

5 of
14



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

LA CONFRONTACION ENTRE EL GOBIERNO
MEXICANO Y LA CONCANACO POR EL
MERCADO DE PRODUCTOS BASICOS
1983-1987.

TESIS PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS POLITICAS Y
ADMINISTRACION PUBLICA
P R E S E N T A :
ALEJANDRA LUZ DIAZ GRANILLO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1989



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO 1

1. LA PARTICIPACION DEL GOBIERNO FEDERAL EN EL ABASTO DE PRODUCTOS BASICOS

- | | |
|--|----|
| 1.1 Antecedentes de la Intervención Estatal
en el Abasto de Productos Básicos | 7 |
| 1.2 Atribuciones del Poder Ejecutivo en Materia
mica | 16 |
| 1.3 La Política Social Alimentaria y la Empresa
Pública en el Sexenio 1982-1988 | 19 |
| 1.4 Estructura Institucional del Sector Comercio
en el Sexenio 1982-1987 | 22 |
| 1.5 Organización de la Comercialización
de Productos Básicos en México | 35 |

CAPITULO II

2. PRINCIPALES PROGRAMAS EN MATERIA DE ABASTO Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS DURANTE EL PERIODO 1983-1988

- | | |
|---|----|
| 2.1 Características de la Estructura del Comercio
de Alimentos en México | 39 |
| 2.2 Programa Sistema Nacional para el Abasto
Control del Paquete Básico de Consumo Popular | 43 |
| 2.3 Programa para la Producción, Abasto y
Control del Paquete Básico de Consumo Popular | 45 |
| 2.4 Programas en Materia de Comercialización
de Productos Básicos por el Sistema
DICONSA-Conasupo | 59 |

CAPITULO III

3. EL SECTOR PRIVADO COMERCIAL

3.1 Origen y Objetivos de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO)	61
3.2 Pacto de Solidaridad Nacional 30 de diciembre de 1982	70
3.3 Planteamientos Generales de la CONCANACO con Respecto a:	
3.3.1 Comercialización de Productos Básicos	76
3.3.2 Planteamientos Económicos y Políticos	79
3.3.3 Convocatoria a la Acción Política.....	83

CAPITULO IV

4. CONFRONTACION POLITICA ENTRE EL GOBIERNO Y
Y LA CONCANACO DURANTE EL PERIODO 1983-1988

4.1 Desaparición del Comercio Social: Compañía Nacional de Subsistencias Populares, Impulsora del Pequeño Comercio, Sistema Distribuidoras Conasupo, del Instituto Nacional del Consumidor y la Procuraduría Federal del Consumidor	85
4.2 Subsidios al Consumo	99
4.3 Política de Control de Precios de Productos Básicos	102
CONCLUSIONES	115
BIBLIOGRAFIA	119

INTRODUCCION

El Estado que surge de la Revolución Mexicana se consolidó por una parte como un Estado capitalista promotor de dicho sistema teniendo como base todo un cuerpo jurídico que lo sustentaba, también consolidó su participación directa como empresario con el reconocimiento de los factores de poder dentro del proceso de política económica; por otra parte, se erige como el único ente capaz de proteger a las clases desfavorecidas consecuencia del modo de producción, con el fin de lograr justicia social mediante la satisfacción de las necesidades sociales más elementales como: salud, educación, vivienda, alimentación, cultura y recreación.

Dichas prioridades constituyen desde 1917 parte esencial del Proyecto de Nación, el cual ha trascendido hasta nuestros días y que actualmente se encuentra plasmado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en el Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988.

Sin embargo, las actuales circunstancias históricas caracterizadas por la agudización de las contradicciones inherentes al modo de producción capitalista en México, la recomposición de la élite en el poder, la cada vez más intensa influencia de los grupos empresariales en las decisiones políticas, son algunos de los factores que han ejercido una influencia determinante en la orientación de las políticas del gobierno mexicano, así como en su capacidad de respuesta ante los retos que implica lograr el desarrollo del país y la satisfacción de las demandas sociales simultáneamente.

Si bien es cierto que el gobierno en estas circunstancias se ve limitado para dar respuesta satisfactoria a las demandas debido a la falta de recursos, también lo es el hecho de que su actividad se desenvuelve en medio de una competencia entre partidos políticos, de demandas de los grupos empresariales y de los grupos sociales, de los medios de comunicación y en términos generales, en un clima de aguda crisis sobre todo de índole económica.

A la luz del estudio de la relación entre el Sector Público y del Sector Privado Comercial representado por la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO) en el campo de la regulación y abasto del mercado de productos básicos, se analiza cómo el Gobierno Federal es cuestionado e influido en su acción en el sector comercio a través del cual debe cumplir el compromiso social de

proporcionar alimentación al pueblo mexicano a precios accesibles, en el lugar y tiempo requeridos.

La tendencia estatal durante el periodo 1985-1987 se orientó hacia el llamado realismo económico compatible con las tesis sustentadas por la CONCANACO, dicha política fue ejecutada mediante acciones tales como: poner en práctica el retiro de subsidios directos a algunos productos esenciales en la dieta del mexicano como lo es el caso del pan (bolillo, telera), y haciendo más selectivo el subsidio otorgado a la leche y a la tortilla, pues esta última era consumida con precio subsidiado aun por aquellas clases sociales con alto poder adquisitivo; también se liberaron precios de miles de productos; se racionalizó el financiamiento en programas, subsidios y gasto corriente de CONASUPO y sus empresas filiales... empleando criterios como eficiencia y eficacia administrativa.

El propósito fundamental de esta investigación es analizar y confrontar las tesis oficiales y de la iniciativa privada comercial (CONCANACO), en torno a su intervención en el abasto de productos básicos alimenticios; así como el cuestionamiento de esta última a la intervención estatal en el sector comercio, que en términos generales le impide sujeta dicha actividad a las leyes del mercado (oferta-demanda).

La ideología de la CONCANACO se basa en retornar al liberalismo clásico que en la actualidad implica: libre mercado, libre empresa y libre comercio internacional así como en la reinterpretación del papel del Estado dentro del sistema capitalista de economía mixta, reduciendo su presencia a la de simple medio para asegurar los fines económicos del hombre de empresa, ya que desde el punto de vista de la iniciativa privada comercial, el hombre es definido no sólo como un ser social, sino también como un ser económico que se realiza a través del intercambio, del comercio.

