ubicado localidades que ha llegado a ser importantes por su estratégica situación.

Sin embargo la mayor parte de nuestro territorio es montañoso y de difícil acceso, motivo por el cual muchas otras comunidades están casi incomunicadas aún hoy en día.

\* Angl B. Batalla, Idem.

La falta de recursos por obras de comunicación e integración no ha sido suficiente, menos aún por el carácter oro e hidrográfico de nuestro país, lo que eleva exorbitantemente los costos de cualquier camino o brecha. Situación aprovechada por acaparadores e intermediarios que aprovechando esta desventaja física, la ha capitalizado en un personal beneficio, perjudicando directamente al productor o indirectamente al país, ya que ha impedido el aprovechamiento del recurso de una forma racional y oportuna.

Entonces los medios de comunicación, su carencia o existencia en lo que ha podido desarrollar a la regiones, o bien, les ha impedido la integración a la actividad general del país, situación que en muchas ocasiones se ha mantenido, aún en contra de las disposiciones del gobierno federal por la gran influencia que tales acaparadores detentan en la región. Al evitar la integración de la comunidad a la vida del país, permite mantener elevadas sus ganancias a costa de impedir el desarrollo de la región. En cambio hay zonas del país donde la comunicación, no es problema y sacar o llevar productos no presenta dificultad; con la cual se asegura la venta de la producción y el mejoramiento de tierra, técnica e instrumentos para incrementar la producción.

Todo el conjunto logra que las regiones que cuentan con capital, comunicaciones, sistemas de comercialización, etc. se desarrollan mucho más y en cambio las regiones que no lo tienen en lugar de desarrollarse se desgastan paulatinamente, esto origina que las regiones pobres alimenten de mano de obra barata a las regiones desarrolladas, con lo cual es aún mayor el beneficio obtenido al transferir recursos sin la erogación respectiva, y mayor la brecha entre regiones de diferente desarrollo.

##### 5. La Infraestructura y su Orientación.

Como mencionamos, las vías de comunicación, en sus ejes principales, están hechos más que para integrar al país entre comunidades,

para la extracción de los bienes producidos u obtenidos en el mismo, de esta manera las vías ferreas más importantes, son las orientadas a la frontera norte, a los puntos de acceso a los mercados internacionales y de los centros de producción, mineros especialmente hacia los de reembarques y/o exportación.

Las carreteras de igual manera fueron proyectadas para sacar de nuestras fronteras los productos nacionales. Es a partir de los años - 60's, en que se ha buscado comunicar a través de diversos programas, caminos rurales, caminos con mano de obra local para unir al mayor número de localidades con ejes importantes de comunicación, en las grandes zonas productoras como el noroeste las comunicaciones son - eficientes, en estos lugares cuentan con energía eléctrica, agua y - servicios que garantizan la producción, de la misma manera se busca apoyar con la infraestructura requerida aquellas zonas de producción extractiva y transformativa para asegurar la distribución y venta de los - productos, como lo es Lázaro Cardenas las Truchas, Michoacán; Campeche; Tabasco; Chiapas, productora de mineral de hierro y de petróleo.

En la actualidad la importancia del mercado interno ha ido en aumento, lo que ha obligado a ampliar la red carretera, pero estas están decididamente orientadas a sacar nuestros productos, más que a unir las economías locales a la nacional.

Sin embargo es justo aclarar que actualmente toda la red e infraestructura, bien permite la posible explotación de nuestros recursos - renovables y no renovables, naturales, físicos y humanos de una manera racional y eficiente, y sólo se requiere una organización y coordinación entre los factores de la producción para planear, producir y satisfacer las necesidades de la población en diferentes lugares - y momentos en que se requieran.

### III. OFERTA DE PRODUCTOS BASICOS (PRIMARIOS)

Con el objeto de concretizar, cada vez más nuestro tema de estudio, nos centraremos en la producción de aquellos productos que se destinan al consumo de las grandes mayorías de nuestro país, así como la forma y las condiciones en que se realiza el proceso productivo en el campo, exclusivamente de las zonas temporales y en general de las fincas que no cuentan con abundantes recursos financieros.

#### i. Producción para el Mercado Interno.

Las zonas aledañas a la ciudad de México, están infestadas de diversos tipos de industrias, las que debido a su actividad hacen cada vez más difícil la producción de artículos de origen agropecuario. Por lo que la gran ciudad se abastece de regiones alejadas, está es que absorbe los recursos que se producen en zonas distantes a la gran ciudad, abarcando como área de influencia, ya no sólo los entornos circunvecinos sino aún los más alejados.

Dentro de aquellas regiones que producen exclusivamente para la ciudad de México, encontramos una gran diversidad en cuanto a tipos de predios, su organización, extensión, tipo de propiedad y evidentemente capacidad económica de los dueños. Sin embargo en términos generales la gran mayoría son pequeños propietarios, con extensiones inferiores a 5 has., terrenos montañosos, sin atención técnica, o muy deficiente y en manos de la cadena de intermediación que extiende su control desde los lugares mismos de producción hasta el centro de consumo.

Bajo estas condiciones el productor se enfrenta, cada ciclo a una mecánica y establecida forma de producción, donde generalmente requiere financiamiento, comprometa su producción y venda a bajos precios, obteniendo como resultado; reducidos ingresos por su trabajo, compromiso a perpetuar su forma de producción, incapacidad de brindar a sus hijos o familiares la posibilidad de estudios técnicos medios o superiores, incapacidad de demandar instrumentos de trabajo nuevos o

en mejor estado, imposibilidad de obtener satisfactores para él y su familia etc. Por lo cual sólo mantiene su mismo nivel, con las mismas carencias y necesidades insatisfechas.

Por lo que se refiere a los problemas de organización que tienen como pequeños productores, también son abrumadores y a pesar de existir entidades públicas involucradas en su organización, preparación y capacitación son muy escasas aquellas comunidades que han logrado tener éxito con organizaciones de productores. Debido entre otras causas, a la falta de preparación para integrar mentalidades individualista al trabajo de grupos, la sujeción del grupo a las necesidades representadas por un dirigente, que en muchas ocasiones sólo busca beneficios personales.

Es por esto, que la oferta de sus cosechas, se presenta individualmente, con lo cual resulta más fácil para el acaparador o bodeguero, negociar precios bajos. En efecto la oferta individual representa una mínima parte del volumen a comprar -desde el punto de vista del acopiador- por lo que mientras menos importancia le otorgue, menor precio pagará por el producto. En cambio -visto desde el lado del pequeño productor- la venta de su cosecha es la posibilidad de cubrir los onerosos préstamos que solicitó, la adquisición de instrumentos, equipo o sencillamente satisfactores que requiere él o su familia, -por ello se ve obligado a venderla a la brevedad posible y más aún cuando se trate de artículos de gran perecibilidad, pues mientras pasa el tiempo, el producto sigue su natural proceso de deshidratación y descomposición por lo que la presión de vender, es mayor para el productor.

Todavía para 1975, la participación de los sectores primarios (agricultura, ganadería, pesca y silvicultura) representaban escasamente el 10% del Producto Interno Bruto\*, que un cuadro comparativo muestra una tendencia hacia la baja ya que en 1960 representaba el 15%; en 1973 el 10.2% y en 1975 el 9.6%. En cambio el comercio contribuye con poco más del 30%.

\* Fuente Banco de México, Informe Anual 1975

De ese 30%, la comercialización del producto agrícola representa 30% y 10% la producción de artículos de origen agrícola perecederos\*\*. Si consideramos que la comercialización de estos productos se realiza en unas cuantas lonjas comerciales y son muy pocos los comerciantes por producto que en su gran mayoría mantienen estrecha relación encontramos la concentración y centralización de la compra de productos originados en una gran cantidad de predios, para el aprovechamiento de -- unos pocos grandes comerciantes. Que son los mismos que mantienen a los acaparadores locales y/o casiques que centralizan la producción en cada región.

La producción obtenida por métodos tradicionales, es pues acaparada -- por los representantes de los grandes comerciantes, en sus diferentes niveles: localidad, región, centro de consumo; financiamiento, apoyo a la cosecha, transportación y recepción.

Por lo que respecta a la producción de los predios que cuentan con in versiones de capital elevadas, como las tierras de riego, se destinan preferentemente a la transformación de productos elaborados y semiela borados, como materia prima para la industria y para la exportación, como es el caso de la cosecha de verduras y legumbres que en el inviér no se exportan a los Estados Unidos. Sin embargo, es frecuente que -- el Departamento de Comercio del vecino país, limite e impida la impor tación de productos agrícolas de origen mexicano, con lo que la pro-- ducción destinada a la exportación se vuelca a los principales centros de consumo, en especial a la plaza de México, D.F., con lo que se pro picia un desquisamiento en los precios de tales bienes bajandolos -- estrepitosamente, con ello los únicos beneficiados son los grandes -- productores, pues la calidad de sus tierras y las inversiones, producen mayor cantidad de producto por hectárea cultivada.

Este es otro elemento que perjudica a muchos pequeños productores, -- quienes a pesar de estar localizados más cerca del mercado de consumo, sus costos y gastos muchas veces son mayores al precio del producto,

\*\* Fuente R. Villarreal Cárdenas, la comercialización en México.  
IEPES 1974



por lo que, cuando esto sucede, prefieren no levantar las cosechas, - sin beneficio para nadie, es más con la pérdida que implica para el - productor.

## 2. Producción para la exportación.

Los principales productos de exportación, del sector primario son: al algodón, cacao en grano, café en grano, chicle, garbanzo, frutas fres-- cas, tabaco, tomate, ganado en pie -generalmente crías- carnes fres-- cas, refrigerada y congelada y camarón fresco, refrigerado o congela-- do.

Por lo que respecta a los productos agrícolas, solamente entre algo-- dón, café y tomate alcanzan el 77% de las ventas totales al exterior - en el rubro de agricultura y silvicultura y del total de exportacio-- nes significa casi el 16%.\*

Si agregamos frutas frescas, legumbres y hortalizas frescas o refrige-- radas tendremos casi el 90% del rubro, agricultura y silvicultura y - casi 20% de las exportaciones totales.

Para la ganadería, apicultura y pesca, el principal renglón lo consti-- tuye el camarón con casi 70%, y aproximadamente 5% del total; los ani-- males en pie y la carne fresca significa el 20% del rubro, la diferen-- cia esta representada por las ventas de miel de abeja.

De esta producción como ya mencionamos, se produce a excepción del ca fé, en fincas con riego e inversión abundante de capital, las zonas - productoras de algodón, son Mexicali, B.C.; Villa Juárez, Chih.; La - Laguna; Norte de Tamaulipas; Michoacan, principalmente. El tomate - (correctamente "jitomate"). En los distritos de riego de Sinaloa, Mo-- relas, Hidalgo y Guanajuato.

Dejamos aparte el café, porque representa una problemática diferente, más si consideramos la participación del INMECAFE, se estima que exis

\* Fuente Banco de México. IDEM.

ten casi 100 mil productores de café, de los que poco más de 500 tienen extensiones mayores de 50 has. la gran mayoría pues son pequeños productores. Sin embargo la concentración de la producción es característica, ya que estos grandes productores producen y controlan el 57% del mercado del café.

La ganadería y la pesca, presenta características similares, quién exporta en la ganadería, es el productor fuerte que cada temporada puede vender arriba 500 novillos o bien, el acaparador que compra pies de cría entre las rancharías a bajo precio y reúne hatos de ganado considerable para la exportación, en ambos casos los recursos de capital son considerables, ajenos al abuso que se comete al comprar becerros a precios bajos.

La exportación de camarón, como especie reservada a las cooperativas ha generado, por un lado el negocio de los armadores, que además cuentan con refrigeradores y plantas procesadoras, donde éste avitualla a los cooperativados y les compra la captura, a precios estipulados bajo "contrato", aún así el precio pagado es muy inferior al prevalente en el mercado, pero que sólo ellos pueden pagar pues cuentan con recursos y con la planta industrial que se requiere para su preparación y transportación. Por otro lado se encuentra la empresa descentralizada Productos Pesqueros Mexicanos, S. A. de C.V., quien a través de contratos con cooperativas les vende la embarcación y las avituallas para la captura; cuenta con la planta industrial que se requiere, en ella Maquila Producto a muchas cooperativas en especial en la zona del pacífico norte. Finalmente cuenta con las filiales "Exportadores Asociados y Ocean Garden", que realizan la venta a los E. U. Para estos casos los beneficios que obtienen los pescadores son mayores, pero no por ello, los que deberían de ser, pues en muchos casos las cooperativas, solo funcionan para encubrir los manejos y negocios de dos o tres individuos que aprovechan las ventajas de la organización y de la entidad pública.

Para 1975 se exportó camarón con valor de 120 millones U.S. que significaban más de 31 mil toneladas, para 1979 las exportaciones superaron 42 mil

toneladas.\*

A pesar de los volúmenes crecientes exportados tanto de frutas, hortalizas, verduras, ganado en pie y por piezas, como de productos de origen marino; y de que los recursos obtenidos por esas exportaciones - hayan sido considerables, los beneficiarios sólo fueron unos cuantos productores, ganaderos y armadores, sin que llegará a las capas más - necesitadas de nuestro país.

### 3. Política de Precios Fijos.

Desde el momento en que la demanda de productos alimenticios se acentúa en los grandes centros de consumo y la oferta padece escasez real y ficticia a través de la intermediación. El Gobierno Federal se ha visto en la necesidad de estimular la producción, mediante la apertura de cuentas de financiamiento de la banca oficial, lo que sucede os tentosamente a partir de los años 70's.

Anteriormente, se había mantenido incluso artificialmente, el precio de los productos del campo, destinados a la alimentación popular; como fué el azúcar.

La necesidad de establecer una planta industrial donde sus gastos, por mano de obra fueran constantes obligaba a sostener, si es preciso, a subsidiar los precios de los artículos de consumo popular. Es por esto que los productores del campo mantuvieron el mismo nivel por más - de 20 años, desde 1950, hasta iniciado 1971, época en que se hizo evidente la incapacidad del sistema para mantener a la fuerza una actitud antieconómica, por estimular la producción industrial.

En efecto, los precios de los granos como maíz, frijol, trigo, harina, casi no sufrieron modificación en ese período; los productos agrícolas perecederos se mantienen estables como papa, jitomate, cebolla, chile, etc.; las carnes y pescado se incrementan ligeramente obedeciendo más a un control por parte de los centros de sacrificio y venta directa - al público, que a la escasez del producto.

\* Fuente Plan Nacional de Desarrollo Pesquero 1977-1982.

Paralelamente, mientras esto ocurre con los precios de los productos, los precios de los bienes manufacturados se incrementa más que proporcionalmente, de tal manera que producir artículos de consumo no es redituable; además de la escasa capacidad de desarrollo que las familias campesinas tienen y la atracción de la gran ciudad para buscar nuevos horizontes; originó que buena parte de campesinos continúe con el exodo campo-ciudad. En este momento se unen dos aspectos que es conveniente dilucidar: por un lado la ciudad con la iniciación de un desarrollo industrial, requiere de mano de obra que además de dedicarse al trabajo industrial, apoye las actividades colaterales que requiere, desde el trabajo de tramitación, hasta la obtención de insumos, - incluyendo los servicios que se generan por un proceso de desarrollo de tal naturaleza, todo ello genera en la ciudad un efecto multiplicador de fuentes de empleo que requieren más mano de obra, más aún, las ocupaciones marginales también permiten el acomodo de individuos procedentes del campo.

Por el otro lado, la perspectiva del campesino de seguir siendo campesino, al igual que sus descendientes la situación en el agro en la cual quedan sujetas al casicazgo y al empobrecimiento continuo, la esperanza de ayudar a los hijos para que estos cuenten con la educación mínima para salir adelante del círculo en que se hayan y la posibilidad de encontrar una ocupación diferente que permita cambiar los hábitos de comportamiento de una familia campesina, para convertirse en una familia de ciudad, todo lo cual motiva a buscar "nuevos aires" y el campesino ingresa a la ciudad junto con su familia, esto repercute en el campo, porque las más de las veces la unidad productiva que sostenía, queda abandonada, la suma de una cantidad considerable de tierra sin cultivar cada año, origina una relativa escasez. Hay que considerar que si el campesino dejó su tierra esta seguramente no se podía considerar como buena o fértil, sino que el costo de oportunidad, era tan reducido que le permite aventurarse en un medio desconocido, abandonado uno al que ya esta habituado. Con esto quiero decir que la producción representada por esos campesinos no era de importancia que se sintiera inmediatamente como un efecto de su abandono, si en cambio la explotación de la tierra en condiciones precarias, la debilidad de tal manera que a través del tiempo la producción se ve imposibilitada de

umentar, si adicionamos las tierras abandonadas, total o parcial- mente por los emigrados del campo a la ciudad en el transcurso de va rios años, observaremos claramente que la oferta de productos de ori gen agropecuario no ha aumentado como podria, lo que es más grave, la demanda de estos productos si a crecido considerablemente ya que ade más de la demandado por lo emigrados, los niveles de consumo se ele van, requiriendo mayores y mejores satisfactores.

Lo anterior, sucedia mientras los precios de los productos agropecua rios se mantenían, más que fijos, congelados, "para permitir la aca- lerada capitalización de las familias industriales que se exponían - a la incertidumbre de desarrollar una base industrial", esto indepen dientemente de si el capital era nacional o extranjero.

4. Descapitalización del Agro.

En el sistema capitalista, mientras los ingresos sean mayores a los egresos de una empresa, éstas tendrán la posibilidad de reinvertir - sus excedentes para mejorar o aumentar su capacidad productiva. Lo mismo es válido para la parcela del campesino, si la producción le - permite utilidades, seguramente se mejorara mediante más y mejores - instrumentos de trabajo, semillas mejoradas, trabajos y fertilización oportuna, etc.

La realidad es que el productor del campo -no siendo latifundista- - no cuenta con los recursos necesarios para mejorar su parcela ni me- dios de trabajo. Lo cual sucede por tres efectos principalmente, to dos ellos interrelacionados, a saber:

- a) Falta de capacidad Económica. Al no contar con los recursos econó micos suficientes solo le quedan dos opciones, la primera es, tra bajar como le permita los medios con que cuenta, generalmente - aporta mayor mano de obra, pues no cuenta con capital para defo- leantes, insecticidas y fertilizantes, por lo que la producción estará expuesta a plagas y carencias de nutrientes, ante esta - perspectiva, es previsible la baja on la producción, así como - los productos de menor calidad y talla, con lo que el precio po-

sible a obtener será inferior al del producto en buen estado.

La segunda opción, será la de solicitar financiamiento al usurero, acaparador o casique local, si obtiene crédito seguramente la tasa de interés será muy elevada -en ocasiones llega ha ser de hasta -- 200% en un ciclo de 3 meses- o bien comprometera parte de la producción para que quien aporte capital tenga seguro sus recursos, - en ocasiones -muy frecuentes- el financiamiento se realiza siempre y cuando se contrate la venta del producto o futuro, a precios muy inferiores, pues es fuera de temporadas y condicionada al préstamo con ello el productor también limita y reduce sus ingresos a un mínimo con el cual impide, no sólo mejorar su parcela, sino adquirir los bienes necesarios para el y su familia.

- b) Precios bajos. Los costos de producción, resultan ser, cada vez - mayores, si se toma en cuenta el costo del trabajo invertido por el productor, la diferencia entre precio de venta y costo de producción será sumamente reducido.

En el caso en que el productor haya podido cubrir los gastos de - producción por su cuenta, encontrándose en temporada de cosecha y poder vender en los centros de consumo tendrá que determinar el nivel de precio de su producto a mayoreo, evaluando así, el costo tal y el precio de venta.

Cuando es pequeño el productor se enfrenta a un perfecto mecanismo de adjudicación donde la primer oferta por su producto será la mejor, de ahí en adelante los compradores, ya confabulados ofrecerán precios menores por su producción o en su defecto acepta la - proposición de venta a comisión, donde también recibe un precio - promedio muy por debajo del precio real de mercado. Y si por desgracia ofrece su producto cuando la temporada hace preveer una -- oferta mayor, el precio será aún más bajo. De tal suerte que sólo en el periodo de cambio entre la producción de una zona y otra el productor obtiene beneficios por su cosecha.

El precio es pues: un acuerdo entre los grandes comerciantes del giro, las perspectivas de producción, el control sobre las zonas productoras y la demanda previsible de las que las tres primeras se hayan en manos o con conocimiento los grandes comerciantes o bodegueros.

- c) Desconocimiento del Mercado. Los dos aspectos anteriores condiciona la conducta del productor que, dada las experiencias pasadas o de otros compañeros, en el sentido en que la venta en época de temporada y en los centros de consumo, resulta ser más negativa que la venta en la zona productora. Por lo cual son cada vez más pocos los productores que se arriesgan a llevar su producto al mercado, con la esperanza de conseguir mejores precios, pero con total desconocimiento de las relaciones comerciales y sus nexos prevalecen en las lonjas de comercialización.

Generalmente el gran comerciante o bodeguero, sabe desde el momento de cargar, que productos con que productor y en que condiciones sale un embarque de cada zona; gracias a la eficiente información de sus nexos, como el acaparador local, comprador, etc. de esta manera cuando el productor ofrece su producto, al comprador tiene todos los elementos para aceptar la oferta, castigarla en precio o en merma y correr la voz para evitar mayores ofertas por ese producto. Situación que desconoce el productor resultando ser un instrumento en manos de comerciantes.

Es evidente que los únicos resultados posibles de esta bien estructurada mecánica son: la creciente e irracional explotación de los recursos naturales -da por sí limitados a través de generaciones de uso de las tierras sin medidas protectoras-; frena los deseos de desarrollo del productor, estrellando en la frustración los resultados de su actividad productiva y en casos creadora; impide la capitalización de los campesinos, con lo que se lograría mejorar las condiciones generales de producción, elevar el nivel de vida de los familiares y la preparación de los hijos para racionalizar los recursos; finalmente el beneficio que escapa del campo y del campesino va a parar a manos de

un grupo de inconcientes, los cuales aprovechan su posición económica para explotar y vivir a costa del trabajo de otros, que se encadena, o más bien forma parte del mismo elemento de venta en los centros de consumo, perjudiciando a los grupos mayoritarios de la población.

Con todo esto el campesino : no invierte en su parcela; produce cada vez, menos y termina por abandonar esa forma de vida.

##### 5. ¿Incentivos para la Producción?

Es entonces, a partir del inicio de la década de los 70's, cuando se hace evidente el deterioro en la relación de producción del campo, y la capacidad para producir se trata de promover, aumentando los recursos destinados al campo, así la banca oficial dividida en el Banco Nacional de Crédito Agrícola, el Banco Nacional de Crédito Ejidal, y Banco Nacional Agropecuario se fusionan para formar el Banco Nacional de Crédito Rural, S. A., con recursos que crecen considerablemente - año tras año.

Es conveniente analizar si el destinar mayores recursos, soluciona - realmente el problema agrario, es sabido que para 1979, el BNCR, disminuyó el monto destinado a créditos incobrables del 50% al 42%, sin lugar a dudas es una disminución significativa, considerando que los recursos que maneja la institución para ese año superaron los 40 mil millones de pesos. Esto también nos indica el grave problema administrativo que representó para el BANRURAL, ejercer esa cantidad de recursos, más aún cuando esos recursos pasan de casi 5 mil millones, - hasta poco más de 18 mil millones en un año (1972 a 1973). Todo esto, además de considerar la corrupción y vicios creados en las entidades públicas de crédito en campo que fueron absorbidas en la función de la banca oficial destinada a atender al campo.

Ahora bien como se apoya financieramente al pequeño productor, sea - ganadero o agicultor o ambos a la vez; para otorgar créditos, se debe organizar a la colectividad en grupos para que sea ésta, la que - avale el importe del crédito otorgado, posteriormente y en atención a las necesidades se determina -por parte de los funcionarios del ban



co- el importe del crédito para cada productor, entregándole el importe, en ministraciones para realizar los trabajos que se requieran. El objetivo es el de ayudar al campesino a programar sus actividades y - prestarle financiamiento en el momento que lo requiera, evitando a - otros distintos a los de la producción, aún así es conocido que buena parte de los recursos del banco van a parar a fines contrarios y muy diferentes, de los que se espera.