La presión ejercida por CONCANACO se ha basado en una serie de argumentos que incluso atentan contra la rectoría estatal en la vida económica, política y social de México.

La disputa por el mercado de productos básicos no debe en particular a que la CONCANACO desea obtener el control del sector comercio porque representa la posibilidad de manejarlo de acuerdo a sus intereses muy particulares, y también adquirir el poder suficiente para influir en la adopción del neoliberalismo como modelo de desarrollo.

Es así como el Gobierno ha tenido que contener el ataque de la CONCANACO, la cual además pretende ganar posiciones políticas dentro del Sistema Político con el fin de lograr que el Gobierno se retire del campo de la regulación y comercialización del mercado de alimentos básicos.

En este aspecto concretamente, el Gobierno se ha negado a negociar con la iniciativa privada comercial la venta de las empresas públicas instrumento de la política social alimentaria, la liberación del control de precios de los productos básicos que integran la canasta básica de consumo popular y en términos generales, su retiro del sector comercio.

En el primer capítulo del presente trabajo, se presenta una panorámica de las causas y antecedentes que indujeron al Gobierno Federal a participar en la Regulación y Abasto de Productos Básicos, así como presentar la estructura del Sector Comercio durante el periodo 1983-87. Por último se presenta una visión general de la cobertura comercial del sector privado, del comercio social y del oficial.

El segundo capítulo incluye la estructura programática en materia de Abasto y Comercialización de Productos Básicos, y un análisis de los problemas existentes en la estructura comercial de alimentos en México y de la composición de la canasta oficial (canasta SECOFI), asimismo de la política de protección al consumo mínimo de las clases populares.

En el capítulo tercero se presentan los antecedentes históricos de la CONCANACO, sus planteamiento respecto a la concertación política con el Gobierno Federal y el Sector Social para procurar el abasto y comercialización de productos básicos, así como su postura ante los procesos económicos y políticos de la economía mexicana.

En el capítulo cuarto se desarrollan los factores centrales alrededor de los cuales se dio la confrontación entre CONCANACO y el Gobierno Federal durante el periodo de estudio (Desaparición del comercio social, de las Empresas Públicas encargadas de ejecutar la política social alimentaria y de las instituciones que brindan protección al consumidor; el Retiro de subsidios del consumo básico y de la liberación de precios de productos básicos) y la respuesta gubernamental a sus exigencias.

1. LA PARTICIPACION DEL GOBIERNO FEDERAL EN EL ABASTO DE PRODUCTOS BASICOS

1.1 Antecedentes de la Intervención Estatal en el Abasto de Productos Básicos

A través de la historia del comercio de alimentos en México, han existido problemas de abasto originados por diversas causas como las de origen meteorológico (inundaciones, sequías, heladas); de origen ecológico (plagas); por causas de origen político como la anarquía existente en el país durante el período posterior a la guerra de Independencia y de la Revolución de 1910, provocaron difíciles condiciones de vida para el pueblo mexicano, llevándolo, al hambre, a la desesperación y al bandolerismo.

Quando se llegaba a sufrir la pérdida total o parcial de los cultivos de maíz, frijol y trigo que constituían los alimentos básicos, se sucedían una serie de consecuencias desastrosas: hambre, migraciones, paro de actividades, desempleo, tumulto en las ciudades, epidemias y mortandad entre la gente más pobre; pero por otra parte esa escasez de alimentos eran aprovechadas por especuladores que acaparaban las cosechas en grandes cantidades para después venderlas a precios muy elevados.

En el año de 1822 se registraron hambrunas en el estado de Yucatán causadas por la falta de lluvias, esto provoco "que las bandas de mendigos que recorrían las poblaciones presos del hambre y la desesperación, se convirtieron es cuadrillas que a mano armada asaltaban las haciendas, pueblos, empleando los medios más violentos para obtener algo con qué alimentarse".¹

En el año de 1891 el precio del maíz llegó a incrementarse hasta cinco veces más su valor normal, quedando fuera del alcance de los consumidores.

Ante esas circunstancias el gobierno adoptaba las medidas pertinentes hasta donde sus posibilidades y capacidad lo permitían en esos momentos de inestabilidad política, con el fin de proporcionar a la población los alimentos más indispensables..

1. Diego G. López Rosado. "Evolución del Control de Precios en México".1982. Pág. 308.

"El período que comprende de 1807 a 1835 Yucatán padeció una constante recurrencia de fenómenos meteorológicos y plagas, que produjeron migraciones, hambre y tumultos; las sequías ocurridas en 1822-23 y 1834-35 convirtieron a Yucatán en una zona de desastre, por lo cual el gobierno adoptó medidas especiales para aliviar la situación, entre ellas la de importar cereales libres de impuestos, cada vez que la agricultura era afectada por siniestros climatológicos".²

De 1885 a 1910 hubo 17 años de sequías en los estados de Guanajuato, Querétaro, Hidalgo, Puebla y Tlaxcala y 16 años de sequía en Durango, Zacatecas, Aguascalientes y San Luis Potosí. Dichas sequías afectaban los cultivos de consumo tradicional como el maíz y el frijol provocando los graves daños ya mencionados, para contrarrestar tales efectos se tomaron acciones como: la importación libre de impuestos de cereales que en su mayoría provenían de los Estados Unidos; en ocasiones el gobierno compraba granos en zonas no afectadas por los disturbios para distribuirlos en las que tenían mayores problemas; la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas cobraba rebajando los fletes de transportes; otra medida implementada fue la promoción por parte del gobierno así como de los gobiernos estatales de la creación de grandes depósitos para almacenar cereales y la venta de granos a precios bajos entre la población más pobre.

En el año de 1901 el Ejecutivo autorizó la compra de maíz para venderlo a menor precio del costo.

Otro factor que influyó negativamente en el desarrollo de las actividades productivas y comerciales y que además provocaron grandes destrozos en todo el territorio nacional fueron las epidemias. A partir de 1850 cada 16 años aproximadamente las epidemias de viruela se repetían, su aparición se dio a partir de 1829 en la capital, pero se extendieron paulatinamente hacia varios estados del norte de la República, en el mismo período aparecieron otras epidemias como la escarlatina, sarampión, fiebres disenterias y otras que dejaron saldos considerables de defunciones de 1800 a 1860.