Hasta aquí es encomiable el esfuerzo que se realiza por dotar los recursos al campesino, pero es en este contexto donde vale mencionar; - ¿que tanto se motiva la producción si la venta no se asegura? o bien ¿que puede hacer una institución dentro de una estructura que impide y evite su funcionamiento? o aún más grave ¿que resultados se pueden esperar del control y apoyo de una acción, una sola dentro de un proceso complejo, como es la producción-comercialización?.

Es entonces cuando se cuestiona la posible ayuda y los incentivos que se dan al campesino, lo único que se logra es asfixiar al pequeño pro ductor. Que se entienda, no es posible aumentar la producción cuando enfrentamos al productor, a una realidad de opresión y represión, - cuando éste, quiere vender libremente su producto.

¿De que manera entonces se puede incrementar la producción? la primera será entendiendo el acto de la producción, cosecha, distribución y venta, cada uno de estos, como parte de un proceso íntegro que la necesidad histórica obliga a asociar en uno sólo.

En segundo lugar, a partir de esta concepción atacar los problemas, - concientes de su interrelación y la importancia como elementos genera dores de información; hacia dentro -para el productor mismo-, hacia - fuera -para el sistema integral de comercialización-, hacia adelante -para evaluar los requerimientos y satisfactores necesarios y como rg troalimentación para recobrar la confianza pérdida del productor.

Esto solamente podrá ser, si el Gobierno Federal interviene decidida- mente en este aspecto, abarcando el proceso completo y no partes ais-

ladas como hasta la fecha, en que las entidades del sector público casi, abarcan todos los pasos, solo hace falta unirlos bajo una dirección apagadas a un sólo criterio "elevar los niveles de vida de las clases campesinas".

Permitame, en este apartado, señalar una institución que en mi personal punto de vista, estaba concebida para ser la solución real del problema de la comercialización y digo estaba, porque fue liquidada. Quizá por los resultados contables, solo a tres años de operación sus alcances en el campo fueron considerables fué, así lo considero, el único esfuerzo serio para superar los problemas del complejo proceso de comercialización; tal institución fue "El Fideicomiso para la Producción y Comercialización de Productos Agrícolas Perecederos".

Su operación era muy sencilla, quizás por ello, difícil de comprender: detectar la zona de producción, formada por pequeños productores; organizarlos en grupos de venta; programar los volúmenes de recepción; acordar un nivel de precio, en principio siguiendo al mercado principal, después atendiendo las condiciones del mercado (oferta y demanda), finalmente determinar un precio que considere costos, gastos y ganancias; venderlo en las colonias populares de los centros de consumo; aprovechar los canales oficiales y la red de tiendas CONASUPO.

Todo ello, a través del convencimiento personal.

#### IV. LA COMERCIALIZACION UN PROCESO INTEGRO.

Para comprender cabalmente el fenómeno de la comercialización, considerando los innumerables factores que influyen desde antes de iniciar el proceso productivo, hasta llegar al consumidor final, es necesario abs traer el problema como un todo, para posteriormente, dividirlo buscando mantener la coherencia y congruencia entre cada paso, presentando un orden lógico dentro del proceso.

##### 1. Como se debe enfocar el proceso.

Si partieramos de la siguiente definición, en la que un proceso consiste en la serie de fases de un fenómeno y a la vez este proceso, forma parte de un sistema que integra un conjunto de procesos, comprendemos que la comercialización, esta estructurada de una serie de procesos los cuales presentan, por un lado, una relativa autonomía para la consecución de su objetivo; pero por otro lado y como complemento a una estructura definida de comercialización, muestra la interrelación entre cada proceso que se fomenta o se restringe. Es quizá, este aspecto el que ha la fecha nos ha impedido atacarlo adecuadamente, ya que se han creado mecanismos que ayuden y apoyen un proceso definido, sin comprender la importancia de los procesos anteriores y siguientes y sólo en su conjunto se puede verdaderamente solucionar el problema.

Así pues tenemos, que para hablar de comercialización necesitamos empezar por las actividades, tradicionales de la familia campesina y concretamente las previas a la producción, partiendo de las perspectivas para próximo ciclo y tomando como base los resultados del ciclo anterior. El siguiente aspecto será la actividad productiva como tal, los requerimientos necesarios y satisfactoras con que se cuenta para realizar los trabajos, los mecanismos tradicionales de financiamiento, su oportunidad y cantidad, de la misma manera los compromisos que se adquieren por obtenerlo. El siguiente será la cosecha, como en este momento el productor no cuenta con recursos o instrumentos de trabajo propios -en ocasiones requieran de especialización- busca de nuevo o más financiamiento y compromisos, todo sobre el producto de su cosecha y/o producción, este

abarcará, en caso de los productos agrícolas, el corte, selección, empaque de campo, nueva selección y depuración y empaque para el mercado de consumo. El proceso a continuación será la transportación y/o distribución al centro de consumo; la venta, siempre y cuando no se haya comprometido la producción a un precio establecido fuera de temporada. La venta también podrá ser en la finca, a pie de carretera, o en el centro de consumo; a partir de aquí el producto sigue por varios procesos, ya como propiedad del gran comerciante, quién lo seleccionará, cambiará la presentación, venderá a distintos niveles gran mayoreo, mayoreo, medio mayoreo, incluso menudeo; distribución del producto al local detallista y; - venta al consumidor final.

Cada uno de estos elementos tiene diversas causas y diferentes efectos, en ocasiones a pesar de cumplir eficientemente con los objetivos del proceso, en su conjunto no logra solucionar la problemática general; por ejemplo, si suponemos que los niveles de producción se elevan o son suficientes para satisfacer la demanda de los consumidores, pero no existe capacidad suficiente de transporte; el consumidor padecerá la escasez originada por la falta de medios de transporte.

Es por ello que no sólo hace falta manejar todos los elementos de un proceso y todos los procesos que intervienen, sino jerarquizarlos y considerarlos dentro de un contexto con su debida interrelación, para estimular o moderar los resultados de los demás procesos. En conjunto y manejados adecuadamente, se puede pensar en una planeación acorde a las necesidades del total de consumidores, los centros de consumo y las características del producto.

## 2. Control Tradicional de la Comercialización.

Como ya se mencionó anteriormente, el medio por el cual se controla la producción, es básicamente el financiamiento usado para fines de producción y/o familiares, como un mecanismo que se repite y determina una norma de actuar para los pequeños productores, los cuales mantienen una estrecha relación con quienes los financian.

La disponibilidad inmediata de dinero para solucionar el problema del campesino, el trato continuo y la alternativa de compra -aunque a bajo precio- de su producto, terminan por crear en la mente del pequeño productor que ese es el único camino posible en su actividad, más aún si tomamos en cuenta la infinidad de programas que contemplaban distintos objetivos en los medios rurales del país, programas cuyo principal elemento es el campesino y jamás se realizaron, pero en cambio si llevaron a cabo visitas de sensibilización y preparación, creando una ilusión de cambiar la difícil y rutinaria vida del campo, para finalmente no realizarse.

De esta manera, encontramos una disposición del campesino a mantener una estructura de compromiso -financiamiento- venta, y una oposición a cualquier otra mecánica tendiente a cambiar esa relación. Por parte de la producción de una zona, el control y manejo de esa oferta y por consiguiente al control de los productores.

Sin embargo, esta mecánica de operación, que da como resultado la sujeción de intereses de varias comunidades en beneficio, del particular y mezquino interés de una persona; tiene sustentación en la diaria operación que este último realiza con cada campesino, de tal suerte que sólo conviviendo con ellos, ganando su confianza es posible iniciar programas que modifican esa desigual e injusta relación. Con esto no se niega la capacidad de manejo, el control que ejerce -el acaparador- sobre todos los productos y el conocimiento psicológico que hace de la situación y de la persona, para vertirlo en su beneficio.

Pero además del financiamiento, existen otras armas que son también usadas para controlar la producción, usadas de acuerdo al producto (tipo, grado de perecibilidad); lugar (si cuenta con vías de comunicación o no); características y trato de producto, destino y condiciones que debe cumplir etc., por señalar algunos casos mencionaremos los siguientes:

1. Transporte. Ya vimos que en las comunidades pobres donde sólo unos pocos cuentan con medios de transporte, estos dejan la actividad productiva para convertirse en fleteros, lo cual en muchas ocasiones les reporta pingües ganancias, ya que terminan por confabularse con el gran

comerciante, contra los productores a quienes además de cobrar excesivos costos por transporte, recibe comisiones o permite descuentos elevados por mermas y tasas en las lonjas comerciales donde se recibe.

2. Instrumentos de Trabajo. En la actualidad es difícil encontrar campesinos, por pobres que sean, que no cuenten con arados, palas, azadones, etc., instrumentos de gran utilidad para la siembra y trabajos de apoyo que requieren los cultivos y tierras incluso la organización de grupos solidarios les ha permitido acceder a tractores para los trabajos culturales de su productos. Pero al momento de cosechar y seleccionar requieren de otros tipos de instrumentos de trabajo por ejemplo:

a) Papa. Cuando se saca el producto, se amontona en lugares específicos para su clasificación de acuerdo al tamaño y condiciones, para realizar este acopio se usan arpillas de campo (costales de tejido amplio, generalmente de henequén, con capacidad de 30' 35 kgs) el campesino que no cuenta con estas arpillas realizará el trabajo de acopio en más tiempo, generandose un desfazamiento entre sacarla, juntar el producto y clasificarlo.

Más tarde ya clasificado, se vacía en cajas de madera que es como se transporta a la ciudad de México -para las ciudades del norte se maneja en arpillas de plástico, aunque la papa de mayor consumo, es diferente a la consumida en la zona centro del país- también las cajas son medios de controlar la producción, hay quien realiza contrato de comprar todas las cajas papearas de la producción de un aserradero.

b) Cacahuate. Este producto también al cosecharse, se empaca en costales, tipo maicero o sea, de henequén tejido cerrado y con capacidad por 80 kgs. -para el caso del frijol y maíz- la persona que quiere comprar el cacahuate de una zona, sólo tiene que poseer la mayor cantidad de costalera en la temporada de cosecha y quien quiera sacar cacahuate, requerirá costales. En el mercado es difícil conseguir cantidades ilimitadas de costaleras, ya que la producción es escasa y actualmente se destina a otros productos más rentables.

c) Naranja. Para cortar la naranja se requieren en especial dos instru

mentos básicos, las tijeras y la escalara -para la zona de la huasteca Hidalguense-, para este caso las tijeras no presentan mayor problema, más en cambio las escaleras deben reunir ciertos requisitos, el primero de tamaño considerable para alcanzar los frutos más altos y ligereza que permita una rápida movilidad y de gran resistencia. - Para tener tales requisitos, es necesario que sea de madera especial llamada "oyamel" (variedad de abeto) la cual se encuentra en los bosques de la sierra norte de Puebla, en este caso se hacen pedidos especiales cada temporada, erogación representada por recursos considerables, obviamente que a un productor de escaleras no le conviene vender una por una, sino el mayor número posible, situación que también genera explotación a los campesinos productores de escaleras de la sierra de Puebla. De esta manera, quien tiene escaleras controla la producción de naranja en la zona de la huasteca.

d) Cebolla. Este producto requiere de mayores recursos, en principio por el tipo de siembra, para asegurar el mejor desarrollo de la planta se debe sembrar en almacigo -cuando la planta ha brotado- lo cual origina que los productores de cebolla cuenten con mayores recursos. Para el caso de la producción de Chihuahua después de sacada y cortada se transporta a locales donde se clasifica y empaqa, - quien tiene seleccionadoras automáticas, hace más fácil el trabajo, presentado más uniforme la clasificación, de tal manera que esta persona controla la producción mediante la compra en huerta del producto, evitando al campesino el trabajo de transportación, selección y empaque. El precio que paga al productor aproximadamente representa parte del precio en el mercado para el producto seleccionado y empackado.

Empaques. La presentación para el producto y el transporte requiere de empaques que facilitan su traslado, mejoren la presentación y consumo de los productos, para lo cual se utilizan cajas de madera, las que dependiendo del producto presentan características especiales - grosor de madera, espacio entre tabla y tabla, resistencia; así tenemos las jitomateras para mercado interno y exportación, limoneras, -

manzanas, papas, etc., costaleras y arpillas, en el norte del país algunos productos como; cebolla, papa, zanahoria, se empaquetan en arpillas ahuladas de color blanco, amarillo y naranja respectivamente.

El caso de los granos de consumo popular, como maíz, frijol, etc., tiene un trato especial que otorga la CONASUPO, esta es quien vende la costalera si es que se requiere, aunque generalmente la maneja a cambio, permitiendo al campesino, recoger mejores costales con relación a los entregados. Sin embargo, es cierto que muchos acaparadores, compran la producción al campesino a precios inferiores y con cantidades estimadas, para envasarlas y venderlas a la CONASUPO más cercana.

En el caso de la ganadería, el control se realiza principalmente por el manejo de alimentos y piensos para el ganado, los servicios veterinarios y los transportes.

Para la pesca, es mediante el arrendamiento de instrumentos y artes de pesca, embarcaciones, hielo, bodegas refrigeradas y líneas de procesamiento atendiendo a la especie capturada.

Para todos los casos el conocimiento del mercado de consumo es indispensable, al tenerse los contactos para vender la mercancía acaparada anteriormente, conocimiento que el pequeño productor no puede adquirir por la intrincada cadena de intermediación que artificialmente se han creado.

De esta manera, sin realizar la actividad productiva muchas personas controlan y se benefician del trabajo de los grupos poblacionales de escasos recursos, instrumentos relativamente sencillos, usados oportunamente, permiten controlar algo tan importante como los productos alimenticios de consumo popular.

### 3. Financiamiento.

La carencia de recursos económicos para los pequeños productores, es el origen de la problemática en el agro mexicano. Sin embargo pensar en -



su solución a través de programas que otorguen "dinero fácil" a los campesinos es desconocer la situación prevalectante en el campo y desaprovechar los recursos humanos y materiales existentes.

Por ello el enfoque del problema, sólo puede ser uno, permitir la creciente producción, a través de sanear la comercialización, agilizar los trabajos productivos y elevar el nivel de vida de los campesinos, lo cual se logra si podemos encontrar el cuello de botella y la amplia mos a tal medida que permita un flujo ágil y ordenado entre un proceso y otro.

Para ello es conveniente analizar el origen y el destino de los recursos en los pequeños productores. Ya vimos que para satisfacer sus necesidades de producción y personales, tienen que recurrir al préstamo usurario y comprometedor, pues los ingresos obtenidos por la venta de su producción se gastan en los pagos de crédito, las necesidades familiares y la reparación de algunos instrumentos de trabajo. Mientras menores son los ingresos la duración y la compra de bienes o servicios necesarios es más restringida, con la que al pasar algunas semanas los campesinos difícilmente cuentan con recursos extras. Este es el motivo por el cual, al iniciar el siguiente ciclo productivo, tienen que recurrir a nuevos préstamos en algunos lugares del Estado de Morelos\* se detecto que el interés que se cobraba llegaba al 20% mensual, en otros lugares del estado de Puebla y Tlaxcala, ese porcentaje aumenta, cuando se acerca la temporada de cosecha, hasta alcanzar un 66.6% mensual, cuando la tasa de interés bancario era del 18% anual (1975).

Los actuales mecanismos oficiales de financiamiento han buscado la manera de otorgar cantidades crecientes de recursos, unas veces entregados en efectivo, y otras en especie, programando en ministraciones, hasta conseguir que el pequeño productor cuente con recursos cada mes y en -casos -como en la Laguna- cada quincena, todo ello a cuenta de la su- puesta producción.

A pesar de lo anterior, en muchos lugares, lo recibido por los campesinos va ha parar a manos del acaparador local; si es efectivo, como pago

\* Coatateco y Xoxocotla, Mor.

de los préstamos o como compra de bienes satisfactorios a precios muy elevados; si es en especie, se la compra a precios bajos, de esta manera el campesino cuenta con liquidez para otro tipo de gastos, muchas veces destinadas para el consumo de bebidas embriagantes.

De esta manera, los ingresos recibidos por el pequeño productor, superan a los esperados por su cosecha, si esta es buena y si es mala, el Banco es quien tiene que absorber el crédito como "cartera pérdida". - Lo único que se logra es hacer creer al campesino el mantenimiento de una situación, donde siembra y a cambio recibe sus ministraciones periódicas sin comprometerse a pagarlas, pues el Gobierno Federal terminará por absorber esos créditos incobrables.

En mi opinión esta situación, en lugar de crear productores responsables, crea campesinos apáticos, viciosos y sin incentivos personales de superación, con lo que sólo se hecha a perder una generación de mexicanos.

La solución, es la mayor participación del estado, pero no en otorgar exclusivamente financiamiento, sino en asegurar un precio adecuado, una ágil transportación, un sano sistema de comercialización, trato, conservación y presentación idónea para el consumo etc. o sea, la participación del estado en todos los procesos de la producción, comercialización, para lo cual evaluar su grado de participación, apoyando orientando y supervisando la operación respectiva.

En resumen, ver al financiamiento como un fenómeno por aparte y separado del proceso productivo y de consumo, nos ocasionará realizar actividades erróneas. Más si lo integramos dentro de una estructura bien orientada y definida, tendremos como resultados; estímulo a la producción, elevación del nivel de vida de los campesinos, y lo más importante se borrará la imagen del hombre de campo, que espera las resoluciones burocráticas de la banca oficial para entregarle, cada vez más dinero.

#### 4. Producto comprometido -venta a futuro-

Quando el campesino no tiene bienes que avalen un préstamo -como es el

caso de los ejidatarios existentes en los casi 30 mil ejidos y muchos pequeños productores-, debe comprometer de alguna manera su producción en períodos que abarcan, no sólo el ciclo actual de producción sino algunos más adelante. Además los recursos derivados de la venta de su última producción, no satisfacen sus necesidades por lo que antes de iniciar el siguiente ciclo productivo, tiene que ofrecer, lo único con que cuenta, su producción futura. La cual es bien recibida por el acaparador de la región, quien dándose cuenta del apremio del campesino ofrece "para mayor ayuda", la seguridad de compra de su producción a precios fijados en ese momento. En ocasiones, el comprador se encarga de los trabajos a partir del momento de la venta, en otros casos, sólo le entrega parte del valor supuesto de la producción, quedando bajo la responsabilidad y cuidado del dueño, los trabajos necesarios para el producto, con la ilusión del productor de obtener mayor cantidad y de esa manera pueda resarcir el bajo precio con suficiente cantidad.

Será válido pensar, que en algunas de estas transacciones, el comprador pierda, pues por sobreproducción el precio del mercado de ese producto fuera aún menor, al estipulado con el productor, más sin embargo, casi nunca sucede así, ya que el conocimiento que poseen del mercado es amplio y saben las posibles ofertas de las principales zonas productoras ajenas de ser ellos quienes manejan el precio de los productos de origen agropecuario en los centros de consumo.

Es por ello que las ventas a futuro sea una práctica muy socorrida por los acaparadores quienes se preparan para contar en su oportunidad con todos los requerimientos necesarios y así obtener más producto al menor precio posible de compra y por consiguiente ganancias muy alevadas.

Es común encontrar compromisos de venta a futura de 3 y 6 meses, dependiendo del cultivo y las perspectivas del producto para el mercado de consumo. Pero en regiones muy apartadas y específicamente de productos frutícolas, estas ventas, alcanzan hasta 3 y 5 años y ha habido ocasiones que se compromete la venta en 20 años de producción, en estos casos no se fija precio, pero de ninguna manera beneficia al productor. Este es otro elemento que impide a los agricultores adquirir compromi-

sos con otros compradores, pues antes deben cumplir sus contratos de venta a futuros y si ese fue mal año o mala temporada, la esperanza - quedará en pie para la ocasión siguiente.

Lo anterior sucede en un mercado de escaso desarrollo y donde el control monopsonico y monopolico, se realiza en detrimento de productores y consumidores, situación permisible por la escasa participación de una entidad reguladora, la poca capacidad de defensa de los productores y la sujeción de estos con los compradores.

Pero las ventas a futuro es una práctica comercial muy usada por ejemplo, en las transacciones internacionales donde los mercados productores y consumidores regulan y ajustan la oferta y demanda de países con elevado desarrollo económico, abarcando productos básicos para industrializarse o que sirven de insumos en algún proceso productivo. Tal es el caso del café; que cuenta con dos bolsas de valoración para la oferta y demanda del grano, en estas bolsas se programan las ofertas y las demandas, fijando los precios más convenientes para el país productor y el país comprador, atendiendo a la calidad del grano y preferencia de los consumidores, dichas bolsas se encuentran en la ciudad de Nueva York, E.U., y Londres, Inglaterra; para el Azúcar la situación es similar a la anterior, siempre y cuando existan excedentes, solamente que para el caso de México su principal mercado de exportación es E.U. a través de cuotas establecidas. Para el algodón los países desarrollados como Alemania, Japón, E. U., Francia, consumen enormes cantidades de este producto, el cual a partir del aumento en las fibras sintéticas ha adquirido una importancia relevante y los precios futuros de la fibra presentan una tendencia a elevarse lo que estimula la producción, pues el costo de producción se había elevado más que el aumento en el precio de venta en el mercado mundial, el mercado de futuros de los productos, antes dichos se localiza en Nuevo York.

Así tenemos que las ventas a futuro se dan en los dos extremos de desarrollo, uno donde se perjudica el productor por ser pequeño y sin capacidad de defensa, en este medio el intermediario es quien obtiene los mayores beneficios de tal suerte que atentan contra el sano crecimiento de un país, la segunda forma de ventas a futuro, es la organización al

máximo nivel, entre grandes ofertas y grandes demandas, donde se persigue un beneficio mutuo y un ajuste del precio de acuerdo a las reales condiciones - del mercado mundial.

##### 5. Control de los Instrumentos de Trabajo.

A pesar de haber desarrollado con amplitud este tema, es conveniente señalar que, quienes mantienen la mecánica de explotación y control de la producción, a través de manejar los instrumentos de trabajos, tienen nexos muy estrechos con los grandes comerciantes y en muchos casos son empleados de estos últimos y quienes con una información general y ampliada a todas las zonas productoras, manejan el mercado de una manera completa, ya que no sólo obtienen productos a bajos precios, sino que especulan y orientan las cantidades recibidas hacia aquellos canales más rentables, con lo cual la producción -en muchas - ocasiones- no llega al consumidor popular.

No debemos olvidar que la existencia, cada vez más acentuada de intermedios, es permisible pues el escaso desarrollo de medios de comunicación, medios de transporte, desconocimiento del mercado, donde muchos funcionarios - menores se coluden con el mecanismo, aún sin conocerlo, haciéndose más difícil el acceso de los mercados de consumo a los pequeños comerciantes.

El hecho de aumentar las vías de comunicación entre cada comunidad y reafirmar la integración de todas las localidades a la vida política, social y económica de México, permite pensar en la disminución y progresiva desaparición de esas formas de explotación tan denigrantes, en una sociedad como la que - se persigue, en el modelo de país que México debe ser.

Para el gran comerciante, la labor desempeñada por el acaparador, es de vital importancia, pues cumple las funciones siguientes:

- Proporciona la información acerca de perspectivas de producción.
- Abastece el producto al menor precio posible.
- Evita la fuga de producto hacia otros canales.
- Controla los volúmenes de producción en los centros de consumo, con la cual evita "choteo" (Dumping) de mercancía.
- Permite la continuidad del mecanismo de explotación reforzando la - estructura social sobre la que opera.

Con lo que se aseguran los pingües ganancias del gran comerciante y por lo tocante al productor y a la producción se ahoga y asfixia la posibilidad de incrementar, situación que va en contra del desarrollo económico del país.

#### 6. Formación de los precios en el campo.

La teoría nos dice que, un precio es el resultado de la disponibilidad, de la oferta y la demanda de algún bien, esto es el punto donde se equilibra la oferta y la demanda. Pero en la sociedad actual, los elementos participantes en la formación de los precios son de todo tipo, es más los productos generalmente presentan varios niveles de precios, dependiendo de la etapa dentro del proceso distributivo en que se encuentre; para los productos de origen agropecuarios, los precios por los que atraviesa llegan a ser hasta 8-10 esto es: a) productor; b) usurero; c) acaparador local y/o regional; d) transportista; e) recepcionista; f) bodeguero; g) mayorista; h) medio mayorista; i) detallista y; j) con sumidor, en cada uno de estos niveles los precios son diferentes.