El alza de precios que sufrían los alimentos estaba asociada directamente a las epidemias, pues al prohibir el gobierno introducir a las zonas afectadas ciertos productos

2. Ibidem., Pág. 312

considerados como transmisores del virus y la venta de alimentos como verduras, carnes, masas y bebidas, el paro de actividades provocaba desempleo. Para controlar el alza de precios las autoridades establecieron carnicerías y otros expendios en donde se vendían productos a precios oficiales.

Otra medida gubernamental para regular el comercio fue la de ordenar que se adoptara el sistema métrico decimal para sustituir el desorden en el sistema de pesos y medidas que prevaleció durante la época virreinal.

La aplicación del control de precios a través de las autoridades locales fue otra medida, pero que en realidad tuvo poco éxito debido a que los ayuntamientos no estuvieron en condiciones de fijarlos y vigilar su cumplimiento, ni contaban con instituciones que los apoyaran.

Nuevamente en 1914 el país sufría una severa crisis en el comercio de alimentos como consecuencia de la Revolución, pues la producción agropecuaria se vio drásticamente reducida por la inestabilidad política, la falta de inversión y mano de obra; esto trajo como consecuencia la irregularidad en el abasto, escasez y ocultamiento de las mercancías, por lo cual el gobierno aplicó diversas medidas. El 31 de marzo de 1916 el presidente Venustiano Carranza exigió a los gobernadores castigar severamente a los comerciantes que cerraran sus tiendas, intentando con esta medida frenar la especulación; las autoridades colocaron en las calles y lugares públicos listas de precios que los comerciantes debían respetar, de no hacerlo, se hacían acreedores a fuertes multas o confiscación de sus mercancías.

Gracias a la aplicación de estas medidas las actividades mercantiles comenzaron a normalizarse.

Posteriormente en su informe al Congreso el 10 de septiembre de 1917 el presidente Venustiano Carranza destacó la necesidad de desarrollar organizadamente las actividades comerciales e industriales, para lo cual se efectuó el Primer Congreso Nacional de Comerciantes y hasta entonces la llamada Secretaría de Fomento, Colonización e Industria creada por decreto del 22 de abril de 1853 se dividió en dos, Secretaría de Fomento y Secretaría de Comercio, esta última propuso una serie de temas para hacerle frente al encarecimiento de los artículos de primera necesidad, la moralización del comercio, la organización colectiva de las Cámaras de comercio de la república para fines de ayuda mutua, de conveniencia pública y

de representación ante el gobierno federal y medidas que debían ponerse en práctica para desarrollar el comercio interior y exterior.

En el mismo año, la Secretaría de Industria y Comercio modificó su denominación por la Ley de Secretarías de Estado del 25 de diciembre y se le atribuyeron asuntos en materia de trabajo, quedando como Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo.

Posteriormente al período revolucionario y pese a los intentos realizados por el gobierno de reglamentar la actividad comercial, se continuaron presentando la especulación, el acaparamiento y como consecuencia el alza de los precios en los productos.

La reglamentación jurídica en materia de comercio quedó establecida en la Constitución de 1917, sirviendo como base para la elaboración de otras leyes y decretos que normaron la actividad comercial. Así fue como quedó fundamentada la intervención del Estado para participar en el comercio de productos básicos, no solo legislando y aplicando leyes, sino como participe activo en cada uno de los procesos que van desde la compra de cosechas, industrialización de alimentos hasta su comercialización.

Algunos ejemplos de intervención estatal en el mercado de alimentos son: en 1921 se prohibió la exportación de granos y semillas alimenticias con el fin de evitar escasez interna; otra medida fue la aplicación del control de precios en 1929 con la expedición de la Ley orgánica del artículo 28 constitucional, que dispuso la creación de juntas reguladoras de precios para evitar alzas injustificadas en los precios, así como la escasez de alimentos, además de prohibir el almacenamiento de mercancías que condicionaran su venta.

El 3 de abril de 1934 se publicó en el diario oficial la Ley de Secretarías de Estado, Departamentos Administrativos y demás Dependencias del Poder Ejecutivo Federal que abrogó la anterior, y por ésta cambia la denominación de la Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo por la de Secretaría de Economía Nacional con las siguientes atribuciones: llevar la Estadística Nacional; el estudio, organización y defensa de la economía general; la organización, normalización, fomento y vigilancia de las industrias en general, con excepción de las de carácter agrícola; minería, concesiones, exploraciones, exportaciones e inspección; petróleo y demás combustibles minerales; reservas

Nacionales, su administración, contratación y explotación, catastro petrolero; Control de la industria eléctrica, excepto las concesiones para aprovechamiento de aguas; Cámaras y Asociaciones Industriales; Ley Orgánica del artículo 28 constitucional y sus reglamentos; Sociedades mercantiles; Sociedades cooperativas, con excepción de las cooperativas agrícolas de producción, Cámaras y Asociaciones comerciales; Lonjas y corredores; Propiedad Industrial y mercantil; Exposiciones nacionales e internacionales y Turismo.³

En la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado publicada el 31 de diciembre de 1931, a la Secretaría de Economía Nacional le son agregadas las siguientes atribuciones: Intervención del Ejecutivo Federal sobre producción, distribución y consumo cuando afecten la economía general del país; Su intervención cuando la venta de primera mano se haga por los productores directamente a comerciantes extranjeros; Control de industrias extractivas y de industria eléctrica; Fomento y vigilancia de las Sociedades Cooperativas, Asociaciones Mercantiles, Cámaras y Asociaciones Industriales; Propiedad industrial y mercantil.⁴

El Ejecutivo realiza su intervención a través de las funciones que delegaba a esta Secretaría de Estado para normar las actividades sobre todo de índole mercantil, que son las que nos ocupan en este estudio.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos realizados por el gobierno, en el año de 1937 el país volvió a enfrentar problemas en la acentuada alza de precios en el mercado nacional del trigo, este fue el motivo por el cual el gobierno en ese mismo año creó el Comité Regulador del Mercado de Trigo, el cual fungió como primer organismo regulador, sus atribuciones fueron: estudiar, investigar y analizar la situación para planear la distribución del trigo para consumo nacional, para exportación e importación; formar una reserva reguladora de años de buenas y malas cosechas, que implicaba el alza y sostenimiento del precio por formada en los lugares de producción.

3. Secretaría de la Presidencia. "México a Través de los Informes Presidenciales". Tomo 5. Diario Oficial diciembre 2 de 1932. Pág.

4. López, Diego, Op. Cit., Pág. 317.

El Comité fijó los precios del Trigo en toda la República, tanto al nacional como al de importación. Con este organismo el Estado amplió en cierta forma su intervención en el mercado de las subsistencias, pero aun su influencia era marginal, se concretó a los productos de mayor consumo: maíz y masa, trigo y harina, arroz y garbanzo; ocasionalmente intervino en el mercado de otros alimentos como el de la carne, pescado seco, sal y azúcar.

La política gubernamental en materia de precios que aplicó el Comité tuvo dos finalidades: proteger al producto garantizándole la compra de sus cosechas a precios remunerativos y defender al consumidor contra los precios altos, para lograr esos propósitos se instrumentaron dos estrategias: por una parte sostuvo una demanda precios mínimos en el campo, y por la otra, una oferta abundante en los centros de consumo, logrando así estabilidad y más uniformidad en los precios a que los campesinos vendían sus cosechas, obligando así a los comerciantes a pagar precios cercanos al mismo que garantizaba el Comité Regulador.⁵

De esta manera el gobierno sentó las bases para ejecutar acciones que anteriormente sólo realizaba ocasionalmente.

El 18 de junio de 1941 la Nacional Distribuidora y Reguladora sustituyó al Comité Regulador, se le asignaron las siguientes atribuciones: regular los precios de los artículos de primera necesidad o aquellos que sirvieran como materias primas para elaborar productos que tuviesen aquel carácter; permitir la organización de sistemas de almacenamiento y gestionar el establecimiento de las tarifas de ese servicio; crear lonjas y colaborar en la clasificación de los productos; promover la formación de clasificadores y la instalación de laboratorios; plantear ante las instituciones de crédito las necesidades de los productores, así como favorecer a éstos con facilidades de almacenamiento, transporte, pignación y venta de cosechas.

También se le otorgaron subsidios para importar y exportar, la posibilidad de opinar sobre el monto de las cuotas de almacenamiento, tarifas de transportes, especificaciones de los productores y de los impuestos que se habían de pagar por concepto de exportación. A los comerciantes se les permitió participar con el fin de obtener mejores resultados.

5. Ibidem., Pág. 335.

A pesar de los esfuerzos realizados por este organismo y de que dispuso de amplias facultades y recursos, careció de la capacidad para maniobrar en el mercado y tampoco pudo contrarrestar las causas del alza de precios.

Con el propósito de hacer frente a los altos índices que registraban los precios de los productos alimenticios, se decretó el 2 de marzo de 1943 la creación del Consorcio Compañía Exportadora e Importadora Mexicana, S.A (CEIMSA), Nacional Distribuidora y Reguladora, S.A de C.V y el Banco Nacional de Crédito Agrícola, S.A; su finalidad sería entre otras: adquirir los productos a precios remunerativos para el productor. Las Secretarías de Economía Nacional, Agricultura y Fomento serían las encargadas de fijar qué productos serían objeto de esta política; la CEIMSA mantendría el acopio de esos productos en lugares convenientes situados de acuerdo con las zonas de producción y los lugares de consumo, así como asegurar las reservas necesarias para garantizar el abastecimiento del mercado nacional; intervenir marginalmente en el mercado a fin de mantener la estabilidad de la oferta, evitando alzas injustificadas de los precios mediante el mantenimiento de los oficiales.

La Secretaría de Economía por su parte, procedería a fijar los precios máximos y al detalle, para evitar que se diera la especulación y el encarecimiento y como consecuencia el alza injustificada de precios; tales precios serían respetados tanto por el Consorcio como por los comerciantes.

Así mismo, la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado de 1934 es abrogada por la publicada en el Diario Oficial del 21 de diciembre de 1946, cambiando de denominación a la Secretaría de Economía Nacional por la de Secretaría de Economía adicionando a sus anteriores atribuciones la Conservación y Desarrollo de los recursos naturales del país; cuestiones relacionadas con el Seguro Social y la Fijación de los Precios Máximos al mayoreo y al detalle, para proteger al consumidor contra el alza injustificada de precios.

La Ley Sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica expedida en 1950, dio origen a la Dirección General de Precios, con dependencia de la Secretaría de Economía facultada para fijar precios a un número considerable de mercancías; vigilar su cumplimiento y llevar a cabo los

estudios e investigaciones necesarias para formular los precios máximos de productos de consumo generalizado.*

Con las atribuciones otorgadas a la CEINSA se intensificó la intervención reguladora del gobierno a través de la compra de cosechas, de la realización de importaciones para cubrir faltantes en artículos de primera necesidad, la regulación de precios y la rehidratación de leche a partir de 1953.

En 1958 se le concedieron otras atribuciones a la Secretaría de Industria y Comercio, antes Secretaría de Economía, en lo concerniente al comercio exterior del país en consulta con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público: la fijación de precios máximos y su estricto cumplimiento, particularmente en lo referente a artículos de consumo y uso popular y el establecimiento de tarifas para la prestación de servicios que se consideraran necesarios; asesorar técnicamente a las nuevas industrias de transformación; la organización del artesanado e industrias familiares; organización, protección y fomento de la industria nacional y también para intervenir en todo lo relacionado con la conservación e incremento de las diferentes especies de peces.7

Durante el gobierno del presidente Ruiz Cortines se inició la aplicación de los precios de garantía, la institucionalización de las tarifas mínimas para los productos agropecuarios que eliminó en gran parte la especulación y el encarecimiento; la estrategia de sustitución de importaciones condujo a que se orientaran recursos al campo para la transformación de determinados productos agrícolas, con ese fin se creó Maíz Industrializado, S.A (MINSIA).