Veamos, como se forman los precios en el agro:

- Precios fijos a través de los contratos.- Se basa fundamentalmente en las compras a futuro, donde el comprador ofrece pagar un precio, el que existe fuera de temporada - generalmente muy por abajo del precio real- por una producción estimada, las condiciones subjetivas para tal precio, radican en la necesidad de contar con liquidez para el campesino y para el comprador asegurar cierta cantidad de producción a menores precios de lo que pagaría en el momento de la cosecha. El único participante con capacidad de negociación es el comprador y este presiona el precio, al mínimo posible, además de conocer la superficie sembrada de ese producto y el comportamiento para determinar las perspectivas de producción, elemento que usa exclusivamente en su beneficio.

De esta manera la fijación de los precios en contrato o convenio de compra-venta a futuro, tiene una base arbitraria, condicionada por el conocimiento del mercado y las perspectivas de producción de una de las partes. El comprador.

- Precios al momento de la cosecha.- Los precios determinados en este momento del proceso de producción, dependen del producto, localidad época de la temporada y en general condiciones del mercado.

En todos estos, es incuestionable que la voz dominante es la del comprador quien puede discriminar a los oferentes en virtud de manejar, menor apremio para adquirir los productos, en comparación a la necesidad de realización por parte del campesino.

- a) Precio fijado por el acaparador.- Cuando el comprador tiene con el productor el compromiso de compra-venta de su producto, determina un precio ligeramente inferior, lo suficiente para que al venderlo en otro punto, obtenga una ganancia atractiva.

Cuando no existe compromiso, maneja su posición como comprador para lo cual además de pagar precios inferiores, castiga la recepción del producto con mermas y taras, de esta manera paga menor cantidad de la recibida.

La capacidad de determinar un precio específico, se le otorga por ser quien cuente con los instrumentos indispensables para recibir y trasladar el producto a otro punto y lo más importante que el pago lo realiza en efectivo.

- b) Condiciones de la producción.- En muchas ocasiones los compradores, desearían pagar precios, aún menores de los ofrecidos, pero el hecho de conocer las condiciones de la producción, el nivel de oferta y la demanda más o menos establecida, obliga a ajustar el precio de acuerdo con esas condicionantes, porque, así como sabe el desarrollo de las diferentes zonas productoras, muchos campesinos no lo ignoran y de común acuerdo deciden aumentar los precios asegurando la compra de la producción del ciclo siguiente. En otras ocasiones, cuando el precio es muy bajo, el comprador no se presenta y el productor decide dejar perder la cosecha a levantarla con el riesgo de perder aún más.

Lo anterior visto aisladamente, permite un ligero margen a favor del cam

pesino, sin embargo, no olvidemos que este tiene comprometido los ingresos generados por la venta de su producto y generalmente el financiero y el comprador esta representado por la misma persona.

- c) Estimaciones subjetivas.- Anteriormente, señalabamos la habilidad del - trato personal que el acaparador tiene con el productor y para seguir - explotando la producción de este, el acaparador le otorga ciertas venta - jas como la de hacerse compadre; mantener una supuesta relación perso- - nal; en algunas ocasiones hasta evitar el descuento por castigos, mer- - mas y/o taras, etc. de esta manera el productor siente haber obtenido - un mejor precio respecto a sus compañeros.

Es importante señalar, que la compra no la realiza exclusivamente una - persona, aunque depende de la importancia de la zona productora, en oca- - siones se presentan compradores de 2, 3 y hasta 4 grandes comerciantes que buscan la mayor cantidad de producto, esto debería de beneficiar al productor mediante el ofrecimiento de mayor precio por kg. de producto. Pero no es así, pues como hábiles compradores eligen un precio y todos compran a ese precio o menor, nuevamente observamos que el productor en nada influye para obtener un precio más apegado a las condiciones de un producto o del mercado.

- d) Oportunidad de la cosecha.- La orden del precio de compra, parte general- mente del centro de consumo como un precio máximo. En estos centros se busca mantener un abasto oportuno de los productos manejados, mostrán- dose una escasa cantidad al inicio de producción de una zona determina- da; gran producción en la siguiente etapa y nuevamente escasa producción al terminar la cosecha de dicha zona, para lo cual se encadena la pro- duc- - ción inicial de una nueva zona productora.

A pesar de la coordinación entre zonas productoras, hay ocasiones en que se sobreponen una zona con otra, originando precios menores, o por el - contrario se acentúa la terminación de una y el inicio de otra zona pro- - duc- - tor - a, cuando sucede esto último, el precio de compra, para el productor se puede ver aumentado, aunque no siempre sucede así, con la información



oportuna los productores de algunas zonas se pueden ver beneficiados, al cosechar en el momento de escasez por el inicio o terminación de la cosecha en algunas zonas.

Lo anterior es muy frecuente, al tratarse de productos altamente perecederos como el jitomate, chile, algunas especies marinas, etc. para productos como granos, el tratamiento es diferente debido a la intervención de la CONASUPO, más adelante lo veremos. Para la ganadería el precio está sujeto a la estacionalidad, en época de sequía la falta de pastos y el alto precio de piensos y forrajes, hace bajar el peso de los animales y el precio, por lo que muchos compradores, deciden hacer tratos en ese tiempo y recoger el ganado, tres o cuatro meses después. A últimas fechas la escasez de carne para consumo humano se ha acentuado debido al bajo precio en el campo, problemas administrativos y operativos en el centro de sacrificio, el alto precio para la distribución y mejores opciones para la exportación, sin olvidar los problemas a nivel tablejero y de precios en los centros de consumo.

Participación Institucional CONASUPO.- El establecimiento de un precio mínimo de garantía, debía permitir la producción suficiente de los granos de consumo básico y asegurar un ingreso remunerativo para los productores, el resultado positivo o negativo de esta medida no lo trataremos, ya que es un tema extenso y nos desvía de nuestro objetivo. Sin embargo justo es reconocer que buena parte de la producción es captada por CONASUPO, y de ahí distribuida a los centros de consumo usando los diversos canales de comercialización. En este caso la determinación de los precios de garantía se debe a el estudio periódico que realiza una comisión para su ajuste cada ciclo.

Concluyendo, el precio en el campo está en función de las apreciaciones exclusivas del comprador, éste alimentado por la información de la existencia de producto en los centros de consumo, y las perspectivas de producción y costo a mediano plazo.

## 7. El problema de la transportación.

La amplitud del territorio nacional acompañada de la dificultad para unir

un punto con otro, debido a la accidentada orografía, crea para la transportación de productos de una comunidad con otra, un verdadero problema. En efecto, a pesar del gran esfuerzo realizado por los recientes regímenes, aún no podemos decir que México cuenta con una eficiente red de comunicación terrestres.

Más si esto fuera poco, nuestro país se enfrenta a serios obstáculos para contar con la capacidad de transportación suficiente para abastecer a los centros de consumo de productos básicos desde las zonas productoras; la causa es la falta de transportes, en cantidad y especificación adecuada - es por ello que conseguir transportes resulta una empresa difícil.

Es importante el cuestionamiento acerca de la posibilidad de una expansión global de la economía a todos sus niveles, si esta se diera, seguramente la capacidad transportiva, al no ser suficiente, ahogaría tal expansión, pues ni materias primas, insumos, maquinaria o producto terminado llegaría a su destino. En un estudio<sup>1/</sup> se concluye que la capacidad de desplazamiento total, para principios de 1977 sólo cubría el 75% de los requerimientos globales, considerando los productos agrícolas perecederos, pesqueros, forestales, comerciales e industriales, sin considerar la industria extractiva, si a los anteriores agregamos la crisis de la industria automotriz, el resultado es de una mayor carencia.

Ante esta limitante es fácil preveer, que los transportes requeridos en cualquier actividad económica no son suficientes, obligando a fletar transportes improvisados, destinados a los productos más rentables. La dificultad que entraña para un pequeño productor, es considerable para conseguir transporte para algunos envíos de productos agrícolas.

La producción altamente tecnificada, generalmente cuenta con fletes propios con la característica adecuada para su presentación, volumen, temperatura, etc.

Con relación a los ferrocarriles, que deberían ser la solución óptima para el problema de la transportación, pero no lo es y no es secreto para -

1/ El transporte en la Agricultura, Comercio e Industria, S.C. 1977

nadie la ineficiencia en la operación, que dista mucho de ser confiable, por ello se reduce a productos que no presentan acelerada perecibilidad, desaprovechando las diferentes densidades económicas por producto, así como las enormes distancias. Por lo cual, es muy reducida la participación de los ferrocarriles en la transportación de artículos de consumo popular, por ejemplo; en 1965 de casi 43 millones de toneladas transportadas en ferrocarriles, correspondía a productos agrícolas, animales y sus productos el 27 %, con casi 12 millones de toneladas, para 1971 se presentó disminución absoluta y relativa pues de un total de 48 millones de toneladas a los rubros señalados cubren menos de 11 millones de toneladas, lo que significa 22% y en el año de 1979, los graves problemas que se ocasionó al importar 3.5 millones de toneladas de granos, originaron que quedaran miles de toneladas en los puertos por falta de transporte ferroviario.

Considerando lo anterior, el problema de transporte de productos de zonas campesinas a las ciudades más importantes, resulta grave y delicado, por lo cual debemos evaluar detenidamente nuestro actual límite de transportación y racionalizarlo hasta su punto óptimo, permitir la proliferación de líneas fleteras, orientando su actividad hacia las zonas de mayor necesidad. Los ferrocarriles deben ser la columna vertebral en la transportación de productos para cualquier país, por lo cual la atención continuará siendo prioritaria.

La diversidad de instrumentos materiales y productos que se transportan requiere de una planta de producción integrada, pues no sólo se debe cumplir con crecientes programas de producción de motor a chasis, sino de cajas atendiendo a las condiciones de su uso futuro.

En la actualidad las empresas productoras de cajas especiales para camiones de tonelaje, son extranjeras y las pequeñas empresas nacionales tienen casi descuidado este renglón, es por ello, que conseguir camiones con Thermo King, o sistemas especiales de conservación por ejemplo, es sumamente difícil y los períodos de entrega superan 6 y hasta 8 meses. A partir de 1975, la producción de camiones con capacidad mayor de 3.5 toneladas ha sido insuficiente, al respecto es importante la labor que desempeña -

DINA, al introducir masivamente transportes medianos y grandes (3.5-5; - 8-10; 12-15; 25-30 toneladas de capacidad) sin embargo aún falta mucho por hacer y podemos afirmar que las nuevas producciones satisfacen sólo parte de las necesidades crecientes de transportación, con lo cual se amplía la brecha.

Una repercusión de tal insuficiencia se da al operar en una lonja comercial y detectar la deficiencia del transporte, los bodegueros aprovechan la situación aumentando los precios del producto transportado\*, en efecto, el simple hecho de una descompostura, un mal camino que impida el acceso, origina alteraciones en los precios que repercuten en el consumidor.

Nuevamente, la realidad nos demuestra que el proceso de comercialización es la integración de muchas actividades y al descuidar una sólo, perdemos el control de todo el proceso.

#### 8. ¿Es una ventaja vender en tiempo de cosecha?

Es necesario ubicar al productor, si suponemos a un gran productor con uso de capital y todos los beneficios de la producción capitalista, será evidente el beneficio que le reportará vender en época de cosecha, e incluso fuera de ella. Más sin embargo, si nuestro productor es pequeño generalmente ejidatario, con tierras temporales tendrá mejores perspectivas si tiene la capacidad económica que le permita "aguantar" hasta la temporada de cosecha, pero ello no lo libera del mecanismo de acaparamiento e intermediación, local y regional.

Pues no contará con los instrumentos o medios de trabajo necesario para la cosecha, selección, empaque, transportación y finalmente para la realización del producto en el mercado de consumo más adecuado, ya que desconoce los contactos y procedimientos. Por todo ello es conveniente exponer que el pequeño productor del país, representado por aproximadamente el 60% de la producción global para el consumo interno, no obtiene beneficios significativos, sea cual fuere la época de venta.

En efecto, la posibilidad de capitalizarse, sólo se puede asegurar cuando

\* Lonja comercial "La Alianza" Torreón, Coah. -Producto Cebolla- IX-1975.

exista una total transparencia en los diferentes pasos del proceso integral de la comercialización.

En ocasiones si el productor es pequeño y geográficamente esta ubicado cerca del mercado de consumo, podrá tener alternativas para, en momentos de escasez, obtener mejores precios por su producto, aún así la ventaja que debiera ser para el productor generalmente quedará en manos de intermediarios y/o comerciantes; liquidando de esta manera la posibilidad de aumentar el ingreso de las familias campesinas y restringir un posible aumento en la demanda de productos elaborados a industriales dando como resultado la restricción del mercado interno en todos sus niveles.

#### 9. La formación de los precios en los centros de consumo.

Cuando un producto de origen agropecuario arriba a los centros de consumo contiene inherentemente un costo determinado, que para el comerciante, comisionista o coyote es el punto de partida para fijar el precio de venta el cual podrá ser variable, pero el mínimo siempre le reportará una ganancia.

De esta manera, observaremos que muchos productos fueron comprados por el agente de los grandes comerciantes en el medio rural, como resultado de compras a futuro o acaparamiento por el control de los medios e instrumentos de trabajo. En la lonja, el gran comerciante tendrá un elevado margen para realizar el producto recibido, condicionándolo a la cantidad de producto similar que se encuentre en el mercado.

En contraposición hay productos -especialmente los perecederos- que son conducidos por los productores directos, para estos casos la fijación del precio en la lonja comercial considera varios pasos el primero; será el aviso de llegada a un cotizador quien la registrará y verificará las condiciones, cantidad y calidad del productor; al contar con la suma del total de productores y con conocimiento previo del tipo, cantidad, y clase del mismo, requerido por parte de los grandes comerciantes, procedera -el cotizador- a distribuir el producto entre los -

bodegueros a un precio que se fijará desde el momento en que hacen requerimientos los bodegueros.

El carácter perecedero del producto, determinará la posibilidad de fluctuaciones de baja y/o alza en el precio, motivo que obliga a los grandes comerciantes a concertar un mínimo y un máximo precio para cada clase y tipo de productos que manejan.

Es innegable que las condiciones del mercado originaran variaciones en los precios, lo cual comprobaríamos al comprar un producto en el mismo comercio a diferentes horas del día, así mientras más temprano sea la transacción de compra-venta, el precio deberá ser mayor, tendiendo a disminuir en la medida que transcurre el día. Esto no es una regla general, sin embargo es el comportamiento previsible del precio de un producto en un mercado que no presente alteraciones especulativas a corto plazo, lo anterior cabe mencionarlo, se puede ver alterado por las posibilidades en la suspensión del abasto, aunque la cosecha o producción sea normal.

Si la demanda se aumenta aceleradamente; si la producción sufre perjuicios graves como lluvias, malos caminos o catastrofe.

Considerando lo anterior podemos afirmar que la formación de los precios en las lonjas comerciales es una práctica diaria que fijan conjuntamente los grandes comerciantes o bodegueros y los cotizadores, estos últimos supeditados a las disposiciones de los primeros, para ello es necesario el conocimiento empírico que del mercado tienen los bodegueros, sus informaciones de abasto y las perspectivas de producción, con todo ello garantizan un precio que siempre les permita ganancias seguras y considerables, los márgenes de comercio con que operan es muy variable pero se puede estimar con las reservas debidas, fijar un mínimo de 25% y un máximo de 3,000% \*.

#### 10. La distribución en los centros de consumo.

La venta y distribución de los productos se encuentran fuertemente con

\* Política de Comercio Interior de Productos Alimenticios no elaborados Anexón C - Dcto. Preliminar Oficialía Mayor SIC. 1975.

VARIACIONES PORCENTUALES PROMEDIO EN EL PRECIO DE PRODUCTOS AGRICOLAS PERECEDEROS  
EN LAS DIVERSAS FASES DE INTERMEDIACION <sup>1/</sup>

F A S E S	A = 100% (1)		B = 100% (2)		C = 100% (3)		D = 100% (4)		E = 100% (5)		F = 100% (6)		G = 100% (7)		INCREMENTO INTER-FASES (8)	
	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.	Min.	Max.
A. Al Productor (venta a futuro) <sup>2/</sup>	100	100	55	35	45	30	35	20	30	15	20	10	15	5	-	-
B. Al Productor (época cosecha)	185	270	100	100	85	80	65	50	50	35	45	25	30	10	85	170
C. Rural <sup>3/</sup>	220	350	120	130	100	100	75	65	60	45	50	35	35	15	20	30
D. De Introducción <sup>4/</sup>	290	525	155	195	130	130	100	100	80	70	70	50	45	25	30	50
E. De Mayoreo	360	740	195	275	165	210	125	140	100	100	85	70	55	35	25	40
F. De Medio Mayoreo	430	1,030	270	380	195	295	150	195	120	140	100	100	65	30	20	40
G. De Menudeo	650	2,060	350	760	295	590	225	390	180	280	130	200	100	100	50	100

Fuente: Investigaciones Directas.

<sup>1/</sup> Los porcentajes mínimos y máximos de incremento neto en cada fase de la comercialización, expresados en la columna (8), están estimados en términos promedio para la generalidad de los artículos, y varían naturalmente de acuerdo al artículo de que se trate, la situación socio-económica de los pequeños y medianos agricultores, la zona de producción en donde se opera y la época de año, según exista una situación generalizada de abundancia o escasez del producto en el mercado. Por otra parte, dichos porcentajes están redondeados, ya sea a números redondos o hasta 5 unidades.

<sup>2/</sup> Esta fase de la comercialización, se presenta más pronto en perjuicio del productor, cuando se trata de frutas (vainas o futuros por varios años) o de productores de agricultores comercial o porque la práctica usual y generalizada consiste en el pago de interés usurario. Sin embargo, en este último caso el resultado es el mismo, en términos del precio al productor, debido precisamente a los pagos del interés.

<sup>3/</sup> En el caso de productos altamente perecederos, el precio rural es similar al precio al productor en época de cosecha.

<sup>4/</sup> En el caso de jitomate, este precio de introducción no existe, debido principalmente a que la casi totalidad de la producción que arriba diariamente a "La Mercad", ya está comprada previamente por los grandes mayoristas, o bien ya se encuentra comprometida con ellos y además de que en este producto está muy generalizada las ventas a comisión. En tal caso el precio correspondiente se conoce como de "reperto".

dicionada a unas estructuras que norman el tradicional comportamiento y proceso al cual se sujetan los artículos de consumo necesarios, estructuras más rígidas en la medida en que el producto es paracadero en mayor grado. Es por ello que debemos enfocar la venta a varios niveles como gran mayoreo, o distribuidor exclusivo, mayoreo, medio mayoreo, y finalmente menudeo o al detalle. Para los efectos de dar secuencia y no perder de vista al proceso continuo de la comercialización, sólo mencionaremos como genéricos los pasos de venta a mayoreo y al menudeo.

Mayoreo.- El gran comerciante o bodeguero tiene establecidos y controlados a sus clientes, situación que logra gracias al sistema de financiamiento y crédito otorgado generalmente en mercancía. En ocasiones se extiende dicha relación a compromisos como lo puede ser, la co-participación en la distribución a través de empresas donde ambos participan como aportadores de capital, responsables, agentes de ventas, administradores, etc.

Con lo anterior se demuestra que los grandes comerciantes tienen la visión integral del proceso de la producción -comercialización- venta, de los productores manejados, extendiendo su influencia en todos los niveles involucrados en el proceso. Tal situación se puede parcializar en la medida en que convenga al gran comerciante, con lo cual aleja paulatinamente al productor del consumidor, en detrimento de ambas partes y con el exclusivo beneficio del intermediario.

Para este caso el precio es fijado por el bodeguero quien evalúa la capacidad económica de sus clientes, su importancia y zona de influencia para hacerle las concesiones procedentes, representadas en el precio, plazos y forma de pago, oportunidad de entrega, calidad, producto, etc. En conjunto estos factores determinaran los canales hacia los cuales se destinará el producto y por consiguiente el tipo de beneficiarios, pues es conocido que las zonas de habitantes de ingresos elevados y medios altos, cuentan con cadenas de autoservicio y comercios con entrega a domicilio de mercancías seleccionadas, las zonas habitadas por perceptores de ingresos medios, cuentan con comercios bien abastecidos aunque menor control de calidad, finalmente las zonas habitadas por perceptores de in



greos fijos y bajos, tradicionalmente cuentan con una serie de abundantes pero pequeños comercios, anárquicamente distribuidos, generalmente antieconómicos, insalubres y mal atendidos.

Menudeo.- La venta al detalle presenta modalidades que abarca desde el tipo de canal de distribución hasta la zona, dependiendo del nivel de ingresos de los habitantes de una localidad. Así tenemos que la venta realizada por el bodeguero o gran comerciante, al detallista se basa en una relación de compra-venta sustentada por la diaria operación entre el comerciante y el detallista. El abasto se realiza constantemente dado el carácter altamente perecedero del producto, para estos casos el precio que se paga por el producto depende de la cantidad de compra y la frecuencia de esta, con lo cual se obtiene diferenciales de precio para el detallista - quien puede lograr condiciones de venta cómodas.

A partir de este momento, la fijación de precios para la venta al consumidor recaerá en el comerciante al detalle, quien determina su costo sus mermas y su ganancia y de esta manera ofrece el producto a un precio determinado por kilogramo. Este será mayor cuando la distancia entre el lugar de compra y el de abasto sea mayor, cuando la dificultad de transportar el producto aumente, cuando la demanda sea muy superior con relación a la oferta etc.

Lo anterior, nos conduce a afirmar que mientras la zona de consumo final - se encuentre más alejada, incomunicada, sin servicios, etc. el precio de venta de esos productos será mayor, de esta manera la población de menores ingresos será quien pague más caro los productos de consumo necesarios. - Si además agregamos el factor de la escasa vigilancia, control y regulación de los precios para tales productos, el consumidor estará en manos de la voracidad del comerciante.

Pero aún hay otras variaciones, pues la venta al detalle de los productos de origen agropecuario esta en función del canal de distribución. En efecto, si la venta se realiza mediante la gran tienda de autoservicio, con una amplia cadena de negociaciones, podrá ejercer la presión suficiente para obtener mejores precios, en virtud del volumen y constancia de su demanda, de esta manera podrá asegurar la rentabilidad de la operación comer-

cial, pues conjunta los márgenes de comercio de las distintas líneas que maneja. Es conocido que muchos productos de origen agropecuario formen el cuadro elemental de productos ganchos, con lo cual aseguran las ventas generales de la empresa.

En cambio la venta al detalle a través de pequeños comercios, donde la gran mayoría son antieconómicos y cuya incosteabilidad se transfiere a los consumidores vía precios, con una tendencia a desaparecer en especial en zonas urbanas en las que los niveles de ingreso se mejoran. Para estos casos el suministro de mercancías tiene desventajas ya que el volumen demandado es más reducido, la velocidad de desplazamiento esta en función de la demanda y de la ubicación. Es por ello que la fijación del precio de venta será arbitraria y estará en función del lucro del detallista.

La situación anterior se ha visto confirmada, no sólo por los comercios particulares y específicos que a nivel de miscelánea, recaudería, etc., se ubica independiente a cualquier unidad completa de comercialización, sino también en el gran número de mercados fijos que operan con niveles antieconómicos.

Al margen de los canales particulares y como una alternativa cada vez más firme, existen los canales oficiales con control por parte del gobierno, sea como federación, estado o municipio. Dentro de los más importantes señalaremos las tiendas departamentales de las entidades del Sector Público, los diversos tipos de tienda de la CONASUPO, programas especiales de suministro de bienes de consumo indispensables, (despensas por trabajos rurales de beneficio a la comunidad, S.S.A., IMSS, INI, etc.) finalmente los "Mercados sobre Ruedas", con control por parte de la Secretaría de Comercio, con un ámbito Nacional, los tianguis que sólo operan en las grandes ciudades del país, en este caso con autorización de las autoridades delegacionales y/o municipales, cuyos integrantes se deben sujetar a las normas establecidas para la comercialización; estos últimos programas son realizados en la vía pública. Más adelante trataremos su operación.

11: La atomización de la oferta.