El 29 de marzo de 1961 se creó por decreto presidencial la Compañía Nacional de Subsistencias Populares, S.A. (CONASUPO) sustituyendo a la CEINSA, constituida bajo la forma de corporación anónima, cuya tarea sería "regular el mercado de manera global mediante la aplicación coordinada y simultánea de políticas para sostener los precios de garantía a las cosechas

6. Secretaría de la Presidencia, "México a Través de los Informes Presidenciales". Tomo 6. Pág. 94.
7. "Manual de Organización de la Administración Pública Federal". 1984. Pág. 251.

nacionales de productos básicos y ponerlos al alcance de la población de menores ingresos". Los productos para los que se estableció precio de garantía fueron: maíz, frijol, trigo, arroz, sorgo, frijo soya, ajonjolí, algodón cártamo y copra.

También se le responsabilizó del almacenamiento de granos para cuya comercialización se creó en 1961 la Compañía Distribuidora de Subsistencias Populares S.A (CODISUPO); también se le asignó incrementar la capacidad económica de los sectores socialmente escasos de recursos y proporcionarles alimentos a precios accesibles.

Mediante decreto presidencial publicado el 10 de abril de 1965 se transformó a la Compañía Nacional de Subsistencias Populares, S.A en un organismo descentralizado de servicio social, encargado de regular las relaciones de intercambio del mercado de las subsistencias populares. Este organismo tendría que ejecutar una serie de acciones tendientes a proteger el ingreso del productor, procurar las mejores condiciones para adquirir insumos y recibir servicios para efectuar una mejor comercialización, tales como envases, desgranadoras, control de calidad, pesadura, fertilizantes, etc; y finalmente continuar regulando el abastecimiento del mercado de las subsistencias populares a través de la modernización de las operaciones comerciales y la eliminación de los intermediarios, protegiendo de esta manera a los productores y consumidores de bajos recursos.

Para cumplir con estas metas, la CONASUPO fue autorizada para constituir, organizar y dirigir empresas filiales social y técnicamente necesarias.

Durante el sexenio del licenciado Díaz Ordaz se dio fuerte impulso a la creación de graneros a través de la Comisión Operadora de Graneros del Pueblo; aumentó el número de establecimientos comerciales CONASUPO en todo el país; también aumentó la capacidad de producción de leche rehidratada y harina de maíz.

1.2 Atribuciones del Poder Ejecutivo en Materia Económica

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, otorga directamente al Poder Ejecutivo una serie de facultades para participar concretamente en el ámbito económico y en la aplicación de las leyes correspondientes para garantizar a la sociedad mexicana su acceso a una alimentación mínima o básica; para lograrlo el Ejecutivo realiza una variedad de tareas encaminadas a influir en la estructura productiva y comercial del país.

El motivo por el cual se faculta al Poder Ejecutivo a ejercer tales funciones, se debe a que las actividades comerciales deben desarrollarse poniendo por sobre todas las cosas los intereses colectivos de toda la sociedad; en este sentido, el hecho de considerar que todos los sectores que integran la sociedad mexicana, pero principalmente los grupos marginados, para que tengan a su alcance los alimentos básicos. Este aspecto constituye una constante del Estado Mexicano desde 1917. De ahí que devenga la legitimidad y pleno derecho a ejercerlos mediante las instituciones creadas para tales fines (CONASUFO, INCO, PROFECO, SECOFI).

La reglamentación jurídica en materia comercial quedó establecida en la Constitución de 1917, la cual concedió facultades al Poder Ejecutivo para legislar e intervenir y así erradicar la intermediación, el acaparamiento que ya existían desde el siglo XVIII, y que también desde entonces y hasta nuestros días han influido en el incremento de los precios de las mercancías. Art. 28 Constitucional "...En consecuencia, la ley castigará severamente, y las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario y que tenga por objeto obtener el alza de los precios".⁹

A partir de la expedición de la Ley de Protección al Consumidor en 1975, el Ejecutivo asumió además la tarea de proteger a los consumidores de los abusos propiciados por los comerciantes, así como propiciar su organización en defensa de sus intereses.

En 1934 el entonces presidente Lázaro Cárdenas decretó la expedición la publicación de la Ley Orgánica del artículo 28

8. "Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos". 1983. Editorial Trillas.

constitucional, la Ley Sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica, la cual desde entonces constituye uno de los instrumentos más importantes del Estado para influir en el funcionamiento de la estructura productiva y comercial de país, a través de la aplicación de una serie de medidas que coordinan y aplican las instituciones que integran el sector comercio, cuya coordinadora durante el período 1982-1988 es la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

Ejemplos de medidas de política económica que son ejercidas por el Ejecutivo, las cuales se encuentran contenidas en la mencionada Ley son: la autorización para regular el mercado de alimentos básicos a través de su intervención directa en la producción de bienes y servicios socialmente necesarios (leche rehidratada, pan, leches maternizadas producidas por Leche Industrializada Conasupo; productos industrializados como: pastas para sopa, aceite comestible producidos por Industrias Conasupo; la fijación de precios máximos a productos alimenticios de consumo generalizado, así como la vigilancia de su cumplimiento y las sanciones correspondientes a los infractores.

Dentro de este aspecto quedan incluidos todos los productos que incluyen la canasta básica como: huevo de gallina, sal, azúcar, aceite comestible, harina de trigo, frijol; etc.

El artículo 50 de la mencionada ley, faculta al Ejecutivo a tomar las medidas que juzgue convenientes para asegurar que la oferta de alimentos satisfaga primeramente la demanda interna y posteriormente la externa, ejemplos de estas acciones son: asegurar las reservas nacionales de granos y semillas mediante su almacenamiento y conservación para períodos anuales, en caso de escasez de determinados alimentos se realizan las importaciones necesarias a través de Conasupo; limitar las exportaciones de determinados productos de tal manera que primero sea atendido el mercado nacional.

El artículo 70 le otorga facultades al Ejecutivo para dictar disposiciones sobre la organización de la distribución de alimentos dentro del territorio nacional para evitar intermediarios, ejemplo de este tipo de medidas han sido la creación de centrales de abasto en diferentes estados de la República, la creación del denominado Sistema Nacional de Información de Mercados, la creación de centros de acopio, almacenamiento y conservación de alimentos en diferentes puntos o regiones productoras.