Contar con información acerca de los pequeños comercios establecidos en toda la república es tarea que difícilmente se podría cumplir, aún con los elementos físicos, financieros y humanos abundantes, por lo que sólo trataremos de ejemplificar al respecto.

En la zona Metropolitana de la Ciudad de México, existen diferentes estimaciones de el número de comercios en pequeño establecidos; por un lado la "Camara del Pequeño Comercio" asegura que llegan a 50 mil establecimientos, sin embargo en investigación de carácter muestral, la SECOM a declarado en febrero-1977, que superan los 80 mil, de los cuales, se estima controlar el 50% en forma diferente, sin considerar los ambulantes que a la fecha se estiman en 500 mil para la zona conurbada. En este universo de comercios, los giros fundamentalmente son los destinados a abastecer a la población de satisfactores de consumo necesario.

En otras ciudades importantes, se puede apreciar que en una manzana existen de uno a tres establecimientos comerciales, como ejemplo las ciudades de Celaya, San Luis Potosí, Aguascalientes, Torreón, Merida, Tampico, etc. lo anterior a guisa de ejemplo, nos permite aseverar que la actividad comercial es socorrida y profusamente difundida en el territorio nacional, repercutiendo en la población total de consumidores, es por ello que la necesidad de entender la problemática en este medio tiene mayor importancia, de la que hasta la fecha se ha brindado pues es evidente el descuido y grado de atraso en que se desempeña.

Anteriormente señalábamos que los canales de distribución son muy vastos y presentan características muy peculiares, dependiendo de su ubicación geográfica comercial, capital, etc. para nuestro tema analizaremos el integrado a un centro de venta y el independiente, dejando de lado el gran comercio representado por las cadenas comerciales de autoservicio.

La proliferación de los pequeños comercios, en especial en las zonas urbanas, tiene su justificación en el hecho de permitir un adecuado suministro de los satisfactores de consumo necesario, para los habitantes de una zona determinadas; en la medida en que las comunidades han crecido, concomitantemente han aumentado los comercios con escasos recursos de capital que a

la par de ser un servicio, es una fuente de ingresos para sus propietarios, así en la medida en que es menor el capital en giro (en operación), las necesidades de obtener mayor ganancia por unidad, obliga a ofrecer - mercancías más caras.

Además, la proliferación de tales establecimientos obliga ha sostener -- una sorda competencia entre comerciantes de una misma zona, resultando en un mercado potencialmente estrecho lo cual provoca menores ventas. Si consideramos que el negocio es fuente de ingresos, debiendo cumplir con gastos fijos; se vuelve una necesidad lo de aumentarlos para cubrir las erogaciones todo lo cual redundo en un perjuicio al consumidor quién adg más de percibir ingresos escasos, debe destinar una proporción mayor para comprar los bienes necesarios, que tracionalmente adquiere en esos establecimientos. Prueba de ello son los programas puestos en marcha por -- IMPECSA, DICONSA y en general CONASUPO.

De tal suerte que la atomización de la oferta, en la actualidad resulta ser inoperante, por las razones siguientes:

- Reducidos mercados potenciales y divididos entre varios comercios.
- Limitado capital de trabajo.
- Incapacidad económica para realizar compras de volumen que permitieran mejores precios.
- Adquisiciones a precios altos.
- Gastos fijos elevados.
- Volumen de ventas reducidas.
- Excesivos dependientes económicos.
- Desconocimiento de métodos y técnicas de comercializar.
- Conocimiento empírico y deficiencia del uso y trato de los productos, etc.

En resumen podemos afirmar que los tiempos del pequeño comercio han pasado y actualmente generan mayores problemas que soluciones, es por ello in dispensable pensar en la manera de efficientar esos tradicionales canales de distribución, si por un lado es imposible dejar que los comerciantes - no perciban algún ingreso; por otro no se puede negar al consumidor la -

ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

posibilidad de abastecerse de sus satisfactoras en su medio de acción. Es entonces una responsabilidad de nuestra sociedad buscar formulas que vuelvan operativo, lo inoperante.

Lo anterior tiene infinidad de alternativas, podríamos pensar a nivel propositivo en la integración de establecimientos de mayor tamaño, con auto-servicio donde se conjuntaran los capitales de operación de 5 a 10 pequeños comercios, en ellos cada dueño tendría un trabajo específico, digamos, compras, almacén, estantería, caja, etc., y de esa manera crear unidades más grandes que satisfagan la necesidad de empleo presten el servicio del comercio, aumenten sus ingresos y permitan ahorros por compras en volumen; esta forma de organización puede crecer horizontal y verticalmente, con lo cual se podrían integrar demandas de comercios establecidos y realizar compras en común, etc. Al conjuntar un buen número de demandas se puede hacer tratos directamente con productores, evitando la excesiva intermediación y generando cada vez más empleos, que elaborarán y realizarán las presentaciones demandadas por el consumidor en los diferentes establecimientos. Bueno, lo anterior es sólo un ejemplo, ya que si actualmente el desarrollo del comercio ha desembocado en un atolladero, no por ello es un problema insuperable, pero si es indispensable pensar en la manera de lograr un sistema de comercialización ágil, directa, transparente y ante todo útil a las necesidades de nuestra sociedad.

## 12. El consumidor

Dentro de este complejo y completo proceso, hay un elemento que recibe el efecto generado a mucha distancia por situaciones totalmente ajenas: Este elemento es sin lugar a dudas uno de los más perjudicados, pues es el ente que debe sujetarse a los obstáculos climatológicos, físicos, personales en función del interés del acaparador, distribuidor, bodeguero gran mayorista y detallista, en todos esos pasos y en ocasiones más allá, es el que paga las ganancias y sobre ganancias o sea "el consumidor".

Así siendo este el último elemento de la cadena, el que realiza, el que concretiza, el que da sentido al proceso, iniciado en la producción; pasa de ser un gran personaje, ha ser víctima de una serie de estructuras de-

finidas, mantenidas y confirmadas en cada día, en cada acto de compra, en cada comercio, de nuestro viciado mecanismo de comercialización.

En efecto, la característica del consumidor es demandar y no hablo de la demanda condicionada de satisfactores superfluos muchas veces inútiles sino de aquella demanda necesaria, indispensable y consuetudinaria que toda la población debe hacer para vivir. Esta demanda de productos originados en el Sector agropecuario, traducidas en alimentos que precisamente, por ello debiera ocupar vital importancia en los programas de suministro del Gobierno Federal y que lamentablemente, la realidad nos muestra y demuestra la falta de visión globalizadora de las autoridades responsables para dar verdadera solución a tan grave problema.

Esa demanda necesaria, ha permitido dentro de este mismo esquema beneficiar a unos estratos, pero estos, en su gran mayoría están perjudicando a los grupos prioritarios, por su número y por su función, estos es, consumidores y productores.

Los consumidores como demandantes individuales de satisfactores, se ven imposibilitados de oponer resistencia a los designos, antisociales de muchos comerciantes y como necesitan tal o cual satisfactor cede su importancia al abuso inconciente.

Es definitivo que la sociedad en que vivimos, no prepara a sus miembros para una actitud de grupo, para una defensa de la comunidad, para una sana supervivencia entre seres humanos. Sino que por el contrario la diferencia individualista se sobrepone al interés de la sociedad; el sistema actual de comercialización es una prueba. En base a esto, difícilmente podrá la misma sociedad organizarse en torno a los problemas del consumidor. Más sin embargo, el Gobierno como órgano regulador y perpetuador del sistema esta obligado a no permitir los esquemas de explotación que destruya su equilibrio.

La comercialización es uno de ellas, es imperativo organizar a los consumidores en grupos concientes, racionalmente críticos en cuanto con-

cierno a la distribución y gasto de sus recursos. No nada más de una manera indicativa como lo han realizado las entidades en defensa del consumidor, sino de una manera más activa; la que podría ser a través de grupos organizados de compra en común, almacenes de distribución para el beneficio social, grupos sindicales de consumo; grupos solidarios de consumidores; sociedades cooperativas de consumo de artículos indispensables; asociaciones de colonos para el abastecimiento de víveres etc., o incluso se pueden formar programas conjuntos entre los sectores públicos, privado y social.

Con esto y campañas orientadoras, capacitadoras y sensibilizadoras, programas de vigilancia, regulación del mercado etc., se puede alcanzar una distribución más eficiente y racional, justa y remunerativa, ágil y completa, que quizás en breve tiempo anule las actuales estructuras y sea si miente de nuevas que a su vez nos pongan en camino de la solución al problema de la alimentación, pues permitiría; un pago justo y estimulante al productor; un margen de comercio suficiente para las necesidades del comerciante y/o distribuidor; y un precio accesible al consumidor.

## V . LA INTERMEDIACION.

### 1. El origen como Fuente de Empleo.

No cabe duda que el comerciante cumple con una función social de gran trascendencia para la sociedad, cuya realización justifica la forma de vida de aquel que proporciona los alimentos a los habitantes en general.

Dentro del esquema general de la comercialización actual, es muy frecuente encontrar que el origen de esta actividad es reciente y pocas familias pueden vanagloriarse de proceder de tradicionales comerciantes, en rigor las familias de tradición comercial, de hecho no existen y se reducen a una o como máximo dos generaciones, dicha situación se viene arrastrando desde la época colonial. En efecto, esta es la conclusión a la que llega D.A. Brading en su ensayo sobre "Mineros y Comerciantes en el México Borbónico" (1763-1810)\* y después de identificar a los principales bodegueros y comerciantes de las lonjas comerciales más relevantes del país, se confirma tal aseveración.

Así tenemos que en muchos casos, un inquieto productor ansioso de encontrar un canal de venta seguro y confiable para sus productos, se encamina hacia la ciudad de México donde poco a poco conoce a los bodegueros, a los transportistas, cotizadores, estibadores, diableros, etc. haciendo las relaciones que le permiten conocer el comportamiento del mercado. De esta manera adquiere un conocimiento mayor al de los habitantes de la misma comunidad y poco a poco, gracias a ese conocimiento se inicia como organizador y contacto entre el productor y el comerciante.

La capacidad económica de los comerciantes y la necesidad de vender sus artículos es mayor, mientras más elevado es el grado de perecibilidad del producto. De esta forma empieza a ser un agente o corredor de ventas de algún o algunos comerciantes. Si este campesino demuestra valía y sujeción al comerciante, después de probar su lealtad, muchas veces a costa de sus propios paisanos, recibe el apadrinamiento del gran comerciante para iniciarse como bodeguero o para adquirir

\* F.C.E. 1975.



importancia dentro de la organización del gran comerciante.

Lo anterior se ratifica al realizar operaciones ventajosas para el comerciante, continuando con la tradicional tendencia de obtener las máximas ganancias, gracias a comprimir lo más posible el precio de compra de los productos cosechados por sus paisanos.

En este momento la mentalidad de aquel inquieto productor, está lista para perpetuar el mecanismo de comercialización a través de apoyarlo con la participación activa de un intermediario, quien por proceder de los propios productores conoce sus necesidades, carencias y formas de solucionarlas, así como la época adecuada para, además de "ayudarle" conseguir el privilegio de comprar su cosecha a precios atractivos.

Hemos mencionado que un elemento de gran importancia es el conocimiento del comportamiento del mercado, saber las épocas de producción que crea dumping comercial, de escasez real y de cambio de la zona productora ya que en el momento en que termina la cosecha de una y empieza la de otra zona, se dan 3 ó 4 días de relativa escasez que bien aprovechada rinde pingües ganancias.

Este conocimiento del mercado, es en el fondo un elemento de control de la producción que el intermediario aprovecha para comprometer una cosecha a un precio lo más bajo posible para realizarlo al máximo precio que soporta el mercado. De esta forma se define la función del acaparador, quien para garantizar sus ganancias castiga al productor, de ahí el dicho popular "Una buen venta, radica en una buena compra".

No queremos señalar sólo los aspectos negativos del comerciante a través de sus agentes y controladores en el campo, ciertamente hay ocasiones en que la función que desarrollan merece un reconocimiento pues para poner a disposición de los consumidores los productos, debe hechar mano de infinidad de recursos, incurre en riesgos y destina tiempo todo ello debe tener un costo cristalizandose al ver en la mesa del consumidor, los productos que requiere, téngase en cuenta la gran perecibilidad de algunos productos.

No obstante lo anterior, un comerciante, un acaparador, transportista, en

general cualquier eslabón en la cadena de intermediación, realizan su función vista como una forma de ganarse la vida, donde el único fin es obtener la máxima ganancia, sin considerar el daño que se le pueda ocasionar a terceros, en otras palabras el fin es el lucro.

## 2. La Capilaridad Social del Comerciante.

El ejemplo anterior simplifica largos años de acción de los prospectos de comerciantes y es evidente que muchos aspirantes truncan sus ambiciones ante la delicada e intrincada mecánica exigida por la comercialización, particularmente de productos perecederos de origen agropecuario.

Pero dentro de esos limitantes, la práctica del comercio presenta ventajas que ninguna otra actividad puede otorgar al campesino, quien se caracteriza por la dificultad de adquirir preparación. Es por ello que frecuentemente encontramos grandes bodegueros y comerciantes cuyo origen es netamente campesino y difícilmente alcanzan grado profesional en su escolaridad.

A nuestro juicio esto tiene explicaciones que responden a los argumentos siguientes:

1. Una permanente renovación de grandes comerciantes, cuya preeminencia alcanza como término medio una generación.
2. Un rústico manejo de sus operaciones comerciales con lo que se obtienen dos variaciones, por un lado la imposibilidad de ampliar constantemente la organización ya que depende de las decisiones de un líder y, por otro lado el hecho de aceptar la modernización ha implicado el cambio de giro y el descuido de sus contactos comerciales en el campo, con ello esos agentes o bien se independizan creándose nuevos comerciantes o bien, son integrados a otros nuevos pujantes bodegueros.

3. Una constante necesidad de ampliar sus funciones por el crecimiento de la comunidad, así como por la diversidad de la cadena de intermedios.
4. Una relativa facilidad para ascender en la escala social, éste seguramente, es un elemento de gran importancia en la actualidad, ya que muchos campesinos relacionados con la producción, transporte, - distribución y venta, anhelan alcanzar la posición del gran bodeguero, pues su origen era similar al del propio campesino. También se refuerza por los lazos de vecindad y procedencia propias del agromexicano y por las relaciones creadas y gracias al padrino y compadrazgo que también es práctica generalizada para los campesinos.
5. Una permanente función social donde es posible dar solución al problema de la realización de los artículos producidos en el campo y ponerlos a disposición de los consumidores.

Lo anterior es posible por el mayor control que adquieren los comerciantes pues cada día crece el número de demandantes y de oferentes, pero la cantidad de comerciantes, particularmente de aquellos que controlen la producción y por consecuencia los mercados, no aumentan o en caso de hacerlo es en una proporción tan pequeña que se asemeja a un embudo donde de ambos lados se amplían y el centro se contrae.

Al paso del tiempo la función de gran comerciante ha adquirido una posición tan estratégica que de no cumplirse adecuadamente perjudica a la sociedad en su conjunto, permitiendo confusión en cuanto a su papel dentro de la cadena de intermediación, sin embargo para el comerciante la función social no es importante, ya que sólo le interesa obtener mayores ingresos, es aquí donde radica la principal contradicción, pues el beneficio social nada tiene que ver para normar el comportamiento individual del comerciante y por el contrario es el interés particular el que prevalece sobre el social.

En algunos medios no es aceptada esta información, en ellos se alega que el comerciante es un servidor sujeto a los designios del consumidor y por ello se debe a él, supeditado al consumidor pero no alcanza a com-

prender la vigencia de los instrumentos y mecanismos. En efecto lo que - fue necesario y correcto para principios de siglo, no lo es para la actualidad como se demuestra en el proceso distributivo al aprovecharse, creando recurrentemente momentos especulativos.

Los procedimientos y práctica de los intermediarios y comerciantes, que - no se han modificado sustancialmente desde el siglo pasado, son actualmente opuestos a los intereses de la sociedad, incluso atentan contra su propia subsistencia. Es evidente que la sociedad requiera de un cambio radical en el proceso de comercialización, ya no es posible abastecer las necesidades de una ciudad como las actuales a partir de condicionamientos mentales individualistas, mezquinos y particulares.

Por el contrario se requiere de mentalidades nuevas que integran horizontal y verticalmente el proceso, no desde un punto de vista técnico eminentemente; sino práctico y apegado a la realidad que nos muestre una sola - entidad dividida y no varias acciones integradas.

### 3. Conocimiento y Control de Mercado.

El efecto descrito anteriormente, resume la problemática y éxitos sociales de un gran comerciante pero medularmente, todo ello es posible gracias a ciertas acciones y decisiones que se ubican en el área de la comercialización y concretamente en el conocimiento del mercado así como el adecuado manejo del mismo.

Pero, para llegar a ese conocimiento y control de mercado, ha sido necesario acumular información, perspectivas, tendencias de todo el proceso. - Así tenemos que un bodeguero debe concentrar los datos sobre las zonas -- productoras, las necesidades y clases de los artículos, las temporadas de presiembra, siembra y cosecha, las características y necesidades de la zona para facilitar u obstaculizarlo, las rutas y áreas de acceso, los transportes adecuados y oportunos. Pero además de todo este cumulo de información, requiere personal de confianza, de tal magnitud esa confianza que - puedan confiar enormes sumas de efectivo en unos cuantos días.

A efecto de ejemplificar, observamos brevemente las actividades que podría

desarrollar un bodeguero de la lonja comercial de la Ciudad de México - en; jitomate. Por ejemplo:

- Debe prever tener mercancía todo el año, para ello, indentificará - las plazas productoras más conveniente, más cercanas, con calidad - aceptable del fruto, en cantidades suficientes y con vías de acceso adecuadas. Encontrará que dentro de las zonas productoras debe considerar a Tonatico, Edo. de México, Izucar de Matamoros, Edo. de Morelos, Uruapan y Apatzingan Michoacán, la zona del Bajío, el Estado de Hidalgo, La Laguna, Culiacán e incluso, Tijuana en Baja Califor--  
nia
- De todas esas zonas productoras a saber, quien puede venderle, a que precio, en que cantidades y cuando, para ello se auxilia además del personal de su confianza, de las asociaciones de productores, de los corredores y "coyotes" quienes hacen su aparición en la temporada - cercana a la cosecha y por el hecho de poner en contacto al compra--  
dor con el vendedor cobrando alguna comisión, generalmente también - ayudan a conseguir cortadores, empacadores y transportistas.
- El acaparador nacional de jitomate.- Se asienta en la Ciudad de Méxi--  
co; para asegurar la compra del producto, utiliza artimañas y deta--  
lles que le valen una calidad moral ante el campesino, ello lo logra a través de; aliarse con el cacique, usurero o líder de la comunidad; enviando un agente de compra previamente a la temporada de la siembra para que mediante financiamiento comprometa la cosecha, generalmente a precios muy reducidos. Es conveniente hacer la aclaración que el Banco Nacional de Crédito Rural, hasta hace pocos años no contaba con líneas de crédito para los productos perecederos, por lo cual las --  
cantidades destinadas a esos productos eran reducidas, obteniéndose de los recursos sobrantes de otras líneas. No obstante la participa--  
ción del organo oficial ha ido aumentando, por lo que el financiamien--  
to del comerciante particular se ha orientado hacia fines y épocas es--  
tratégicas. Cada vez es más común ver que el comerciante realiza -  
una relación de aparcería con el productor, esto es que financia al campesino bajo el entendido de que una parte de la cosecha será del comerciante y lo del productor se comercializará a través del prime--

ro, esa parte es variable pudiendo ser de una quinta, cuarta, tercera e incluso la mitad, atendiendo al monto del préstamo y a la calidad de la relación. En otras ocasiones aprovecha las relaciones creadas socialmente como el compadrazgo para conocer los detalles de las zonas productoras y diseñar la estrategia de operación, la función que realiza el compadre y/o ahijado es el de agente de ventas ó corredor, por último acude personalmente durante ciertas épocas del año conviniendo con los productores para conocer los planes y aspiraciones de los campesinos gracias a ello sabe como tratarlos asegurándose que obtendrán el mayor beneficio posible.

- A partir del momento en que la fruta madura, (maciza) en el caso del jitomate cuando se inician los cortes, el comprador generalmente se hace responsable del corte, selección y empaque para ello, debió de haber contratado a los cortadores, el transporte que los llevará hasta el huerto, el acondicionamiento para realizar la labor de selección en el campo, para ello se construye una palapa y en mesas rústicas se separan las clases y calidades. Debe también proveer las cajas para empacarla, tapas y clavos, ya que en frecuentes ocasiones los clavos son elementos de control de la producción, más aún cuando escasea el mineral o bien las constantes alzas de precios inciden sobre el material, contribuyendo con el ocultamiento. Por ello los compradores se avituallan de esos artículos llegando a concentrar madera para varios miles de cajas y clavos en cantidades de algunos cientos de kilogramos, para cada temporada de cosecha.

Por último, contratan o se allegan de los transportes necesarios, hay épocas y lugares que por ejemplo durante las temporadas de lluvias no entran los camiones y por ello deben utilizar tractores o carretas para sacar la carga ya empacada.

Esto demuestra que para el manejo del mercado, si bien no requiere de ningún conocimiento especial, ni de técnicas sofisticadas, si necesita de una extrema interiorización y dedicación de esta actividad, además de los recursos, el personal y la posibilidad de comprar y vender grandes volúmenes en lapsos reducidos.

- Tenemos que considerar el otro extremo de la pinza, sin la cual no se comprende el proceso íntegro de la comercialización; este se refiere a las características de la demanda, para ello los grandes comerciantes tienen calculadas las necesidades por épocas, del jitomate, además deben considerar aquellas plazas cercanas susceptibles de recibir los posibles excedentes de producto comprometido, sin descuidar aquellas ciudades que por la distancia o dificultad en el acceso, o incluso -- por cuestiones extraordinarias pueden requerir el fruto a precios -- atractivos independientemente de la distancia o accesibilidad.
- Para las ciudades, en su distribución interna existe un verdadero ramaje de comerciantes, medianos, pequeños, distribuidores, etc., (atomización de venta al detalle) que garantizan el desplazamiento del producto cuando llega a la plaza consumidora. Esa intrincada y compleja estructura de distribución se apoya en el crédito que alcanza niveles inimaginables, una reciente investigación\* demostró que un de tallista recibe crédito diariamente el cual tiene una tasa de interés del 20%, en otras palabras por comprar en la mañana y pagar esa misma tarde el gran comerciante gana \$20.00 pesos de cada \$100.00 vendidos.

Sin embargo, el crédito para la comercialización de productos perecederos en las zonas consumidoras adquiere rasgos de abuso y usura, con condicionados por; en primer lugar el conocimiento personal y/o recomendación de avales prestigiados en el medio y en segundo lugar, por personal especial para obligar el pago cuando el beneficiario no acepte cubrir su deuda. Esto es frecuente en la renta de diablos y carretilleros, pero estraña el cumplimiento en el caso de los comerciantes al detalle.

Conocer la complejidad del pequeño comercio en la Ciudad de México -- por ejemplo, es verdaderamente una ocupación de tiempo completo para un número elevado de estudiosos y sin embargo el comerciante bodeguero tiene enormes carteras de clientes de todos los rumbos de la Ciudad, ya que gracias a su situación no tiene que buscarlos, sino que -- por el contrario, ellos son quienes lo buscan y cumplen con sus requisitos para verse beneficiado, bien sea con el crédito o con la venta "preferencial" de los productos que opera.

\* Investigación directa del Fideicomiso para la producción y comercialización de productos agrícolas perecederos. (1975)

#### 4. Tendencia Monopolista de los Comerciantes.

Sin lugar a dudas el continuo proceso de la comercialización ha desembocado en la generación de un grupo de influyentes y poderosos de comerciantes, - quien dentro del desarrollo normal de sus actividades adquieren un control del mercado en los diferentes productos. El control de la producción ensa-  
cha sus operaciones en primer lugar buscando mercado para el producto com-  
prometido y en segundo lugar después de haberse ampliado en mantener su in-  
fluencia y clientes aún en épocas en que la producción disminuye considera-  
blemente.