La Ley también lo faculta para intervenir directamente en cada uno de los procesos que integran el ciclo de producción, distribución y comercialización de productos básicos y servicios a través de la acción de CONASUFO y sus empresas filiales, como la cadena de tiendas comerciales que expenden además de los productos comprendidos en la canasta básica otros productos de primera necesidad (ropa, calzado, aparatos domésticos...), en diferentes ciudades del interior del país y del campo.

El artículo 81 faculta al Poder Ejecutivo para decidir qué tipo de artículos preferentemente deberán producir las fábricas dadas determinadas circunstancias de emergencia que así lo requieran.

La concreción de las atribuciones es llevada a cabo a través de la estructura administrativa con que cuenta el gobierno mexicano, de la cual la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial coordina y dirige todas las acciones en el sector comercio.

1.3 La Política Social Alimentaria y la Empresa Pública en el Sexenio 1982-1988

Actualmente las empresas paraestatales con que cuenta el Estado Mexicano han sido orientadas para cumplir funciones tanto de índole estratégica como prioritaria, siendo éstas últimas las encargadas de ejecutar la política de carácter social, así como atenuar los efectos de la desigualdad existente entre los grupos sociales consecuencia del propio sistema económico, contrarestando los efectos negativos de la inequitativa distribución del ingreso, así como condicionar el crecimiento de algunos sectores.

Empresas como CONASUPO y sus filiales han ampliado sus funciones, capacidad de acción para intentar dar respuesta a las exigencias que reclama el incremento de la población que requiere atención, del acentuamiento de la desigualdad social provocada por la crisis económica que vive México a partir de 1976; así como por la urgente necesidad de acabar con toda una estructura comercial distorsionada que merma el poder adquisitivo de los consumidores.

En consecuencia, la empresa pública prioritaria pretende abatir costos de producción con la transferencia del valor al resto del sistema por medio de los precios, también ofrece bienes y servicios que la empresa privada por razones de utilidad no produce.

El Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988 fija una serie de objetivos a la empresa pública prioritaria durante el sexenio, para contribuir al mejoramiento del nivel de vida de los mexicanos mediante: su participación proporcionando bienes y servicios socialmente necesarios, el apoyo a la integración del aparato productivo, la reestructuración y modernización de la propia empresa pública para que funcione eficientemente, la regulación de la actividad de los mercados para reducir los efectos de la desigualdad y el apoyo a la descentralización de las actividades de producción y distribución de las empresas públicas en el territorio nacional.*

Mediante la política antes mencionada el Estado pretende afianzar su intervención en el sector comercio.

9. Poder Ejecutivo Nacional. "Plan Nacional de Desarrollo".
1983. Pág. 174.

La política social de la administración delamadrilista parte de lograr la atención de los grupos económicamente débiles, para lo cual se pretende operar programas sociales que contribuyan a mejorar sus niveles de bienestar. para lograrlo es necesario incrementar la producción de alimentos de consumo generalizado por una parte, y por la otra desde el punto de vista oficial, atañar la intervención gubernamental en la distribución de alimentos básicos "A lo largo de 50 años de participación el Estado Mexicano en el sector alimenticio, se ha realizado a través de diversos organismos que ha creado para garantizar la suficiencia de productos básicos a la población nacional, su desarrollo y experiencia le permite consolidar sus acciones y programas para ampliar cada vez más los beneficios y los objetivos a la sociedad.

Para lograrlo ha desarrollado los mecanismos para cumplir cabalmente con el mandato constitucional. Ello ha implicado conservar y preservar a las instituciones públicas. sociales y privadas eficaces, para atender las demandas de alimentación de todos los mexicanos".¹⁰

En este sentido CONASUFO significa la posibilidad de que esos alimentos "supuestamente" lleguen a más de dos tercios de la población mexicana.

A partir de 1982 México vive una de las crisis económica más severa de su historia, vivimos una situación caracterizada por la persistencia de altos índices inflacionarios, desempleo creciente, recesión productiva, desequilibrio en la balanza de pagos, estancamiento del sector agrícola, devaluación del peso, pérdida del poder adquisitivo por la mayoría de los mexicanos, endeudamiento externo de gran magnitud...

Tales hechos provocaron un drástico impacto en el poder adquisitivo de la mayoría de los mexicanos. Según las cifras oficiales del Banco de México, la Comisión Nacional de Salarios Mínimos y Nacional Financiera, el poder adquisitivo del salario mínimo acumuló una pérdida de 53.5% en el transcurso de los últimos 6 años.¹¹

-
10. Excelsior. "Es Irrenunciable la Regulación del Abasto. Fiel a la Revolución y a sus Principios, pero se Aparta de Dogmatismos y Anacronismos: MMH". 23 de junio de 1987. Pág. 5A.
 11. El Financiero. "El Salario Perdió 50.5% de su Poder de Compra de 1982 a 1988". 30 de diciembre de 1988.

En este contexto, la actividad desempeñada por la CONASUP y sus filiales se caracteriza por ser eminentemente social, ya que se encamina a garantizar la disponibilidad de alimentos a precios accesibles.

Estas empresas públicas son el instrumento que el Estado Mexicano ha empleado para: pagar el precio de garantía a los productores del campo por sus cosechas; ejecutar acciones para lograr la regulación en el abasto y los precios para evitar que se dé el intermediarismo encarecedor; para apoyar y respaldar el desarrollo de los medianos y pequeños industriales, asegurando de esta manera el suministro de satisfactores básicos a bajos precios; integrar las reservas nacionales de alimentos que permitan regular los mercados de consumo interno; promover la industrialización de productos agrícolas para la alimentación; etc.

Considero que la política del gobierno federal en materia de empresas públicas, ha sido incongruente con respecto a los objetivos antes citados pues ha demostrado ser incapaz de lograr la cobertura necesaria a las demandas sociales; por el contrario, la empresa pública ha sido sumamente limitada por el recorte presupuestal de que ha sido objeto, lo cual como consecuencia ha influido de manera determinante en el logro de sus metas. Posteriormente se analiza de manera más detallada esta situación.

1.4 Estructura Institucional del Sector Comercio Durante el Sexenio 1982-1988

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI)

La Secretaría de Industria y Comercio conservó esta denominación de 1958 a 1976, año en el que se publica la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal la cual cambia de nombre a dicha dependencia por el de Secretaría de Comercio; las funciones referentes a industria y pesca le fueron retiradas.