Considerando lo anterior como mecánica operativa habitual, el control de la producción se centraliza cada vez en menos manos, y esos pocos grandes comer-  
ciantes, acuerdan si no fácilmente, si de una manera informal los precios y  
cantidades de productos que han de vender. Con relación a calidades es muy  
difícil hablar, ya que en nuestro país, existe una diversidad de climas y -  
condiciones de producción, con lo cual cada región tiene variedades criollas  
de producto y hasta la fecha no ha sido posible "normalizar" las calidades  
de los productos agrícolas perecederos, este esfuerzo solo ha alcanzado a -  
la mercancía destinada a la exportación.

Ahora bien, el manejo rutinario del mercado, se ha extendido alcanzando una  
parcial integración de actividades. Así tenemos que hay bodegueros que adema-  
s de comercializar, producen ya sea como aparceros o como propietarios de  
algunos predios en las zonas productoras y generalmente también son transpor-  
tistas, existen ejemplos de comerciantes que aglutinan flotillas de camiones  
rebazando las 50 unidades en muchos casos.

Es evidente que ésta situación acerca al comerciante hacia una posición mono-  
pólica y de excesivo control, con lo que cada acción que él realice va a te-  
ner repercusiones que transfiere cada integrante de la cadena de intermedia-  
ción, pero finalmente afecta tanto al productor, como al consumidor.

La tendencia monopolista, también cierra las posibilidades para que algún -  
nuevo comerciante e incluso organización social, privada o pública, irrumpa  
dentro de su mercado al respecto existen abundantes ejemplos, sin embargo -



por haber sido experiencia propia señaló la del "Fideicomiso para la Producción y Comercialización de Productos Agrícolas Perecederos", que contaba con apoyo oficial y recursos, si bien es cierto que en forma muy limitada, pero pudo incidir notablemente en las plazas donde operó. No obstante durante toda su vigencia fue enfrentado a una guerra de precios y boicots que a la fecha no se han analizado adecuadamente, esa férrea oposición, finalmente liquidó al organismo público y mostró claramente el enorme poder, no sólo económico, sino también político de esta élite de comerciantes.

Si bien es cierto que existen agrupaciones de comerciantes, en los niveles de bodegueros e introductor, la cohesión entre ellos deja mucho que desear ya que cada uno detenta un poder excesivo dentro de su mercado, o en sus productos y plazas. Pero cuando existe un problema que les atañe a todos es cuando demuestran su enorme poder. Bajo otras condiciones son capaces de orientar sus actividades hacia otros fines, todos ellos en busca de mayor control, mayor poder y por consiguiente se fortalece la posición monopolista de los grandes comerciantes. En la actualidad el monopolio de los bodegueros rebasa los niveles de otras actividades, el control se manifiesta en la venta como en la compra, se puede argumentar como prueba de lo anterior el hecho de la central de abastos, misma que sólo cambio de lugar sin afectar el proceso de comercialización y en cambio se apadrinó su mecanismo por parte del Gobierno Federal.

##### 5. Integración de la Intermediación.

Si bien es cierto que como esferas de poder y control difícilmente se asocian en cambio en términos de funciones, sí se puede hablar de una integración de intermediarios. Este es el mejor ejemplo sobre la visión que se debe tener para comprender a la comercialización.

En efecto, los grandes esfuerzos oficiales por subsanar los problemas de producción, distribución y venta han tenido resultados muy pobres y frecuentemente, han sido y son pérdidas constantes y crecientes, lo cual se ha traducido en quiebras de negocios y desaparición de fortunas también para comerciantes particulares. Quizá la mayor similitud entre estos casos, sea preci

samente la falta de entendimiento en lo que es el proceso íntegro de la comercialización.

Se han empeñado en ver seccionado, algo que está integrado con facetas especiales pero perfectamente coherentes, un fenómeno con otro, con relación directa y proporcional entre la producción y la comercialización; más aún entre los factores de la producción, su disponibilidad y potencialidad con el volumen y calidad de la cosecha.

Si alguna crítica es válida a los organismos públicos, es precisamente la incapacidad de integrar un conjunto de eventos que conforman un proceso; o sea, un conjunto de acciones para producir, otro conjunto de acciones para distribuir, otro más para que llegue al consumidor. Pero estos procesos se integran también y forman un sistema, repito la imposibilidad de integrar los eventos en procesos y los procesos en sistemas, ha impedido que muchos esfuerzos públicos, sociales y privados alcancen el éxito esperado.

Los grandes comerciantes, en cambio han operado bajo esta "regla de oro", - teniendo como premisa básica, obtener el máximo beneficio, han integrado los eventos para controlar la producción, han unido otros eventos y han distribuido y asocian otros eventos más y realizan los artículos; con ello logran mantener el proceso íntegro, logran grandes ganancias y logran una forma de vida cómoda y holgada. También han logrado descapitalizar al campo, han logrado anarquías y desequilibrios en el crecimiento de la ciudad, han logrado perpetuar un sistema social desventajoso para quien produce y para el consumidor final, etc.; todo ello bajo el sospechoso silencio y el disfrazado apadrinamiento de funcionarios involucrados en la toma de decisiones - relativas a la rectoría económica en materia de política hacia el campo y - hacia la comercialización.

Como mencionábamos anteriormente, distintas personas han integrado esfuerzos para obtener enormes ganancias: Desde el usurero prestamista que como casique generalmente otorgaba financiamiento a los campesinos en condiciones tan desfavorables para ellos que, muchas ocasiones era preferible no sembrar; condicionando de tal manera sus cosechas que aún antes de levantar la ya tenían que comprometer la del próximo ciclo; con el transporte y los

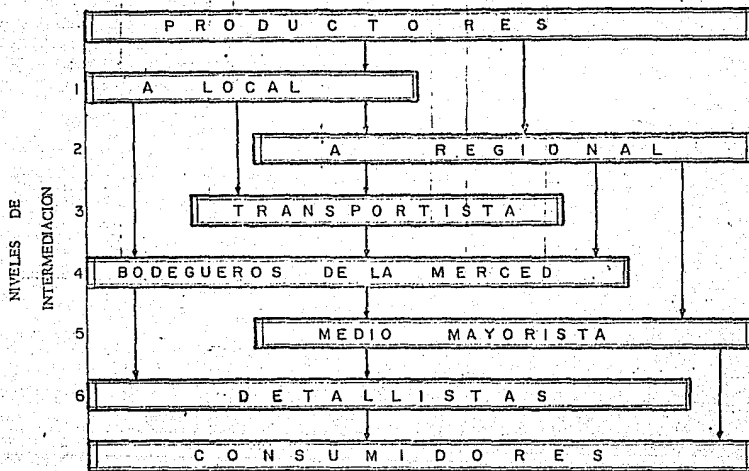
envases de campo y de venta; con la fijación de precios desde las plazas consumidoras que no atendían ni atienden las necesidades de producción - y sólo se fijan bajo criterios arbitrarios e individualistas, y con la complicidad de los otros elementos de intermediación. Con esto, se demuestra que si es posible la unión de criterios, la comunión de opiniones y acciones, la integración en una palabra de voluntades cuyo único fin es obtener las máximas ganancias sin tomar en cuenta a quién se perjudique y por desgracia con errores tan graves en su enfoque mezquino pues no han alcanzado a ver que también ellos están siendo arrastrados a condiciones sociales que finalmente se lamentaran.

Pero no obstante lo anterior, hay que reconocer el ciclo que no han alcanzado aún las principales instituciones públicas, pues por un lado tenemos a la banca oficial (BANRRURAL) por otro muy diferente a las productoras de insumos, maquinaria, semillas mejoradas, fertilizantes, por otro a las dependencias administrativas coordinadoras y por otro ludo aún a las comercializadoras, abarcando aspectos donde es patente la descoordinación y desfazamiento tanto operativo como funcional y por consiguiente los objetivos finales en ocasiones parece que se oponen y se traslapan.

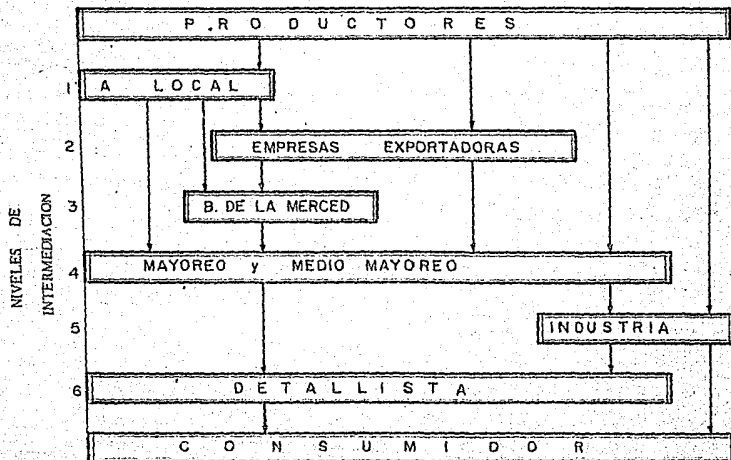
En la práctica cotidiana de la comercialización sobresalen las comunicaciones y la interrelación de las diferentes plazas pues se apoyan constantemente a través de abastecerse de los productores necesarios en épocas de escasez real o ficticia, sin descuidar las ganancias para quién vende. Efectivamente los bodegueros, por ejemplo de Monterrey, Torreón, Tijuana, tienen estrechos nexos, ellos siempre cuentan con producto para sus clientes, no hay que olvidar el hecho de disponer del producto siempre que se requiera pues de esto depende buena parte del éxito comercial.

Así nos explicamos como los bodegueros extienden sus vínculos a lugares muy distantes y de hecho respetan convenios verbales o "pactos de caballeros" de apoyarse continuamente.

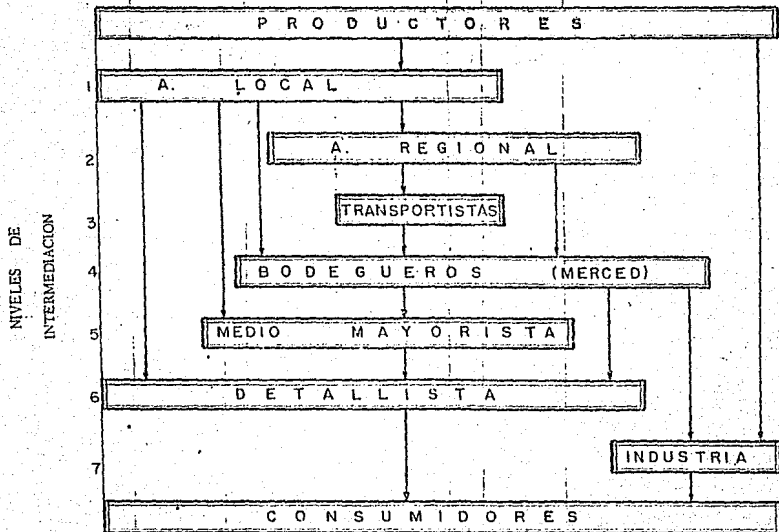
INTERMEDIACION EN LA COMERCIALIZACION DE LA NARANJA  
DE SAN LUIS POTOSI A LA Cd. DE MEXICO



INTERMEDIACION EN LA COMERCIALIZACION DE LA NARANJA  
DESDE NUEVO LEON A LA Cd. DE MEXICO



INTERMEDIACION EN LA COMERCIALIZACION DE LA NARANJA  
DE VERACRUZ A LA Cd. DE MEXICO



## VI . DIAGNOSTICO DE LA COMERCIALIZACION.

Si bien es cierto que el presente trabajo se propone ordenar y exponer la problemática enfrentada en el actual sistema de comercialización, - tomando como ejemplo o punto de partida la experiencia en los productos de elevado índice de percibibilidad, también es cierto que las estructuras comerciales presentan un comportamiento similar en otros giros y/o productos. No obstante podría haber ejemplos particulares capaces de rebasar el ámbito del presente documento. Ello no invalida las experiencias aquí descritas sino más bien corresponden a la excepción que confirma la regla.

Dentro de este apartado es conveniente aclarar la diversa gama de posibilidades en las formas de comercializar estos productos, la cual esta determinada por el productor, el producto, la zona, la temporada, el comprador, el mercado, etc., originando una enorme posibilidad de variables, no obstante podemos afirmar que el patrón general se mantiene y es válido por la preeminencia y por la vigencia que observamos todos los días.

### 1. Microregiones, Microclimas, Micromercados.

La falta de una acción firme y decidida en la rectoría de la actividad comercial en general, se manifiesta dramáticamente en los productos de origen agrícola, ya que no se cuenta con una normatividad capaz de identificar plenamente los tipos, variedades y productos. Carecemos pues de la normalización para los productos, si queremos señalar un problema generando, por falta de especificaciones, simplemente afirmamos que no es posible la comercialización a distancia pues quien compra no tiene parámetros de comparación para saber que le ofrecen.

Los intentos tendientes a crear esa normalización han fracasado en todos los casos y existe la justificación física que efectivamente crea productos con características propias en cada región, por ejemplo po--

dríamos citar a la naranja; este cítrico se produce de hecho en 29 de los 32 estados de la república, sin embargo sólo cuatro entidades controlan más del 80% de la producción, Veracruz, Nuevo León, San Luis Potosí y Tamaulipas. Cada región produce cítricos con características propias, Nuevo León y Tamaulipas responden al tipo de cítricos para exportación, susceptible de congelarse y empacarse en gajos; Veracruz y San Luis Potosí obtienen una naranja con mayor cantidad de jugo, menos grados brix y por consecuencia más ácida, de menor duración y una presentación deficiente y menos uniforme. Si bien por un lado podemos decir que algunas características se pueden modificar con mejor cuidado y atención, también influyen las condiciones orográficas, hidrográficas y climáticas afectando al producto con lo cual se mantendrá las otras características.

Ahora bien, si se quisiera normalizar el producto de los cuatro estados, se incurrirían en graves problemas; de presentación, condiciones, mercados, uso, transformación, etc. Pero hay que agregar las condiciones cíclicas donde cada cierto número de años las producciones disminuyen considerablemente y entonces los cítricos consumidos en algunos mercados generalmente de segunda o tercera importancia pasan a ser sustitutos en los principales mercados procediendo como, Tabasco, Campeche, Sonora, Mérida, etc.

Como es fácil observar, las características de este fruto rompería totalmente con la normalización del fruto de los principales Estados, y si bien es cierto que porcentualmente no es significativo, en términos absolutos esas producciones sí alcanzan volúmenes considerables.

Pero lo anteriormente descrito, solo es un problema de mercado, quizá en el fondo la gran mayoría de esos obstáculos se pudieran superar si consideramos una capacidad económica aceptable para los productores. Lamentablemente la realidad es otra y cada productor en sí representa graves problemas, pero la generación del producto; donde hay atención faltan recursos, donde hay transporte, falta mercado, donde hay trabajo, faltan insumos, etc.



Todo ello crea un cuadro donde el producto presenta características diferentes de un huerto a otro, aún en la misma zona donde prevalece quien tenga más recursos o puede allegárselos en la cantidad y con la oportunidad debida.

Actualmente el volumen estimado de la producción de artículos perecederos de origen agropecuario, representa el 30% del total comercializado - en el sector terciario y alcanza una cifra estimada en \$76 mil millones 1) para el año de 1980, de ello los productos de mayor volumen son plátanos, naranja, jitomate, chile verde (incluyendo serrano, jalapeño y poblano), papa y; por precio sobresale el jitomate, la cebolla, la papa, la naranja, etc. 2)

Los mercados de consumo tradicionales corresponden a las ciudades más grandes y más prosperas, aunque existen algunos mercados que tienen mayor importancia por la posición estratégica, que con relación al volumen de la producción como ejemplo podemos señalar, San Luis Potosí, Torreón, -- Oaxaca, Coahuila de Zaragoza, etc. pero los de mayor relevancia son los ubicados en la Ciudad de México, que rige en el ámbito nacional, El Mercado de Abasto de Guadalajara con una zona de influencia que se extiende por todo el pacífico norte y el de Monterrey con una zona que abarca noroeste y frecuentemente alcanza el centro y el norte.

## 2. Atomización de la Demanda y de la Oferta.

La características más sorprendente dentro del aspecto distributivo de la comercialización es sin lugar a dudas la proliferación de los pequeños comerciantes, a este fenómeno se le conoce como la "Atomización de la Oferta", ya que existe un sinnúmero de comercios al detalle que hace casi imposible su cuantificación más aún con la dinámica propia de esta actividad, (se inician con gran facilidad y de la misma manera suspenden su funcionamiento) sin disponer de los registros adecuados.

En virtud de lo anterior, la estadística sobre el número de comercios al detalle es muy poco confiable, incluso las entidades relacionadas con su control y registro aseguran que el margen de error en estos datos puede

1) Economía Agrícola D.G.E. 1982 (cifras estimadas).

2) S.P.P. Producción y valor o nivel nacional, estadística del Sector Comercio.

alcanzar incluso el 100% y si consideramos que sólo para el Distrito - Federal existe un padrón de contribuyentes menores de poco más de 850 mil y en éstos se ubican los pequeños comerciantes, además de 75 mil locatarios de mercados públicos registrados, en el ámbito nacional el número de contribuyentes menores se estima en 1'800,000.\*

Ante esas cifras y las enormes carencias de estadísticas, sólo queda - reconocer la evidencia en el sentido de la proliferación de los comercios al pequeño. Al respecto es conveniente señalar que la Cámara Nacional de Comercio ha elaborado estudios donde queda de manifiesto la irracionalidad económica de este tipo de negociaciones, lo cual da por resultado, excesivo tiempo destinado para su atención, acumulación de inventarios, elevada merma y pérdidas por desconocimiento en el manejo de los productos, así como en las deficientes instalaciones para el almacenamiento, elevación del precio y por consiguiente reducida carga de clientes.

Como quedó asentado, la gran mayoría de estos comerciantes operan a bu se del crédito, sean de bodegueros para el caso de productos de origen agrícola y de empresas transnacionales o grandes distribuidoras especializadas para productos elaborados de consumo indispensable, actualmente las paraestatales CONASUPO, IMPECSA, mantienen agresivas políticas de expansión de operaciones con financiamiento. El crédito, es --pués, otro elemento que contribuye a la inestabilidad de los comercios al detalle.

Dentro del mismo lado de la oferta, se encuentra la enorme cantidad de pequeños productores quienes tampoco pueden, no obstante el número, influir sobre el precio de los productos. En efecto, la escasa capacidad de negociación de cada campesino, la urgencia de realizar su producto y ante todo la falta de recursos para sobrevivir, obligan a entregar casi textualmente, su cosecha al comprador.

Al integrar estos dos aspectos importantes dentro de las actividades cotidianas de una sociedad, sobresale la estratégica posición del comerciante y sus agentes de compras y ventas con lo que tenemos por un lado

\*Información de la Direc. Gral. de Fiscalización de la S.H.C.P., primer Siminário de Actualización INDETEC, 1982 y datos de la Direc. de Aud. Fiscal de la Tesorería del D.D.F.

un embudo, conformando en la parte más ancha por los productores, quienes mientras más pequeños sean, mejor provecho les saca el comprador y por otro lado, otro embudo, en este caso la derivación o desahogo de -- productos, la parte más ancha la forman los comerciantes. En ambos casos el control esta de parte del gran comerciante utilizando como extensión a los compradores y a los vendedores, de esa manera llegamos a los puntos finales donde se obtienen las ganancias derivadas de los bajos - precios de la compra de los productos y la transferencia de precios elevados donde se obtiene una sobre tasa de utilidad, para este caso prove niente de los consumidores.

Es evidente que la perpetuación de un mecanismo de este tipo nunca será aceptado permanentemente por la sociedad, quien a partir del momento en que demuestre su obsolescencia y se tome conciencia de su naturaleza deberá desaparecer.

En otros países donde el proceso inicial tuvo características similares, las adecuaciones han encontrado como opciones desde el control estricto de la producción y distribución, incluso consumo, hasta mecanismos ejemplificados en los mercados de origen, los mercados de abasto, la asociación y corporización de comerciantes, la integración horizontal, el autoservicio, que corresponde a países como, España, Holanda, Alemania, - Francia, Marruecos, Peru, Colombia, Ecuador, etc.

Pero si bien es cierto que el pequeño comercio tiene un carácter de antieconómico, resulta la interrogante de ¿como es posible que aún tenga vigencia?. Seguramente la explicación posible, se encuentra por un lado, en el tipo de clientes de esas negociaciones, al respecto y quizá - sin ser necesaria su aclaración, observamos que los clientes no tienen la posibilidad de programar sus compras para varios días y por ello diariamente deben comprar no lo que necesiten, sino lo que les alcance con sus reducidos recursos. Por otro lado es también una alternativa ocupacional para desempleados.

Es paradójico que el consumidor de menores ingresos sea quien pague el precio más alto de los productos consumidos por la Sociedad. Y también resulta inexplicable que las autoridades responsables de la rectoría de

la economía del país ignoren esta verdad tan lacerante para cualquier comunidad.

### 3. Implicaciones Socio-Económicas.

El Productor.- La insuficiencia de recursos para las actividades cotidianas e indispensable para el campesino y su familia, lo ubican dentro de una esfera social que lo margina permanentemente. Para el habitante del agro mexicano existen de hecho dos mundos, el primero que es conformado por su propia experiencia dentro de la comunidad con los problemas y trabajos afines; el segundo, externo a la comunidad, que se presenta como un espejismo ideal pero generalmente inalcanzable, don de los frecuentes contactos con ese mundo, le afectan material y moralmente. Materialmente porque no puede cristalizar sus esperanzas de obtener algún beneficio de ese otro mundo, conciente de que, en cambio - el sí le otorga los alimentos como una contribución a el mantenimiento de esa forma de vida distinta a la suya. Pero cada vez que tiene algún contacto solo le ratifica que él como campesino, no tiene lugar y su condición en ese otro mundo siempre será como un elemento de segunda clase.

Es por ello que siempre aspiran a dominarlo pero desde el principio de cada contacto, se sienten relegados, alejados, situación que se confirma al observar los resultados de todo un ciclo productivo\*.

La repetición del evento cada año y cada lustro, llega a formar dentro del grupo de campesinos productores, un esquema mental que supedita al habitante del campo con relación al habitante urbano, como la agricultura queda supeditada a la industria. Para el gran número de inmigrantes que llegan a las zonas urbanas es real esta forma de pensar y prueba de ello es que aceptan todo tipo de empleo, en su gran mayoría realiza actividades difíciles, pesadas, peligrosas e incluso sucias, y sólo hasta después de varios años, en ocasiones frecuentes hasta la siguiente generación es cuando se pierde esa forma de pensar derivada de todo un esquema mental reforzado permanentemente con las actividades cotidianas de dos tipos de sociedades dentro de un mismo ámbito.

\*Sociopsico-análisis del campesino Mexicano, (Michael Maccobi, Erich From.)  
Siglo XXI 1975.

A la fecha, desconozco si existen trabajos que hayan investigado las causas y consecuencias psicológicas en los inmigrantes y más aún si se toma en cuenta el destino, ocupación y forma de vida de dichos inmigrantes.

Sin negar lo anterior, la experiencia demuestra que el inmigrante abandona un estatus social, propio de la comunidad originaria, y está dispuesto a ubicarse en el nivel más bajo dentro de la comunidad urbana, llegando a subsistir bajo condiciones de extrema pobreza y con carencias que rebasan los niveles de credibilidad. Ahí tenemos en las zonas metropolitanas de las tres grandes ciudades de nuestro país asentamientos humanos irregulares que frecuentemente son fuentes de serios disturbios sociales como políticos y todo ello derivado de la incapacidad económica de sus moradores.

Hay que imaginar el efecto de estas situaciones entre los demás miembros de la comunidad quienes no se atreven a romper con su condición y mantienen su situación de pequeños productores, no obstante la falta de alternativas que les presenta la vida. Repito que sería un buen tema para un estudio tanto a nivel de repercusiones sociológicas, como psicológicas del proceso migratorio vivido por nuestro país en los últimos 40 años.

El Comerciante.- Sin lugar a dudas este grupo de la población ha sido el más beneficiado, no obstante también se ha visto afectado por la dinámica propia del proceso; tratando de exponer las principales implicaciones sociales y económicas señalaremos las siguientes:

El comercio fue la principal alternativa de empleo para los grupos inmigrantes ya que reunía varias características como relativa facilidad para la iniciación de la empresa, independencia, no requería calificación, ni capacitación con el conocimiento de las operaciones aritméticas fundamentales era suficiente. Pero si por un lado el comercio ha demostrado la posibilidad de absorber y mantener un gran número de familias, por otro lado, también ha comprometido a aquellos que fracasaron en su empresa, además de haber agregado una cantidad considerable de nuevos negocios, con ello se dividió el mercado representando un número menor de clientes potenciales por negocio. A su vez, originó la necesidad de elevar el margen de comercio y por consecuencia los precios, también se re-

dujo la rotación de inventarios, elevando las mermas y pérdidas, en conjunto, todas estas causas y efectos, elevaron el índice de incosteabilidad, así como de irracionalidad económica en su operación, perjudicando al consumidor y preparando el terreno para nuevas formas de venta al detalle como fueron los centros de autoservicios y tiendas departamentales, los tianguis y los mercados sobre ruedas.

El efecto contraproducente no tardó en sentirse por ello gran número de pequeños comercios establecidos desapareció por la competencia de las nuevas y grandes tiendas de autoservicio. Actualmente seguimos observando el mismo proceso, las nuevas colonias y centros de población, al crecer y desarrollarse crean el medio propicio para la instalación de un gran centro comercial, haciendo desaparecer de sus alrededores a los pequeños comerciantes, estos han tenido tres alternativas; primera, desaparecer como negociantes, segunda asentarse en zonas marginadas donde aún no es posible la instalación del gran comercio y tercero, recluirse en las rutas de los tianguis y mercados sobre ruedas, quienes han sido, también un resultado del anárquico crecimiento urbano de nuestras ciudades, pues de esta manera se abastece buena parte de la población de las zonas metropolitanas de las principales ciudades. Se estima que sólo para la Ciudad de México existen un total de cuatro mil ubicaciones entre tianguis, mercados sobre ruedas y nuevas concentraciones\*, abarcando a casi 500 mil comerciantes y ambulantes\*\*.

Es conveniente aclarar que para la atomización de la oferta, también contribuyeron los comerciantes que tuvieron por origen la avanzada edad, la imposibilidad para trabajar y aquellas personas que utilizaron su patrimonio para convertirse en comerciantes.

El otro perjudicado en el mantenimiento del actual proceso distributivo es el consumidor, quien resintió el efecto principalmente por los aumentos de precios, de esa manera las clases de ingresos fijos y bajos que en otros tiempos complementaban su alimentación con frutas y verduras se vieron obligados a restringir su consumo pues la elevación en los pre-

\* Reportes estadísticos de la Cámara de Comercio de la Ciudad de México, Noviembre de 1981.

\*\* Reportes periodísticos, Diciembre 1985.

cios los alejó de su capacidad adquisitiva. Sin embargo, esto no significa que el consumo haya disminuido, por el contrario ha aumentado, pero se debe al crecimiento de la población particularmente de los estratos de ingresos medios y medios altos, lo anterior nos hace pensar en el nivel de nutrición de las clases más desprotegidas, las cuales también han crecido y con mayor velocidad en las zonas urbanas de las grandes ciudades.

Otras repercusiones derivadas del proceso de comercialización, se pueden ubicar en las políticas establecidas por el gobierno Federal buscando elevar los niveles de productividad. Quizá dentro de las más sobresalientes para el presente trabajo sean las siguientes:

a) Creación y ampliación de organismos financieros.

El ámbito de acción de los Bancos Oficiales (Agropecuarios y Ejidal) que dieron por resultado en 1975, la creación del Banco Nacional de Crédito Rural heredando los vicios y defectos de los anteriores; planteó un avance muy limitado pues los resultados no corresponden a -- los montos invertidos en sus programas. En efecto, el crecimiento -- del costo burocrático, es de tal magnitud que gravita sobre los recursos totales, haciendo incosteable la prestación del servicio financiero, además hay que agregar las corrupciones, vicios y deshonestidades del personal, pues es frecuente que el personal de campo principalmente, aproveche su posición en beneficio personal y por consecuencia -- afecta a los grupos organizados de productores.

Otro factor que demerita la función desarrollada por la Banca Oficial se manifiesta en la oportunidad, cantidad y calidad del financiamiento pues generalmente no es suficiente, carente de calidad y lo más -- frecuente es inoportuno.

En suma estos factores generan una imagen de desorden, desconocimiento y despilfarro de enormes recursos, con ello el campesino, se forja la idea de aprovechar al máximo los recursos proporcionados, en ocasiones frecuentes requiriendo financiamiento con el cual obtienen alguna cosecha que más tarde, vende a un intermediario y declara al -- Banco su incapacidad para cubrir las deudas o pérdida total. De esta manera se explica que de los recursos destinados al crédito agropecua

rio, el BANRURAL estime para el ciclo 1981-1982, un índice de incobrabilidad del 45% y para el de 1984-1985 el 48%; en otras paísbras, se destina a "cartera vencida" casi 50 centavos de cada peso invertido en el campo.

Dentro de las políticas comerciales bien valdría la pena analizar los resultados de la CONASUPO pues en la actualidad, su función se reduce a subsidiar más a los industriales y consumidores que a los productores y concretamente para el caso de maíz, trigo, sorgo y frijol. El máximo beneficio se queda en los industriales garantizando su tasa de ganancia a costa de los recursos del pueblo en general. El ejemplo es claro, la CONASUPO compra a precios elevados, sea como precio de garantía, o como importación, absorbiendo costos de almacenamiento, transporte y en ocasiones empaque y vende a los industriales de alimentos balanceados y aceites a precios más bajos para su transformación en nixtamal-tortilla, pan, etc.

Por último, también sería conveniente analizar el efecto de los precios de garantía, ya que siempre se ha querido ver como la seguridad de recibir un monto determinado por tonelada de producto, que requiera una inversión poco menor y así permitir un margen de utilidad razonable. Pero además de ese argumento, podemos señalar otro que sería inconveniente ya que también rige como precio tope y por consiguiente no fomenta sino restringe la producción, además de la diferencia en productividad por zona y condiciones de cultivo, pues no es la misma remuneración por peso invertido en una zona temporalera, a una zona de riego, siempre ésta última tendrá ventajas. Derivado de ello, se fomentan producciones rentables para comercializar y las básicas serán destinadas al autoconsumo, manifestando permanentemente déficits.

#### 4. Infraestructura y Limitaciones Comerciales.

No hay que perder de vista las causas y atenuantes para perpetuar las actuales condiciones, pues hoy en día no es posible hablar de fenómenos originados por una causa dentro de la enorme interrelación de eventos, un fenómeno llega a ser causa y efecto al mismo tiempo ya que refuerza las estructuras y superestructuras para asegurar el mantenimiento de las mismas características.



Para el proceso de comercialización la estructura ha jugado un papel - de enorme relevancia pues gracias a las difíciles condiciones de acceso a las comunidades ha hecho prevalecer la actividad de acaparadores, caciques y usureros. Las características físicas de nuestro país, han determinado los centros productores y más si partimos de la superficie apta para producir ya que se reduce a un 10%\* y en muchas ocasiones - con carencia de buenas vías de acceso, lo normal es que muchos pequeños productores tienen sus tierras productivas en zonas sin comunicación - adecuada y más en las temporadas de cosecha, donde frecuentemente abundan las lluvias. Con ello, muchos caminos transitables en otras épocas, se vuelven intransitables y para sacar el producto, tienen la necesidad de incurrir en gastos elevados, o bien lo venden a menor precio, siempre a una persona que si tiene la posibilidad de sacar el producto, mediante el uso de carretas, tractores, incluso como en el café y cacao, en avioneta, cuando el precio (generalmente de exportación) - sea atractivo.

Pero al hablar de infraestructura comercial, no sólo nos referimos a - las vías de comunicación ya que el proceso requiere de otro tipo de instalaciones y servicios, en efecto podemos señalar: las instalaciones - necesarias para selección, como para jitomate, cebolla, melón, chile - seco, naranja. Claro mientras más sofisticado sea el proceso, será un indicador fiel del destino del producto, o sea mejores condiciones para la selección, implica producto de exportación. Existen grandes productores e importadores comerciantes con empacadoras con todos los adelantos posibles, desde vandas clasificadoras y máquinas lavadoras, en- ceradoras y pulidoras, hasta cámara de desinfección y congelación, así como considerables inventarios en empaque y embalaje, muchas veces incluso de importación. Lo antes descrito es común para los exportadores importantes de jitomate, limón, naranja, plátano, etc.

Dentro de la misma infraestructura comercial con graves deficiencias - encuentran los mercados, los cuales se asemejan a rústicos negocios sin instalaciones adecuadas, conformando la lonja comercial, pues en el ánimo de los bodegueros monopolistas prevalece la mentalidad de darle mayor circulación posible al producto y en muchas ocasiones no llega a - sus bodegas pasando la carga de un camión a otro y frecuentemente cam-

\* De acuerdo a las cifras que maneja Mejido en "la economía en crisis" 1976. C.F.E.

bio de destino sin cambiar de transporte. Respecto a los mercados mucho se puede decir, bastanos citar que no tiene instalaciones, no obedecen a una necesidad social, no satisfacen los requerimientos de las propias comunidades y sólo permiten el manejo especulativo de este tipo de productos.

Le experiencia del gran comerciante, controlador de enormes cantidades de producto ha demostrado no necesitar de instalaciones apropiadas, reduciéndose su manejo a una mera oficina de control de producto y asignador a otras plazas. Si para el comerciante significan grandes ganancias, para la sociedad en su conjunto no representa ningún servicio y en este aspecto se demuestra la inutilidad de un eslabón de la cadena de intermediación, eslabón por cierto, de mucha importancia ya que no obstante la falta de lugares adecuados controla a un gran número de productores, de comerciantes al detalle y por consecuencia de consumidores.

El ejemplo anterior, denota una paradoja, por un lado el desmesurado control del producto, el comercio y los precios y por otro lado el innecesario trato del producto, es más, en ocasiones solo se dan instrucciones al agente de compras para que en lugar de enviarlo a las bodegas centrales, lo envíe a otro lugar o a otra plaza incluso.

Al respecto, mucho se ha discutido y estudiado en el sector público sobre la necesidad de contar con la infraestructura de almacenamiento en lo largo y ancho de la República, manteniéndose discusiones sobre su utilidad pues la escasa vida del producto, obliga a acelerar su distribución, además de cuestionar seriamente las inversiones necesarias -- pues se antojan elevadas para el nivel parecer del producto. Además hay que agregar, con razón que la falta de normalización en el uso y comercio de los artículos, originan mermas, desechos y desperdicios cada vez que se sujeta a la actividad de carga y descarga.

La única opinión posible al respecto, esta encaminada a la detección de centros neuralgicos con posibilidad de concentrar cantidades estratégicas de producto que permitan regular el consumo en las plazas y regulen por ello el nivel de precios, evitando el manejo especulativo de los productos perecederos. Esto significa ubicar lo conocido como mer

cados de origen en zonas productoras y mercados de abasto en zonas con sumidoras.

Aunque se antoja sencillo, esconde gran dificultad pues cada producto tiene diversas zonas productoras con características climáticas diferentes y también el producto debe recibir un tratamiento especial, de tal manera que se requieran equipos y mobiliario apropiado para el mismo producto originado en distintas zonas, como ejemplo, el jitomate el cual después de cortado no debe tratarse igual en Apatzingan que en Tijuana y diferente también en Guadalajara, en Monterrey, además de el consumo de insumos que requieren algunos como refrigeración y en áreas donde el suministro eléctrico no es constante, o bien por escaso es racionalizado y caro, agrega demasiado valor a los productos con ello, automáticamente salen del mercado, convirtiéndose en incosteables.

Todos estos elementos, los debemos ubicar en el ámbito actual, donde existe una restricción grave de recursos, no solo para el pequeño productor y consumidor, sino para los comerciantes al detalle y principalmente para el Gobierno Federal quien atiende prioridades en otras ramas de la economía. Por ello la solución de inversión intensiva de capital con los adelantos más sofisticados de la ciencia se ven alejados y difícilmente podrán ser aplicables en nuestro país en el corto o mediano plazo. Por ello debemos desarrollar la capacidad creativa y proponer soluciones más adecuadas a nuestra condición, esto implica buscar no nuevas, pero si efectivas técnicas de distribución y venta de productos agrícolas perecederos, una de ellas puede ser oportunos sistemas de información concatenados a la distribución.

##### 5. Migración y Concentración Urbana.

Sin lugar a dudas, la más grave de las repercusiones es la que afecta a los campesinos, ya que al carecer de alternativas en sus comunidades, se propician todas las atenuantes y condiciones necesarias para abandonar la tierra y su tradicional forma de vida. Es innegable que este proceso mental adquiere características de "doloroso", pues conocer que la tierra de sus antepasados y el medio donde se originaron y desarrollaron debe ser abandonada en busca de algo totalmente nuevo, descono-

cido y siempre incierto.

El destino de los inmigrantes, se reduce a unas cuantas ciudades principalmente las tres mayores del país, en el caso de la Ciudad de México y su zona metropolitana la migración se ha mantenido a niveles exagerados desde hace más de 30 años, lo cual representa un flujo de población superior al medio millón de personas anual y que se ha establecido en el Distrito Federal y en los Municipios aledaños del Estado de México.

Como es fácil entender, la magnitud de los problemas enfrentados por la sociedad han adquirido niveles de verdaderos problemas, no solo por las necesidades crecientes del incremento normal de la población, sino también por el considerable número de nuevos migrantes con una evolución y crecimiento por encima del índice de aumento a poblacional a nivel mundial. En efecto el porcentaje del país ha sido de los más altos del mundo.

Los problemas generados por el crecimiento propio de la comunidad es de por sí un reto de magnitud considerable, si agregamos todas aquellas generadas por la masa migrante que cada año arriba a esta ciudad, tendremos entonces problemas tan difíciles de solucionar que romperán con cualquier intento de planear y programar racionalmente la superación de sus obstáculos. Por señalar algunos ejemplos citaremos los siguientes:

SERVICIOS.- La excesiva demanda de servicios y los limitados recursos impiden la solución de los problemas de servicios como agua potable, drenaje, alumbrado, calles y guarniciones, transporte, etc. que requiere la población en cantidades que cada día superan a las metas más ambiciosas, es frecuente observar los programas tendientes a solucionarlos, digamos el transporte urbano como; el Sistema de Transporte Metropolitano no planeado para solucionar la carencia del transporte para el año de 1970; y que a partir del momento de su inauguración demostró su utilidad pero va rebasada su capacidad de utilización en breve lapso, con ello la sobreutilización del recurso hace incurrir en enormes gastos y en irracionalidades económicas donde la solución genera problemas graves, por ejemplo para el año de 1982 el costo por usuario alcanzaba la

cantidad de \$18.60 y en cambio el boleto de acceso representaba solo \$1.00 con un déficit de \$17.60 por usuario, a razón de casi 5 millones de usuarios por día, da por resultado un déficit de operación anual de 31,680 millones de pesos, además de los costos de inversión necesaria para mantener el equipo, a esa misma fecha se ha estimado que la sobreutilización del equipo rebasa el 150%. Los índices se tornan dramáticos en la actualidad ya que el costo real asciende a \$190.00 pesos y sólo se cobra \$50.00.

-Así como hablamos de los servicios podemos hablar de la vivienda, donde las estimaciones más conservadoras señalan que para el área metropolitana de esta Ciudad existe un déficit de más de 3.5 millones de viviendas, a pesar de los esfuerzos posteriores al sismo de 1985, el empleo donde además por los problemas actuales el índice de desocupación amenaza con alcanzar el 20% de la P.E.A.

-Por demás se toca el tema de la educación a los diferentes niveles y la proliferación de instituciones privadas quienes abusan de su condición para elevar arbitrariamente las cuotas y mensualidades pues la calidad de la educación pública es reducida y la imagen es aún más negativa.

-Dentro de nuestro tema, la alimentación y los mecanismos que contribuyen a ella, son de importancia pues la gran cantidad de habitantes y la carencia de recursos mantienen supeditados esos mecanismos a los intereses individuales pero poderosos a pesar de perjudicar a masas poblacionales muchos más representativas de nuestra población.

Todo ello contribuye a reforzar normas de comportamiento lo suficientemente sólidas para perpetuar las condiciones prevaletientes, estratifica a un subgrupo de individuos -comerciantes- quienes cada vez adquieren más poder y fuerza para influir sobre las decisiones en materia de política económica para continuar engrosando su influencia no obstante de debilitar paulatinamente la posición de la gran mayoría de mexicanos que siguen siendo los campesinos.

DISTRIBUCION DE POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA (PEA)  
 POR ACTIVIDAD ECONOMICA  
 MILLONES DE PERSONS

	1900	1921	1940	1960	1980
T O T A L	4.570	4.883	5.858	11.253	22.066
ACTIVIDADES PRIMARIAS	3.176	3.488	3.831	6.084	5.699
IND. TRANSFORMACION	0.841	0.534	0.639	1.999	2.793
COMERCIO	0.253	0.273	0.499	1.072	1.729
SERVICIOS	0.103	0.132	0.468	1.519	2.823

Fuente: Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática.

VII . PRONOSTICO

Existe un adagio en el sentido de repetir como verdad una mentira, en tan gran número de ocasiones que dicha mentira termina por ser aceptada como verdad; que es aplicable a acciones, conocimientos y comportamientos, así también resulta ser cierto en el proceso de comercialización; la repetición de mecánicas susceptibles de dar alternativas de solución a corto plazo, permiten dar vigencia y perpetuar esa mecánica hasta niveles de absoluta inoperancia, obsolescencia y agresión atentando a la subsistencia de la propia comunidad.

A pesar de que en la actualidad el proceso de comercialización esta - demostrando su incapacidad para proporcionar los satisfactores requeridos por la comunidad, aún puede subsistir bastantes años, no obstante cada operación comercial realizada bajo la misma técnica, cada ciclo productivo y cada fenómeno económico dentro de la realización - del producto para el productor y para el consumidor, perjudican las - relaciones sociales de la comunidad fortaleciendo las estructuras; estas estructuras han empezado a conocerse y a demostrar que no son las adecuadas para superar el enorme reto de nuestra época. Mientras más se repita el proceso de comercialización con el perjuicio de las grandes mayorías del país, más cerca estaremos del colapso productivo que no podrá soportar el sistema y por consecuencia nuestro país.

En busca de exponer con mayor detalle la perspectiva del problema, - en forma ampliada me permito exponer algunas características sobre el pesimista futuro que se vislumbra:

## 1. Concentración de la Riqueza.

Como ha quedado establecido por estudiosos sobre el tema de subdesarrollo uno de los elementos que mejor identifican a los países en vías de desarrollo es la aguda concentración de la riqueza, que como en el caso de México se traduce en que el 30% de la población detenta el 70% del valor de P.I.B. y como relación inversa el 70% de la población vive con solo el 30% de la producción interna bruta\*.

\* El perfil de México en 1980, Tomo I, Varios Autores, siglo XXI.

Para el proceso de comercialización, este fenómeno de concentración sigue parámetros de mayor agudeza, en efecto dado el carácter estratégico del comercio se puede afirmar que muy pocas personas controlan lo que producen y consumen 80 millones de habitantes, la diferencia queda en los escasos grupos poblacionales de ingresos muy altos.

La riqueza generada por el campo, gracias al continuo trabajo de sus habitantes, ha ido a parar en manos de acaparadores e intermediarios, estos no solo se han conformado con exprimir lo más posible al productor, sino que para elevar sus cuotas de ganancias han explotado la necesidad de productos mediante el manejo especulativo de los mercados, como resultado tenemos una acelerada concentración de ingresos en poder de los comerciantes.

Es triste reconocer que la función del intermediario solo haya servido para explotar al campesino, quien de una manera estoica ha aguantado permanentemente su estrangulamiento. Que no nos extrañe ver nuestras ciudades saturadas de campesinos que buscan otra forma de vida; en rigor ha sido el único camino que pueden tomar. Pero, aún hay necesidad de reconocer otro perjuicio, el ocasionado a los habitantes de las zonas urbanas, mediante la irracional y especulativa alza de precios de los artículos de mayor demanda.

Ambas condiciones condenan la labor del acaparador y del intermediario, tal parece un ataque obsesivo sobre estos personajes, pero de que otra manera se puede analizar si no existe la objetividad, en quien inconcientemente y sólo bajo la premisa de acumular mayores recursos entierra la posibilidad de alcanzar una forma de vida digna para otro compatriota.

Aunque quisieramos entender la función comercial como una serie de acciones útiles, lo cierto es que nos avasalla la realidad, que nos demuestra que ese tipo de comerciantes se fortalecen, elevando los precios de los productos sin agregarle ningún valor.

En efecto, el margen de comercio obtenido por un intermediario no se



compara con ningún otro participante del proceso, como ejemplo observamos el cuadro ( fases ) donde se muestra el precio que recibe el productor por su cosecha, más el conjunto de costos en que incurren hasta llegar al consumidor, la diferencia, queda en manos del acaparador, -- además no debemos olvidar el enorme volumen que operan estos eslabones en el proceso de comercialización, con lo cual se mantiene la acumulación de los ingresos en pocas manos, a pesar de que la producción fue obtenida por muchos.

## 2. Paternalismo del Gobierno Federal.

Como ya hemos visto, el proceso de comercialización actual genera un constante desequilibrio productivo, pues resta recursos a los responsables de trabajar la tierra, por ello se ven ante la disyuntiva de proporcionar nutrientes a la tierra o proporcionárselos ellos mismos. No cabe duda la elección implica el descuido sistemático y permanente del recurso tierra y como los recursos son escasos, los campesinos terminan también por agotarse.

Ante esta situación el Gobierno Federal ha sido un mudo testigo, con lo cual indirectamente ha apadrinado el proceso, gracias a su intrascendente participación y al disímulo ante las perspectivas que desde años atrás se dejaban sentir ¿ A que acciones se ha reducido la participación oficial? pues en primer lugar a destinar cada año, mayores recursos con el objetivo de incentivar la producción, pero al mismo tiempo han hecho más lento y pesado el aparato burocrático encargado de hacer llegar esos recursos al campo.

Por si eso fuera poco, debemos señalar que un buen número de funcionarios públicos involucrados, han actuado con una falta de absoluta ética profesional, pues desde la realización de estudios de prefactibilidad y factibilidad técnico-económico, hasta la entrega de subsidios -- sea en especie o vía ministraciones han aprovechado su posición para obtener beneficios personales vendiendo su visto bueno, autorización o incluso relacionando campesinos inexistentes entre los responsables solidarios de los pagos, con ello solo han contribuido a elevar la deuda y por consecuencia la cada vez mayor dificultad para la respectiva recuperación.

En otras palabras, de mantenerse la actual situación, tanto en la estructura y operación de la Banca Oficial y del proceso de comercialización - integralmente hablando, tendremos como resultados mayores montos destinados al campo, escasa recuperabilidad y lo más dramático no se aumentará - el nivel de producción, como hasta la fecha la realidad nos lo ha demostrado.

Ante esa perspectiva, cualquiera se atreve a pensar que quizá el objetivo de algunos funcionarios relacionados con estas actividades, sea el de mantener en el mismo nivel de atraso y explotación de las masas de campesinos, con el grave atenuante de estar atentando contra la ley natural - de aprovechar racionalmente los recursos de nuestro país, así como demeritar la calidad de los suelos y como resultado la constante disminución de los niveles productivos, sin menoscabo de lo anterior, el único pronóstico posible de mantener la actual situación concientemente (porque cualquiera que conozca la situación sabe el riesgo en que se incurre y por ello está obligado a plantear las acciones mínimas indispensables para intentar evitarlo) es la de dejarle al campesino como única alternativa posible el huir de su medio concentrándose en aquellas zonas del país que pueden ser las más atractivas para él. En otra palabra significa agudizar los problemas urbanos, sin que ello signifique solucionar el del campo.

De esta manera las necesidades de productos del campo aumentarán, no solo por el crecimiento normal de la población y de la demanda que genera, -- sino también la de los nuevos inmigrantes quienes además de ya no producir, ahora demanda en cantidad, calidad y oportunidad.