La modificación realizada respondió a la necesidad de posibilitar la ampliación de su radio de acción con respecto a las actividades comerciales en todas sus manifestaciones.

En 1983 la Secretaría de Comercio cambia su denominación por la de Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI). Esta dependencia tiene bajo su dirección y coordinación al Sector Comercio, el cual se encuentra integrado por las siguientes instituciones (durante el periodo 1983-1987): 7 organismos descentralizados, 21 empresas de participación estatal mayoritaria y 3 Fondos o Fideicomisos.

Organismos Descentralizados

- . Comisión de Tarifas de Electricidad y Gas
- . Comisión Nacional de la Industria del Maíz del Consumo Humano
- . Comisión Nacional del Cacao
- . Compañía Nacional de Subsistencias Populares
- . Instituto Mexicano de Comercio Exterior
- . Instituto Nacional del Consumidor
- . Procuraduría Federal del Consumidor

Empresas de Participación Estatal Mayoritaria

- . Algodonera Comercial Mexicana, S.A
- . Almacenes Nacionales de Depósito, S.A
- . Bodegas Rurales Conasupo, S.A
- . Centros Conasupo de Capacitación, S.A
- . Distribuidora Conasupo del Centro, S.A de C.V
- . Distribuidora Conasupo del Sureste, S.A de C.V
- . Distribuidora Conasupo del Noreste, S.A de C.V
- . Distribuidora Conasupo del Norte, S.A de C.V
- . Distribuidora Conasupo del Sur, S.A de C.V
- . Distribuidora Conasupo Metropolitana, S.A de R.L de C.V
- . Industrias Conasupo, S.A de C.V

- . Interport, S.A de C.V (en liquidación)
- . Leche Industrializada Conasupo, S.A de C.V
- . Maíz Industrializado Conasupo, S.A de C.V
- . Materiales Conasupo, S.A de C.V (en liquidación)
- . Tapetes Mexicanos, S.A
- . Trigo Industrializado Conasupo, S.A de C.V

Fideicomisos

- . Fideicomiso Centro Cívico y Comercial Mexicali
- . Fideicomiso Comisión Promotora Conasupo para el Mejoramiento Social
- . Fideicomiso para el Establecimiento de un Sistema de Comercialización de Productos Agrícolas Perecederos (en extinción)¹²

Las atribuciones de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial se encuentran contenidas en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal: tales atribuciones de acuerdo a su naturaleza están divididas en administrativas y en atribuciones de carácter operativo. Dentro de las primeras se encuentran las de fomento, las normativas y las de regulación; las operativas se refieren a la organización de la distribución comercial y de fomento a la industria privada.

A continuación se mencionan las atribuciones de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial en materia de comercio interior:

- "Le corresponde fijar los precios de aquellos productos sujetos a control".
- "Establecer la política de precios, con el auxilio y participación de las autoridades locales, vigilar su estricto cumplimiento, particularmente en lo que se refiere a artículos de consumo popular".
- "Vigilar, orientar y estimular los medios de protección al consumidor".
- "A partir de 1982 coordina y dirige el Sistema Nacional para el Abasto, con el fin de asegurar la adecuada distribución y

12. Diario Oficial de la Federación. "Acuerdo de Sectorización"
13 de septiembre de 1982.

comercialización de productos y abastecimiento de consumos básicos de la población".

- "Autorizar y vigilar las actividades de las sociedades mercantiles, cámaras y asociaciones industriales y comerciales, lonjas y asociaciones de corredores".
- "Estimar y determinar los estímulos fiscales necesarios para el fomento industrial, el comercio interior, exterior y el abasto".
- "Establecer y vigilar las normas de calidad, pesas y medidas necesarias para la actividad comercial, así como las normas y especificaciones industriales".
- "Impulsar en coordinación con las dependencias centrales o entidades del sector paraestatal que tengan relación con las actividades específicas de que se trate, la producción de aquellos bienes y servicios que se consideren para la regulación de los precios".
- "Organizar la distribución y consumo a fin de evitar el acaparamiento y que las intermediaciones innecesarias o excesivas provoquen el encarecimiento de los productos o servicios".¹²

Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO)

La Compañía Nacional de Subsistencias Populares operativamente se encuentra dividida en tres áreas:

La agropecuaria, cuyo fin fundamental es hacer plenamente vigente el sistema de precios de garantía al productor como elemento principal de estímulos a la producción, aplicando precios de garantía que son fijados por el gabinete agropecuario integrado por: la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, Secretaría de Programación y Presupuesto, Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, Secretaría de Hacienda y Crédito Público y por la propia CONASUPO, organismos y asociaciones campesinas; para los principales productos de consumo generalizado: maíz, arroz, trigo, sorgo, soya, cártamo, girasol, ajonjolí, semilla de

12. "Ley Orgánica de la Administración Pública Federal". México 1987. Págs: 29-32.

algodón y copra.

Los precios de garantía se fijan para asegurar que el campesino cuente con un ingreso seguro para sus productos, evitando así, que los productores se vean atrapados por la acción de especuladores, además, mediante este precio se le permite al campesino tener la oportunidad de vender su producto a mejor precio. El gobierno federal por medio de CONASUPO le asegura un precio mínimo y la capacidad operativa y financiera para adquirir sus cosechas en caso de que no logre venderlas a un particular.

La segunda área es la orientada a la transformación industrial de productos alimenticios, por medio de un conjunto de empresas industriales que participan en la elaboración de bienes de consumo popular.

La tercer área, se encarga de la comercialización de alimentos y productos, para asegurar el abasto a través de un sistema de tiendas que forman parte del sector social de comercialización.

Sistema CONASUPO

El Sistema CONASUPO se encuentra integrado por las siguientes empresas filiales, de las cuales CONASUPO es la empresa matriz.

Empresas Industriales

Industrias Conasupo, S.A de C.V (ICONSA)

Estas empresas se encargan de la elaboración de productos alimenticios en cantidad suficiente para regular el mercado. Entre los productos que se industrializan se encuentran: pastas para sopa, galletas, harina de trigo, maíz, aceites y grasas vegetales.