Como todo ello sucede bajo los mismos esquemas de producción, distribución y comercialización, lo único que logramos es dar mayor fortaleza a las estructuras comerciales, entre ellas a los propios intermediarios. - Pero también contribuimos con la agudización de las contradicciones propias del proceso, al concentrar los recursos generados por muchos productores en manos de unos pocos comerciantes, hasta que la situación sea insostenible en términos sociales. Mientras tanto deberemos mantener la -

conciencia de destinar mayores recursos al campo sin la esperanza de obtener una autosuficiencia alimenticia y sin solucionar el problema vital de los productores del agro nacional ubicados en los niveles de menores ingresos.

### 3. Incapacidad Autoalimentaria.

El tradicional abandono del agro mexicano, ha generado una serie de problemas, dentro de aquellos que por su importancia resaltan, se encuentran la desatención del recurso tierra, la carencia de ingresos o la limitación de estas obliga a exprimir las tierras a niveles, donde se manifiesta la incapacidad regenerativa a través del ciclo biológico natural para cada región.

La falta de cuidado a la tierra esta representada por el uso intensivo del recurso sin los apoyos y ayudas necesarias para la producción como son los fertilizantes, cambio de cultivos y abonos para facilitar la generación de nutrientes adecuados para los productos sembrados. Particularmente, este es otro problema que dificulta el enriquecimiento de la tierra, ya que el abuso de un sólo producto, desgasta paulatinamente al terreno impidiendo mantener un equilibrio de nutrientes indispensables para la práctica agrícola; en nuestro país la arraigada costumbre de sembrar maíz y frijol, agota los elementos como potasio y nitrógeno, con la carencia de estos nutrientes, es evidente que en cada ciclo la producción decrece, originando un efecto desestimulante entre los productores.

Quién conoce o vive los problemas del campo en su adecuada magnitud, entiende que los esfuerzos desarrollados por el Gobierno Federal para acercar los nutrientes indispensables a cada zona productora, son extraordinarios, no solo por el esfuerzo en materia de producción, sino también de organización y desarrollo de la planta industrial. Sin embargo ha caído en la necesidad de utilizar los mecanismos establecidos para distribuir el producto, en su gran mayoría los canales de distribución son privados y por consiguiente lo único que buscan es obtener la mayor ganancia, pues ese es su sentido de ser.

Es por ello que el enorme esfuerzo desplegado por empresas como: Ferti-mex, Pronagra, Pronasa, etc., tienen resultados finales de escasa incidencia en el proceso productivo.

Es cierto que esas empresas y otras involucradas en la agricultura adolecen de graves defectos, deficiencias y desorganizaciones, pero buena parte de la mala imagen ganada, no es responsabilidad exclusiva de la institución, sino que por apoyarse y apoyar los canales establecidos, éstos aprovechan la situación para su beneficio. como ejemplo podemos señalar que todavía en años recientes en Apizaco, Tlax., existe una bodega distribuidora de fertilizantes que en algunos años recibió el encargo de proporcionar insecticidas y abonos a grupos asociados de productores vía el B.N.C.R.; sin embargo los campesinos beneficiados (del municipio de Terrenate Tlax.) han reportado que en lugar del artículo reciben sustitutos sin ninguna relación como, polvo de ladrillo mezclado con potasio, sales industriales baratas en lugar de nitratos, incluso carbonatos que perjudican la composición química de las tierras de esa región.

La reducción permanente en los volúmenes producidos, aparece como un fenómeno casi inevitable, es indispensable para contrarrestar esta tendencia, aprovechar tierras no cultivadas a pesar de ubicarse en áreas dis-tantes o de elevada pendiente y terrenos no aptos para la agricultura, con ello esa áreas adquieren características de verdaderos desiertos.

Dentro del mismo esquema, debemos plantear el crecimiento constante de las cantidades demandadas, abarcando aquellos productos que son básicos en la dieta nacional. Actualmente nuestro país ve la necesidad de importar de hecho cada año, enormes volúmenes de granos y alimentos indispensables.

No es difícil darse cuenta que ante tal situación México debe supeditar-se a otras naciones pues requiere importar en cantidades crecientes, no equipo, ni tecnología, sino alimentos para la subsistencia del país. -- Hasta ahora la supeditación si bien se acentúa en cada ciclo, aún no ad- quiere razgos de dramatismo pero no es imposible que nos podamos ver en situación desesperada por la falta de alimentos básicos, más si conside-

IMPORTACIONES POR PRODUCTOS DEL SECTOR PRIMARIO  
MILES DE DOLARES

P R O D U C T O	1983	1984	1985
MAIZ	634 400	375 077	255 447
TRIGO	59 657	41 360	31 669
FRIJOL	998	33 454	56 037
OLEOGINOSAS	138 876	239 857	212 159
SEMILLA SOYA	217 801	403 397	275 159
SORGO	433 884	363 254	264 390

Fuente: Agenda Estadística 1986.

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática.

ramos la irregularidad en las cosechas mundiales, su tendencia y el aumento de países tradicionalmente exportadores pero hoy importadores.

Pudieramos considerar al presente trabajo como de caracteres pesimistas. No es su objetivo, sino entender que nuestra realidad no puede ser próspera, mientras tengamos deficiencias en materia alimentaria y cualquier gobernante responsable y conciente de los derechos de los habitantes solo por su condición humana, puede ante situaciones dramáticas, - preferir perder algunas prerrogativas de índole político, particularmente a nivel internacional si a cambio asegura la supervivencia de nuestro país y de nuestra sociedad.

#### 4. Perspectivas Socio-Económicas.

Si el apartado anterior tenía tintes de pesimista, este seguramente será más enfático, pues como ya mencionamos la realidad nos demuestra continuamente que nuestra sociedad tiene problemas muy graves donde los males de mayor importancia se multiplican, interrelacionan y generan nuevos problemas cada vez más difíciles de solucionar. En el ámbito de la comercialización son muy variadas las repercusiones, no obstante con el ánimo exclusivo de ejemplificar señalaremos los que que a nuestro juicio son más representativos:

El crecimiento de las clases medias ha permitido que el mercado interno crezca, absorbiendo con ello los productos generando en las zonas rurales y urbanas, con ello también se ha diversificado y seleccionado los artículos permitiendo el desarrollo de las actividades industriales y comerciales para los productos elaborados e industriales. A pesar de ello nuestro mercado interno siempre se ha caracterizado por una debilidad especial y por una incapacidad para aprovechar los recursos del país. Concretamente, vivimos épocas en que las industrias pequeñas y medianas enfrentan obstáculos serios para crecer e incluso para sostenerse pues el mercado donde se consumían sus productos es incapaz de demandar toda la producción, en ocasiones la restricción es tan fuerte

que muchas empresas terminan por cerrar o en el mejor de los casos, - son absorbidos por grandes empresas generalmente transnacionales.

No podemos negar que nuestra planta industrial no ha sabido sobreponerse a las condiciones establecidas por los productores a nivel internacional, resultando que la gran mayoría de los productores del exterior son superiores a los mexicanos y se presenta con mejor calidad - menor precio y lapso de entrega adecuado. En efecto mucho ha fallado y por ello el Gobierno Federal ha tenido que participar impidiendo el acceso de mercancías del exterior, apoyando financiera y fiscalmente a muchas empresas, es conocido el argumento en el sentido de haber generado un sector industrial protegido y débil, incapaz de subsistir por sí mismo.

Aparentemente existen contradicciones entre la limitación del mercado interno y el crecimiento de éste, debido al incremento de las clases medias; lo cierto es que nuestras clases medias han aceptado las provocaciones de los países imperialistas quienes a través de la penetración cultural han impuesto modas, costumbres y hábitos ajenos y por ello la demanda del mercado interno ha crecido deformado y viciado. - Para ejemplificar sólo es menester analizar los hábitos de consumo de cualquiera de nosotros, encontramos desde artículos electrodomésticos, vestido, alimentación, diversiones, incluso hasta formas de pensar y normas de comportamiento originadas en el vecino país y en consecuencia "nuestras" tradiciones y costumbres ya son extrañas para nosotros mismos.

Un análisis antropológico y sociológico podría demostrar sin dificultad la perversión sufrida por los estratos sociales que han impulsado el crecimiento económico de nuestro país.

A partir de lo anterior, es fácil explicarnos situaciones tan paradójicas a pesar de la debilidad de las finanzas nacionales, como las inversiones en bienes raíces de nacionales en los E.U., la dolarización de la economía, hasta incluso las aspiraciones en los niveles de vida de nuestra clase media ¿Que posibilidad de evadir los problemas actuales tenemos, si partimos del hecho irrefutable de las deformaciones -

de nuestros hábitos de consumo.

Es evidente que bajo el actual esquema simplemente eso es imposible y la tendencia demuestra que la penetración cultural aventaja en mucho al tradicionalismo, costumbres y hábitos de nuestro país.

En términos económicos lo mismo se muestra por ejemplo en la industria, al preferir artículos de importación con relación a los nacionales, aclarando que la gran mayoría de los productos industriales son una burda imitación de aquellos producidos allende nuestras fronteras. El resultado se traduce en una menor demanda de los productos fabricados en el país, con ello disminuye las necesidades de producir en serie grandes cantidades de artículos, elevando los costos y por consecuencia el precio unitario, de esta manera el producto extranjero adquiere mayor ventaja.

En otras palabras, el "deformado" mercado interno, pues es más bien un apéndice del extranjero, estrangula al Sector Industrial conformado por las empresas medianas y pequeñas; no sucede así con las grandes transnacionales, pues éstas cuentan con tecnología, formulas, investigaciones y capacidad productiva que aprovechan en los mercados de nuestros países obteniendo enormes ganancias gracias a su posición de controladores de los insumos, partes y refacciones industriales.

Otro factor de gran importancia es la desigual distribución de la riqueza, pues permite la subsistencia de empresas y negocios que sólo por moda y oportunidad aparece en nuestro medio, pero que definitivamente no proporcionan ninguna utilidad tangible para nuestra sociedad, lo cual es parte activa en la constante deformación del mercado interno al hacer irrumpir organizaciones que sólo podrán atender a los habitantes de ingresos elevados con servicios y artículos superfluos e innecesarios.

Por último valdría la pena reflexionar sobre la participación de los grandes grupos campesinos dentro de nuestro mercado interno, al momento observamos que casi de hecho están marginados y solo los miembros



más pudientes se integran a su dinámica. Es aquí donde se antoja que pudieran ser la masa de campesinos, quienes mediante la elevación en su capacidad adquisitiva, reorientaran la estructura del mercado interno, pues estos quizá aún no estén tan deformados y sus aspiraciones de consumo puedan ser satisfechas con las actuales instalaciones industriales e incluso permitieran un crecimiento en ese sector.

### VIII. UNA ALTERNATIVA DE SOLUCION.

Bajo las actuales condiciones sociales, en que esta inserto nuestro país, así como las características económicas predominante en el esquema de economía mixta, es inevitable la participación creciente del Gobierno Federal como ente regulador y promotor del desarrollo nacional. Pues solo él es capaz de equilibrar las distintas fuerzas predominantes en la sociedad, -- por un lado las economías cuyo objetivo es la obtención de máximas ganancias, incluso a costa de los asalariados y proletarios tanto los urbanos como los rurales, los sociales como la enorme masa de desposeídos que busca defenderse y mediante conquistas economicistas trata de evadir el golpe originado por las crisis y sus implicaciones como inflación, el desempleo, carencia de servicios, etc.

Es por ello que la premisa fundamental para dar una alternativa de solución al país y concretamente a los productores agropecuarios es la racional, creciente y orientadora participación del Gobierno Federal.

#### 1. Mayor participación del Estado.

La existencia de hecho soportada en un régimen de derecho, otorga al Gobierno Federal la rectoría en materia económica, establecida por nuestra magna carta\* además es necesario considerar que la organización de la república sobrepone al Estado como el único elemento capaz de regular la actividad económica, no solo por la posición, recursos y atribuciones, -- sino porque puede dictar y hacer cumplir las disposiciones necesarias -- que correspondan a los intereses dictados por el interés público.

Si tomamos en cuenta la complejidad de la actual estructura económica, -- resulta evidente que solo el Estado, mediante los diversos mecanismos de planeación, programación, ejecución, control y evaluación, puede llevar adelante la modificación de las estructuras actuales en beneficio de grupos poblacionales amplios y no élites privilegiadas.

Dichas modificaciones deben considerar los intereses de la sociedad en -- su conjunto pero sobre todo del grueso de habitantes del campo pues para

\* Artículo 28 Constitucional; la Ley del art. 28 Const. y Atribuciones del Ejecutivo en materia económica.

ello es fuente de ingresos y por consecuencia posibilidad de alcanzar una vida mejor, también debe tomar en cuenta a los consumidores, de preferencia a los estratos poblacionales de ingresos fijos y bajos, con estos dos elementos como órdenes reguladores para la modificación de las estructuras comerciales tiene parámetro de valía y vigencia permanente, ya que es la propia sociedad quien los exige, como elemento de elemental supervivencia.

No queremos crear confusión entre quienes lean el presente documento, pues sostenemos que hacer coincidir los intereses de varios grupos de nuestra sociedad, no genera problemas de fondo pues sólo es necesario ordenar las acciones y eventos del proceso de comercialización de acuerdo a la secuencia natural que; la comunidad permite, el individuo requiere y el producto soporta.

Todo ello debe obligarnos a darle la integración propia del proceso con sus fases y subfases, pero sin perder de vista que es una sola unidad, en otras palabras que para comer una manzana es necesario atender desde las actividades previas a la plantación, la siembra, la labor cultural respectiva, mantenimiento, cosecha, selección, distribución y por último a la realización por parte del consumidor final, en conjunto es seguir el "orden natural" del producto, su generación, distribución y consumo.

Dentro de este contexto los problemas se complican, dando por resultado que muchos estudiosos y expertos pierdan de vista el proceso íntegro y se aboquen a las fases y/o subfases.

Si bien es cierto que para controlar el "todo" se hace indispensable controlar los puntos estratégicos, no por ello debemos de descuidar el proceso íntegro. Los diversos intentos generalmente se han desaprovechado porque han atendido alguna o algunas de las fases o subfases del proceso, pero nunca\* se ha tenido el interés o quizá la posibilidad de actuar sobre el proceso completo.

\* Dentro de la experiencia personal, si existió un organismo que buscó actuar sobre el proceso íntegro de la comercialización, que fue "Fideicomiso para la Producción y Comercialización de Productos Agrícolas Párcaderos" Marzo 1973- Enero 1976.

Como ejemplo creemos que algunos de los aspectos o puntos estratégicos - indispensables están los siguientes, en la inteligencia que éstas a su vez tienen subdivisiones y éstas, otras divisiones, es por ello que resulta fácil entender porque frecuentemente perdemos de vista el proceso integro:

**Producción.-** Considerada desde la estructura parcelaria, recursos - económicos, potencialidad del recurso tierra, facilidad de explotación, la actividad productiva en sí hasta la cosecha del bien.

**Infraestructura.-** En este caso hay que tomar en cuenta la accesibilidad del predio, la calidad de las tierras, la posibilidad de venta de insumos, fertilizantes, semillas, equipo, etc. La capacidad local, - regional de transporte, almacenamiento, centros de empaque, conservación e incluso mercados de consumo, con los posibles demandantes, captidades y precios en función a la plaza destinataria, etc.

**Alternativas de realización.-** Fundamentalmente aquí tenemos que basar nos en un sistema de información donde se concentran datos de producción, calidades, cantidades, se fije normas para homogenizar presentación calidad y producto, así como los posibles demandantes por región, cantidad y época del año, etc.

**Distribución del mercado de consumo.-** Aquí se debe conocer y controlar los comerciantes indispensables, mayoristas, distribuidores y detallistas, los mecanismos operativos y de control, los requerimientos periódicos, la presentación adecuada y el producto en función del degtino y uso. También deberán considerarse los usos alternos como la industrialización y la exportación, donde el objetivo sea vender los excedentes y no producir para exportar sin importar el nivel de satisfacción de los habitantes del mercado interno.

## 2. El Productor elemento de Autoadministración.

Es frecuente escuchar que el régimen democrático en que vive nuestro -- país, promueve y fomenta las organizaciones de los diversos grupos de - habitantes; una de las organizaciones que más se menciona, es sin duda

la "Campesina", que esta representada por la Confederación Nacional Campesina (C.N.C.).

La principal característica de este tipo de organizaciones radica en el aspecto de control político que paradójicamente no otorga beneficios tangibles a los agraviados, es más son ellas quienes ratifican, con su participación al sistema, siendo al mismo tiempo un instrumento "inconciente" para los actos de tipo político, por lo mismo carente de validez como fuerza organizada.

Ello queda demostrado al observar el grado de abandono y descuido en que existen gran número de comunidades campesinas. En efecto, no podemos hablar de una organización campesina que les beneficie, es más las organizaciones independientes formadas con representantes nobles y abanderados de causas justas, han sido corrompidas o destufadas, haciendo prevalecer a los grupos viciados con lo cual se extingue la posibilidad de aprovechar correctamente la alternativa que significa la organización popular campesina.

Dentro de un esquema donde se busque superar los problemas de la comercialización, la masa campesina organizada debe ocupar un papel trascendental, ya que son ellos los ejecutores no solo de la producción sino también de los trabajos y servicios necesarios para poner, finalmente en disposición de los consumidores, los productos.

La facilidad con que un productor se hace comerciante, y este a su vez intermediario, genera un grave problema pues con ello aparece un nuevo mercader y desaparece un productor, por lo cual es necesario reglamentar, organizar y respetar las medidas que permitan a todos los miembros de la comunidad una posibilidad de ocupación, equitativamente similar independientemente de la función realizada, esta podría ser como productor, seleccionador, transportista y vendedor sin que sean honorosas para el grupo trabajador de la comunidad.

Es cierto que para lograrlo es necesario aprovechar los recursos de varias zonas, dichos recursos no solo medidos en términos de volúmenes producidos, sino de potencialidades, transportes, recursos humanos, etc.

deberán concentrarse para derivarse a otros mercados. Nuevamente surge la necesidad de planes reguladores a nivel regional y nacional, soportados por sistemas y subsistemas de información, donde la característica de la programación no sea un mero ejercicio sobre lo deseable, sino -- que a partir de lo disponible se alcancen los máximos resultados, considerando limitaciones y potencialidades, así como existencias de recursos generados. Es por ello que dicha planeación deberá ser de tipo democrático y serán las unidades, vistas como comunidades, quienes identifiquen necesidades y ofertas en época, cantidad y calidad.

De esa manera, será el productor quien cada vez más participe a través de todo el proceso, con lo cual se hará de lado la cadena de intermedios y se logrará la integración del productor con el consumidor, aprovechando la fuerza de trabajo existente en el campo y que actualmente -- esta disfrazada como población económica activa del medio rural.

### 3. Normalización de la Producción.

Si tomamos en cuenta la certeza de organizar correctamente al productor, para las faenas que se requieran hasta poner al alcance de los consumidores los productos de origen agorpecuario, aún quedaría por resolver otro problema de extrema gravedad y que tradicionalmente se ignora en los círculos donde se programan las actividades productivas. En efecto la diversidad de condiciones físicas para la producción generan un producto -- de peculiaridades diferentes en cada zona productora, no obstante que -- sea una misma especie. Las propiedades químicas de la tierra, el agua, las condiciones climatológicas, orográficas e hidrográficas ocasionan -- ese sin número de variaciones.

Ante tales condiciones es difícil homogenizar las características de los frutos ya que, además de obstaculizar las compras a distancia, también -- influyen hábitos y costumbres de consumo regionales con lo cual una -- variedad que obtuvo buena cosecha en una región no es bien aceptada en -- otra; por ejemplo, sucedía todavía hace unos pocos años, que en la zona sur del país se consumía tradicionalmente papa de carne amarilla y muy -- restringidamente la papa de carne blanca. En cambio en el norte del país, donde la preferencia era por la de carne blanca no obstante de existir,

cosechas deficientes de este tipo de papa y por ello encontrarse a precios muy altos, aún así el consumo de la papa de la carne amarilla no rebasaba al de la carne blanca incluso con precios inferiores. Como este ejemplo podemos señalar el chile serrano, la cebolla, la naranja o el jitomate, productos que por su tamaño, textura, presentación, humedad, etc. se diferencian en tal magnitud que incluso alguna se destina a la exportación, mientras que otra se industrializa pues ni siquiera para el consumo humano es adecuado.

Sin embargo, si queremos modernizar el sistema de comercialización deberemos iniciar por proponer la normalización de los diferentes productos, determinar calidades, para lo cual quizá se tenga que influir hasta en las costumbres de producción, uso de semilla, fertilizantes e insumos en general, lo racional indica que debe normarse sobre los productos con características más aceptables y a partir de ahí clasificar los de las distintas regiones.

Otro elemento que debe utilizarse para la normalización deberán de ser las normas de calidad mínimas, los trabajos de selección y empaque y la presentación para la venta. Es norma común observar el traslado de fruta como naranja o plátano que se hace con una considerable merma y pérdida de producto durante el trayecto. Se ha estimado que en un viaje de naranja de San Luis Potosí a la Ciudad de México, la merma puede alcanzar hasta un 8%\*, considerando que el trayecto solo se lleva a cabo en 6 horas y generalmente de viaje nocturno.

El transporte de otros productos como chile, cebolla, zanahoria, papa -- procedentes del norte, se hace tradicionalmente en arpillitas, o sea con destino mayorista con ello se obliga a un proceso de intermediación, cuando bien podría empacarse para la venta al consumidor final y evitarse ese eslabón innecesario, tomando en cuenta esto, se hace indispensable la fijación de normas para la presentación, para la distribución y venta.

Solo así sería posible garantizar la calidad del producto que compraría entre productores y consumidores separados por grandes distancias sin la incertidumbre del que compra y con el mejor precio para el vendedor, de --

\* Estudio elaborado por "Fidagri" para el Banco Mundial.

esta merma un solo telefonazo es suficiente sin ser necesario cargarle - los costos del viaje, que de otra manera es imprescindible transferirlos al precio de venta del producto.

#### 4. Sistema Integral de Información.

Como toda acción ordenada y consecuente con un principio y fin perfectamente definidos, el proceso de comercialización que se inició con la producción y finaliza en el consumo, requiere de un apoyo fundamental que permita medir su magnitud, incidencia y tendencia, permitiendo además la reordenación y constante adecuación para satisfacer plenamente sus objetivos. Dicho apoyo solo puede ser un sistema integral de información que contenga los datos indispensables para planear, programar, ejecutar y evaluar las acciones del proceso de comercialización.

Consideramos que el sistema de información deberá contener diferentes módulos con la profundidad y especialidad que cada uno requiere pero al mismo tiempo mantendrá la interrelación entre ellos para darle secuencia al proceso.

En primer lugar deberá de contemplarse todas aquellas acciones que permiten producir; desde las superficies global y por tipo de producto, su ubicación y condiciones de producción, el historial productivo hasta las potencialidades ecológicas, con ello contar con la información de la oferta. En otras palabras quien produce, donde y cuanto.

En segundo lugar será indispensable medir el aspecto relativo a la demanda, los consumidores, las necesidades en volumen y en temporada, las perspectivas en la aplicación y diversidad de productos, los instrumentos distributivos, de recepción y venta, de mecánica operativa sus puntos débiles y los elementos de control y controladores, también hay que tomar en cuenta la presentación y la funcionalidad para la venta, etc.

En tercer lugar será necesario instrumentar un módulo de información sobre los elementos de interrelación entre los datos de la oferta y de la demanda; entre otros dos datos relativos de infraestructura, vías de acceso, distancia, capacidad de transporte, sustitutos alternos, almacena-



miento en las zonas productoras, conocimiento de precios y necesidades de las diversas zonas consumidoras y en general divulgación de información - entre los productores, relativa a las características y condiciones de la demanda de sus productos.

Otro modulo que debe considerar el sistema integral de información, son - las reservas potenciales y actuales, así como las perspectivas de consumos futuros, y exportación para que en función de ello se programe la utilización de las tierras susceptibles de abrirse al cultivo, así como medir las incidencias en las modificaciones de la tecnología o de la productividad por habitante para cada tipo de cultivo.

Con el conjunto de datos, su relación e inferencias será posible, entonces se podrá hablar de un verdadero proceso de programación - presupuestación que gracias a su carácter dinámico, y a la posibilidad de retroalimentación garantice los niveles mínimos de producción para el consumo nacional. Es evidente que este enorme esfuerzo de organización, deberá estar en manos del Gobierno Federal, pues la información operada y procesada -- puede ser vital para la estabilidad social del país pues de ello depende la subsistencia y sobrevivencia de la nación, ya que significa la alimentación.

A pesar de ser una gran cantidad de datos y de funciones, no debe crearse un pesado aparato burocrático, con los avanzados sistemas de manejo de información de manera electromecánica, es posible y deseable que sea un departamento de dimensiones modestas, pero con apoyos de otras entidades y Dependencias que cuentan con infraestructura suficiente en el ámbito nacional. En otras palabras el trabajo se reduce a la captación de información, diseño de formatos y mecanismos de transmisión de información, sistemas de validación, elaboración del programa y subprogramas de procesamiento y elaboración de informes con resultados y sugerencias de acción sobre las fases del proceso productivo.

Pero todo lo anterior, no tendría ninguna utilidad sino existe la capacidad de acción para llevar adelante las sugerencias y programas de actividades derivadas del análisis de la información, para cumplirlas no es necesario crear nuevas estructuras, solamente definir programas por resultados de las instituciones establecidas en materia de programación, organización, financiamiento, asesoría, compra, distribución, etc. No olvidemos los vicios y deformaciones de organismos públicos y sociales principalmente, para lo cual si será necesario incluir y promover organismos nuevos que a través de un efecto multiplicador, obliguen demuestren la forma adecuada de aprovechar los resultados, generada por el Sistema Integral de Información.

Al respecto, se debe partir de la premisa sobre comportamiento social, - donde se afirma que "El comportamiento humano se norma más por la imitación que por la convicción".

##### 5. Metas

Al principio del presente trabajo, señalavamos que la complejidad de la economía hace muy difícil, sino imposible el solucionar todos sus problemas ha partir de resolver algún problema estratégico, en efecto el nivel de relación de los diversos fenómenos económicos permite afectar a un gran número de ellos pero definitivamente quedan muchos otros sin modificación.

Si pudieramos ser capaces de desarrollar un modelo como el descrito anteriormente donde ante todo nos preocupamos por satisfacer las necesidades de la comunidad, independientemente de atender las deformaciones consumistas derivadas de las enormes diferencias en la concentración del ingreso, todo ello inserto en un modelo general de desarrollo que persigue la autosuficiencia en las diversas facetas del consumo.

Aparentemente implica modificaciones profundas pero sustancialmente significa preparar a la sociedad a satisfacer necesidades reales y no importadas, ajenas a nuestra costumbre y a nuestra realidad con lo cual esta-

rfamos reorientando no solo los hábitos de consumo, sino incluso las - normas de comportamiento en busca de niveles más racionales, más justo y ante todo más humanos.

El resultado inobjetable solo podría ser la superación de algunos de - los más graves problemas; an principio sería factible un aumento constante de la producción pues cada campesino productor se vería motivado producir más al darse cuenta que su trabajo es útil, proporcionar beneficios a la comunidad y es adecuadamente remunerado. En otros términos, la actividad productiva adquiere un carácter de utilidad social - con atractivo suficiente para que cualquier habitante la observe como una profesión más y no como hasta la fecha donde es denigrante ser campesino.

La motivación individual representada por los ingresos que actualmente quedan en manos de los intermediarios, que permitiera atender cada vez mejor la práctica productiva, con buenos insumos, técnicas y trabajos culturales adecuados para mantener en óptimas condiciones al recurso - tierra y al mismo tiempo a las diversas labores culturales, sean temporales ó perenes.

El constante aumento de las cantidades producidas permitirán satisfacer las necesidades de la población y quizá generar excedentes para la exportación, al resultado exclusivo del aumento de la producción traerá como resultado inmediato una disminución en el nivel de inflación, - además de permitir un crecimiento acelerado del mercado interno en los niveles donde el consumo queda satisfecho con los productos de la planta industrial nacional. Para que sea más claro, la demanda campesina de artículos industriales como, aparatos electrodomésticos, mobiliario habitacional, vehículos, etc., no está viciado por hábitos de consumo extranjeros por lo cual esos nuevos integrantes del mercado interno -- quedarán satisfechos con los productos nacionales.

Un aumento en el número de demandantes permitirá elevar los niveles de producción, con ello las plantas productivas serán más eficientes. -- pues para nadie es desconocido que el actual nivel de utilización ape-

nas rebasa las dos terceras partes de la capacidad instalada. Como esta demanda no requiera de nuevos productos, con los conocimientos y tecnología actual sería suficiente para satisfacer las necesidades del mercado interno.

De esa manera se restringe la importación, al menos temporalmente de los nuevos adelantos tecnológicos, pues frecuentemente es más importante la cantidad que se destina a su pago, que la utilidad en el bien producido.

Quisiera que se entendiera plenamente este aspecto; las nuevas modalidades en el consumo resultan ser más imitaciones de normas de comportamiento que soluciones a los problemas de la propia sociedad, por ejemplo, la T.V., en blanco y negro y la T.V. en color, o las medias con costura o sin costura, la moda en general es un ejemplo clásico de como se modifican equipos productivos que aún en buen estado alcanzan la obsolescencia.

Si tenemos un incremento en el número de demandantes del mercado interno, la demanda global de los bienes y satisfactores deberá incrementarse obligadamente, con ello la planta industrial se utilizará a mayores niveles de eficiencia y se propiciará un crecimiento de la industria nacional.

Continuando con esa secuencia, al aumentar el tamaño de la planta industrial, se elevaría el índice de empleo, pudiendo aprovecharse esta nueva inercia para confirmar los nuevos polos de crecimiento, modificando la macrocefalia padecida por nuestro país. Esto implicará aumentar los servicios para la población, pero al haber mayor producción, mayor actividad comercial, es de preverse que habrá también mayor captación de ingresos por el Gobierno Federal, vía el cobro de impuestos, derechos, productos y aprovechamiento. Al respecto, es conveniente señalar que actualmente se realizan esfuerzos tendientes a efficientar el sistema impositivo y los mecanismos de recaudación, tanto en el D. F. como en el interior del país.

Si el Gobierno Federal dispone de mayores recursos, y si la planta productiva esta en constante aumento, tendremos que cada día más mexicanos ten

drán opción a alcanzar una vida más digna y decorosa, en el campo como productores, y en la ciudad como transformadores y organizadores de las actividades necesarias para nuestro país.

Es evidente que para beneficiar al 42% de nuestros compatriotas que habitan en el agro y de aproximadamente 30% de habitantes de ingresos fijos y bajos que moran en las zonas urbanas, tendremos que perjudicar a otro grupo también de mexicanos pero cuyas actividades en lugar de proporcionar beneficios sociales, generan perjuicios y problemas de extrema gravedad, sin embargo, queriendo cuantificar a esa población no alcanza ni el 0.01% de la población total. Ante ello creo, que es evidente la elección.

Hay que agregar el hecho expresado a través de la modernización de la vida y por consecuencia inevitable adaptabilidad los instrumentos utilizados por el Gobierno Federal. Es indispensable que para garantizar los mejores resultados el Estado adopte un papel de verdadero regulador de la vida económica del país, ello implica la participación directa y decidida en los diversos actos de su competencia para el caso de la comercialización y dado su carácter de estratégico, el Estado deberá promover y propugnar la integración de todo el proceso tanto horizontal como verticalmente, de otra forma continuaremos como hasta la fecha con intentos que a la postre son amargas experiencias.

## CONCLUSIONES:

- 1) Reestructurar la práctica comercial para abastecer suficiente y oportunamente de alimentos a la población, buscando beneficiar a los -- grupos poblacionales mayoritarios, o sea los productores y los consumidores finales.
- 2) La comercialización es un proceso que acelera o frena parte del desarrollo económico de un país, al abrir o cerrar el mercado interno, ampliar la participación de sus involucrados en los distintos ámbitos del proceso.
- 3) El proceso de comercialización es todo un mecanismo que tiene repercusiones previas a la producción y posteriores a la realización.
- 4) La relación entre regiones polariza recursos, extrayendo fuerza de trabajo de las áreas pobres hacia zonas de gran riqueza económica -- en los diferentes aspectos de comercialización.
- 5) La comercialización tal y como tradicionalmente se ha realizado, pasa de ser una integración coherente de actividades para suministrar productos varios a un grupo social, a un medio de explotación de -- los grupos poblacionales amplios.
- 6) La comercialización se convierte en problema, cuando la base de productores se desestimula y la oferta disminuye en términos reales y relativos, ya que el productor se ve imposibilitado a capitalizarla, de esta forma su escaso excedente económico se orienta prioritariamente a otros destinos.
- 7) El uso y tenencia de la tierra sigue siendo uno de los problemas no dables que repercute en la producción y comercialización generando -- dos vertientes; una tecnificada y otra tradicional, para el mercado interno.
- 8) La agricultura de autoconsumo, genera excedentes que se destinan a la comercialización del mercado interno, con grandes desventajas ya que su calidad y precio son negociadas por la falta de medios, y re cursos para cosecharlas, transportarla en forma conveniente.
- 9) La explotación de las actividades esta conformada por dos aspectos, la de gran inversión de capital y la tradicional o rústica, refle -- jándose incluso en las distintas actividades económicas: pesca, ganadería, sivicultura, etc.
- 10) Para la comercialización, las vías de acceso obedecen más a la faci -- lidad de sacar sus productos, que a la necesidad de integrar las co -- munitades del país.

- 11) La producción que llega a la ciudad de México, es generalmente de predios pequeños sin elevada inversión de capital, en zonas relativamente cercanas, aunque en ocasiones el mercado se ve inundado por productos de exportación que no pudieron trascender la frontera norte.
- 12) La producción de elevado nivel de inversión de capital correspondiendo a explotaciones organizadas y potentes se destinan en su gran mayoría a la exportación, independiente a la expresión económica que se trate.
- 13) La comercialización ha concretizado la descapitalización del agro, - considerado como aquel destinado al mercado interno y de escaso nivel de inversión de capital, originado por la escasa capacidad económica de producto, precios bajos y desconocimiento del mercado.
- 14) Las distintas instancias oficiales que buscan promover la producción, se orientan a fases específicas, sin considerar la totalidad de actividades que intervienen en el proceso.
- 15) No es posible aumentar la producción, cuando se enfrenta el productor a una realidad de limitación y opresión ya que no dispone de medidas para subsistir y al mismo tiempo capitalizar su parcela.
- 16) El fracaso de intentos destinados a mejorar la práctica comercial, ha restado confianza y seguridad en el pequeño productor, creando un ambiente de resistencia y desconfianza ante nuevos intentos y en contrapartida fortaleciendo los canales tradicionales.
- 17) Hablar de comercialización implica tratar actividades propias de la familia campesina, los previos a la producción, la propia actividad productiva, los aspectos colaterales como financiamiento, instrumentos de trabajo, etc., cosecha, transporte y distribución, todo como un sistema íntegro y coherente lógicamente.
- 18) La comercialización se controla a través del financiamiento, pero tiene modalidades especiales en tiempo y lugar, desde el campo, el transporte, hasta el centro distribuidor.
- 19) El conocimiento del mercado es otro punto estratégico de la comercialización, ya que es ahí donde se concretiza el valor de lo producido, en muchos casos el beneficiario es una persona ajena al proceso productivo.
- 20) La política de financiamiento hacia el campo se ha convertido más en la de "dinero fácil", con lo que se ha burocratizado al campesino, - haciéndolo percibir ministraciones, con ello la desmotivación se ha multiplicado.
- 21) La venta a futuro es una práctica comercial todavía muy frecuente, - donde el único beneficiado es el comprador, al fijar precios actuales a cosechas futuras.
- 22) Los instrumentos de trabajo son elementos de control de la producción

para productos, zonas y temporadas, lo cual es conocido por los intermediarios y utilizado en contra del productor de escasos recursos.

- 73) En la comercialización la formación de los precios, adquiere matices subjetivos que están acorde de la influencia comercial del acaparador o distribuidor, ya que su posición de fuerza y manejo del mercado le otorga esa facultad.
- 24) Dentro de la Comercialización la transportación de los productos, ocupa un lugar determinante, en ocasiones frecuentes, es un elemento de control y por el alto costo de los equipos, sólo pocos disponen de ellos.
- 25) La venta de las cosechas en temporada, permita aumentar la posibilidad de obtener mejores beneficios, sin embargo estará en función de la capacidad económica del productor.
- 26) Para los productos perecederos los precios tendrán gran influencia dependiendo, de su demanda y su grado de perecibilidad, además de capacidad del comerciante o distribuidor.
- 27) La distribución de los productores en las grandes lonjas comerciales, como "Central de Abasto" son generalmente exitosas, lo que demuestra la visión integral de los bodegueros o acaparadores, además de extender, su influencia a otros ámbitos.
- 28) La oferta al detalle de los productos perecederos, esta atomizada, lo cual comprueba el carácter antieconómico de estas negociaciones y su orientación ha ser más ocupación, que explotaciones económicas racionales.
- 29) La distribución de productos, conocida como comercio, está influenciada notoriamente más por crisis de empleo, que por tradición comercial, en efecto en muchos casos no corresponde a la rentabilidad económica, sino a la falta de trabajo del participante.
- 30) La información empírica que maneja el gran comerciante le permite contar con elementos de juicio para negociar máximas ganancias. - Dicha información no es de gran trascendencia y análisis, sino más bien práctica y actual, pero si integrada.
- 31) Existen limitantes físicos que propician el actual esquema de comercialización, entre otras están las microregiones, microclimas y micromercados que impiden intentos globalizadores en la comercialización de los productos.
- 32) La capacidad almacenadora, dentro de la comercialización juega un papel colateral ya que el gran comerciante no lo necesita; aunque cuenta con producto todo el año, es frecuente localizar importantes acapadores que operan sin bodega.
- 33) Los centros distribuidores al mayoreo y medio mayoreo, han generado vicios sociales y carencia de servicios ya que la enorme concentración de habitantes en su entorno requiere de satisfactores, más allá de sus capacidades.



- 34) Los niveles de intermediación y comercialización, son quienes han aprovechado su posición, capitalizando los resultados generados.
- 35) La realidad demuestra que en la actualidad el comerciante se fortalece cada día más al afectar los precios, sin agregar valor al producto comercializado.
- 36) El gobierno ha sido mudo testigo, con lo cual indirectamente ha apadrinado dicho proceso, sus actividades se han orientado hacia el incremento de los recursos destinados al campo, sin acompañarla de una labor de integración y concientización.
- 37) El proceso actual concentra recursos generados por muchos productores, en manos de unos cuantos comerciantes, agudizando las contradicciones sociales como son la elevación de precios a los consumidores y los escasos recursos de los productores.
- 38) La falta de atención directa al campo a través del pago adecuado a sus productos, genera descapitalización, exprimiendo los nutrientes del recurso tierra y por lo tanto disminuyendo progresivamente su capacidad.
- 39) La disminución proporcional de la productividad, aunada al aumento de la demanda de los productos, agudiza la dependencia alimentaria, que para subsanarla debe acudir a producciones de otros países.

RECOMENDACIONES

Dentro del cuerpo del presente documento se señalan implícitamente - aquellas medidas que se consideran pertinentes aplicar para mejorar las condiciones existentes en materia de comercialización; sin embargo el capítulo VIII contemplan las genéricas que son:

- 1.- Mayor participación del estado como regulador de la práctica comercial, incluyendo actividades de promoción a la producción, - apoyo a los trabajos culturales, corte, selección, empaque y embalaje, normalización, distribución y mercadeo.
- 2.- Auto-Administración de la actividad comercial a partir de los -- elementos que intervienen desde el productor, transportista, comerciante y consumidor, lo que permitirá manejarse con principios tanto de rentabilidad económica como de beneficio social.
- 3.- Estudio y determinación de la normalización de los proyectos para facilitar las operaciones comerciales a distancia y a futuros.
- 4.- Sistema integral de información para conocer regional y nacionalmente, así como en forma periódica las necesidades y las ofertas de los productos agrícolas perecederos.

Colateralmente y en forma específica se presentan las siguientes recomendaciones que también buscan agilizar la práctica comercial beneficiando a los involucrados y que son:

- Actuar sobre los actuales canales de comercialización para combatir los innecesarios y costosos procesos de intermediación. A este respecto, deberán intensificarse las promociones para - la organización de sociedades cooperativas de consumo y de producción en los medios urbanos y rurales.
- La aplicación de la Ley Reglamentaria del Artículo 28 Constitu

cional en Materia de Monopolios.

- Investigar periódicamente la situación de los mercados para evitar estrangulamientos temporales o permanentes de la oferta, mediante:
  - a) La importación de los artículos que sean necesarios para satisfacer la demanda interna, cuando la producción sea insuficiente, e intervenir en la distribución y comercialización de los volúmenes importados.
  - b) Evitar la exportación de los productos cuya producción no satisfaga el mercado interno.
- La promoción y organización de ferias y exposiciones comerciales, industriales y agropecuarias.
- La organización y difusión de campañas de orientación al consumidor.
- Eliminar las prácticas que llevan a cabo los comerciantes en materia de financiamiento al consumo y al pequeño productor, ya que las tasas de interés suelen ser excesivamente altas. Esto para coadyuvar en los objetivos de la nueva Ley Federal de Protección al Consumidor.
- Coordinar la acción de las diferentes dependencias gubernamentales que intervienen en el comercio interior, con el fin de lograr que la oferta unificada del sector público incida favorablemente en el nivel de precios.
- Establecer márgenes de comercio en la venta de toda clase de artículos nacionales e importados, así como su distribución conveniente.
- Promover y estimular la celebración de contratos de compra-venta, entre productores de materias primas e insumos industriales.
- Activar la promoción y organización de asociaciones de pequeños in

dustriales y pequeños y medianos comerciantes, para la adquisición en común de materias primas e insumos industriales y de artículos de consumo necesario.

- Coordinar la acción de los mercados del sector público y promover la organización de ofertas especiales de artículos de consumo popular.
- Coordinar la acción de los distintos medios de apoyo al comercio interior, como sistemas de financiamiento, concurrencia, transportes, almacenaje, etc.
- Realizar permanentemente investigaciones de mercado, por productos y regiones específicas.
- Establecer un sistema nacional y regional de información periódica en materia de precios, volúmenes y calidades de los productos objeto de comercio interior.
- En general, estudiar todos aquellos problemas que limiten el sano desarrollo del comercio interior y, en su caso, dictar las disposiciones que juzgue pertinentes.

BIBLIOGRAFIA

- Bassols, Batalla Angel. Geografía Económica de México  
Editorial Trillas 1976, México, D.F.
- Barkín, David. Los Beneficios del Desarrollo Regional  
SEP setentas, 1972, México, D. F.
- Brading, F. Mineros y Comerciantes en el México Borbonico  
Fondo de Cultura Económica.  
1975, México, D. F.
- Chaganov, A.V. La Organización de la Unidad Económica Campesina. Ediciones nueva visión, 2o. edición,  
1974, Buenos Aires, Argentina.
- Erich From y Michael Mc cobl. Sociopsicoanálisis del Campesino Mexicano.  
Siglo XXI Editores 1975, México, D. F.
- Fernández y Fernández Ramón  
y Acosta Ricardo. Política Agrícola. Fondo de Cultura Económica  
1969, México, D. F.
- Flores, Edmundo. Lecturas sobre Desarrollo Agrícola (I)  
Selección de Fondo de Cultura Económica  
1972, México, D. F.
- Flores, Edmundo. Tratado de Economía Agrícola.  
Fondo de Cultura Económica, 1961, México, D.F.
- Flores, Edmundo. Vista Revolución Nuevos Problemas.  
Cuadernos de Joaquín Morliz, 1972,  
México, D. F.
- Fuentes Cortes Rafael. Comercialización de Productos Agrarios para -  
Consumo en fresco.  
Publicaciones de Capacitación Agraria, 1969,  
Madrid, España.
- Hansen, Roger D. La Política del Desarrollo Mexicano.  
Siglo XXI, Editores, S.A. 7a. Edición  
1976, México, D. F.

- Plan Nacional de Desarrollo Pesquero. 1977-1982. Departamento de Pesca 1977.
- Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988. Poder Ejecutivo Federal 1983.
- El Economista Mexicano. Agricultura y Alimentación.  
Vol. XII, No. 5 Colegio Nacional de Economistas. Septiembre-Octubre 1978.
- Secretaría de Comercio. - El Transporte en la Agricultura, Comercio e Industria, SIC. 1977.
- Política de Comercio Interior de Productos no elaborados y semi-elaborados, Oficialía Mayor. 1975.
- El Sistema de Centros de Abastecimiento de Alimentos no elaborados y semi-elaborados en el D.F. Oficialía Mayor. 1975.
- Banco de México. Informe General 1975.
- Tesorería del Distrito Federal. Informe de labores, 1982 y 1983.
- Memoria del 1o. Seminario de actualización INDETEC. S.H.C.P. 1982.
- Fideicomiso par la Producción y Comercialización de Productos Agrícolas Perecederos. Informe de Actividades, 1975.
- CONAFRUT. Memoria de actividades, SAG. 1971, 1972, 1973, 1974 y 1975.
- SCETAGRI-FIDEC (Banco de México). Proyecto de Desarrollo de la Comercialización de Frutas y Hortalizas, Carne y Huevo. agosto 1981.
- Empresa Nacional Mercorsa. Los Mercados en Origen de la Red Mercorsa, 1974, Madrid, España.
- Instituto Colombiano de Normas Técnicas. Papa de consumo, No. 341. 1967, Bogotá, Colombia.

- López Gallo Manuel. Economía e Historia de México.  
Ediciones El Caballito, 1972,  
México, D. F.
- Mellor John. Economía del Desarrollo Agrícola.  
Fondo de Cultura Económica, 1920,  
México, D. F.
- Mejido Manuel. La Economía en Crisis. Fondo de Cultura  
Económica, 1976, México, D. F.
- Movack, George La Ley del Desarrollo Desigual y Combinado.  
Ediciones Pluma, 1974, Buenos Aires, Argen-  
tina.
- Ramírez, Hernández G. Lecturas sobre Desarrollo Económico.  
Selección por Escuela Nacional de Economía,  
1985, México, D. F.
- Ramírez, Hernández G. Docencia e Investigación Económica en Méxi-  
co. México, D. F.
- Restrepo, Fernández. Los Problemas de la Organización Campesina.  
Seminario sobre Organización Campesina y De-  
sarrollo Agroindustrial. Editorial Campesi-  
na, 1975, México.
- Salvat Biblioteca grandes  
Temas. La Nueva Agricultura, Salvat, 1973,  
Barcelona, España.
- Tello, Macías C. La Política Económica en México 1970-1976.  
Editorial Siglo XXI Editores, S.A., 1979,  
México, D. F.
- Varios Autores. Justicia Económica Internacional.  
Contribución al Estudio de Carta de Dere-  
chos y Deberes de los Estados.  
Fondo de Cultura Económica, 1976,  
México, D. F.
- Varios Autores. El perfil de México en 1980.  
Tomo I, Siglo XXI Editores, S.A.  
1972, México, D.F.

Villarreal, Cardenás, R.

La Comercialización en México.  
Ponencia IEPES, 1979.

- - o - -

- Censo General de Población 1970-1980 S.P.P. INEGI.
- Censos Económicos 1976. SIC. Dirección General de Estadística.
- Diario Oficial
- Código de Comercio, 15-septiembre-1889.
  - Ley sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica.  
30-diciembre-1950.
  - Ley del artículo 28 Constitucional.  
31-agosto-1934.
  - Reglamento de la Ley Orgánica del artículo 28 Constitucional.  
19-diciembre-1931
  - Acuerdo por el que se Confieren Facultades y Atribuciones a la Coordinación de Abasto y Distribución del Distrito Federal.  
27-mayo-1983.
  - Decreto por el que se Constituye la Comisión Coordinadora de Abasto del Distrito Federal.  
10-mayo-1983.
  - Decreto que establece el Sistema Nacional para el Abasto.  
21-septiembre-1981
  - Instructivo de Operación para la Central de Abasto del Distrito Federal.  
22-noviembre-1982.



Indian Standards Instituto.

Guide for Storage of potatoes, 1973.  
New Delhi.

Reportes Periodísticos.

El Universal, El Día, Novedades, 1975,  
septiembre-diciembre.