Cuenta con 19 plantas; además brinda apoyo a la pequeña y mediana empresa.

Leche Industrializada Conasupo, S.A de C.V (LICONSA)

Esta empresa interviene en la producción, industrialización, distribución y comercialización de leche, cuenta con 17 plantas.

Este producto no llega a todos los sectores de la población, pero LICONSA intenta hacer llegar a la población el producto a través de tres programas:

El primero es un programa de abasto social, ofrece la leche entre un 13 y 50 por ciento menor de la leche pasteurizada. Este programa funciona en centros urbanos tomando como base la densidad de población, la de más escasos recursos y a la gente que no tiene acceso a este producto.

Actualmente con el programa de abasto social se atiende a más de un millón y medio de familias, con un abasto diario de casi tres millones de litros de leche.

El segundo programa está encaminado a regular el mercado de los productos industrializados lácteos como: leches maternizadas, entera, descremadas con alto contenido proteínico. La participación en el mercado con este tipo de productos básicos es de 35 por ciento, el precio de venta es entre 15 y 20 por ciento más barato.

El tercer programa es el de fomento a la producción lechera nacional, que persigue lograr la autosuficiencia lechera nacional; para lograr este fin se apoya a los productores con asesoría técnica, con venta de insumos, con tecnología, con sistemas productivos y adquiriendo la leche que los particulares producen. Son alrededor de siete mil trescientos productores en catorce estados del país.

Maíz Industrializado Conasupo, S.A de C.V (MICONSA)

Esta empresa pasó a ser filial de CONASUPO en 1961 y en 1972 cambió a su actual nombre. Su tarea consiste en procesar maíz y convertirlo en harina útil para la elaboración de diversos alimentos, también abastece a molineros y fertilizantes; actualmente cuenta con cinco plantas.

Bodegas Rurales Conasupo, S.A (BUROCONSA)

Bodegas Rurales Conasupo y el Fideicomiso promotora Conasupo para el Mejoramiento Social están consideradas empresas de servicio.

BUROCONSA tiene como función encargarse de operar los Graneros del Pueblo, que son almacenes localizados

estratégicamente en el medio rural, además de llevar los apoyos necesarios a la producción y comercialización.

Fideicomiso Comisión Promotora Conasupo
para el Mejoramiento Social, S.A (FIACOPROCONSA)

El fideicomiso tiene como tarea regular y orientar la comercialización y el abasto de productos básicos en tres subsistemas de acción que son: la comercialización agrícola, la industrialización y la distribución de bienes básicos al mayoreo y menudeo por medio de impulsora del Pequeño Comercio y Distribuidora Conasupo con el apoyo del Fondo para la Industrialización (FIA).

Distribuidora Conasupo, S.A (DICONSA)

Finalmente, las empresas comerciales con que cuenta el Sistema Conasupo son: Distribuidora Conasupo del Sureste, Distribuidora Conasupo del Sur, Distribuidora Conasupo del Noroeste, Distribuidora Conasupo del Norte, Distribuidora Conasupo del Centro e Impulsora del Pequeño Comercio.

La comercialización de productos básicos constituye la prioridad del comercio social, el cual opera con un criterio de utilidad social, es decir, de no obtención de ganancias y cuyo foco de atención lo constituyen los grupos sociales más necesitados tanto de zonas rurales como de zonas urbanas, otorgando entre un 15 y 30 por ciento de ahorro en la adquisición de mercancías.

Impulsora del Pequeño Comercio (IMPECSA)

Impulsora del Pequeño Comercio se creó por decreto del Ejecutivo a través de la Secretaría de Programación y Presupuesto en 1977, pero a partir del 24 de junio de 1990 se incorporó como filial de CONASUPO.

La creación de IMPECSA se debió a la situación que enfrentaba el pequeño comerciante pues se encontraba sujeto a la acción de una gran cadena de intermediación, afectando finalmente al consumidor ya que las mercancías eran vendidas a precios elevados. Por otra parte el pequeño comerciante se estaba descapitalizando debido a varias razones entre las que se encuentran: la falta de posibilidades para tener acceso a crédito financiero debido a que ni siquiera es propietario de su local, ni de otros bienes que lo puedan respaldar; otra

racón es que compite en términos desfavorables con respecto a las grandes cadenas comerciales en cuanto a precios.

Este tipo de comerciante en pequeño es el que abastece directamente a la población de menores recursos, pero al padecer los problemas antes mencionados su única alternativa era vender productos chatarra de escaso valor nutritivo, alterando negativamente los patrones de consumo. Por este motivo se consideró necesario establecer un organismo que atendiera exclusivamente a los pequeños y medianos comercios distribuyéndole productos básicos.

Este es otro de los mecanismos empleados por el gobierno para regular el mercado, así como para erradicar la intermediación y la especulación.

Impulsora del Pequeño Comercio tiene instaladas bodegas en diversas ciudades del país. Mediante la compra masiva de mercancías directamente del productor del cual obtiene menores costos.

Los objetivos de IMPECSA son:

- a) "Adquirir materias primas e insumos para los productos que habrá de comercializar.
- b) Distribuir a mayoreo y mediomayoreo productos de consumo final, principalmente básicos de consumo popular, preferentemente al mediano y pequeño comercio para mejorar condiciones de abasto, distribución y venta de dichos productos en beneficio del consumo final.
- c) Impulsar y operar actividades comerciales en general, para lograr los fines anteriores, en particular para beneficiar al pequeño comercio.
- d) Fomentar el establecimiento y desarrollo de unidades productivas comerciales, en particular las relacionadas con el pequeño y mediano comercio.¹⁴

14. "Manual de Organización de la Administración Pública Paraestatal". 1982. Pág. 235.

Distribuidoras Conasupo, S.A de C.V (DICONSA- Conasupo)

El Sistema de Distribuidoras Conasupo sustituyó a la Compañía Distribuidora de Subsistencias Populares, S.A. Esta empresa sifial inició sus operaciones con 54 tiendas móviles que recorrían colonias proletarias y comercializaban 50 productos.

El 2 de septiembre de 1964 la filial cambió su nombre por el de Distribuidora de Subsistencias Conasupo, S.A (CODISUPO), cuya política comercial era la de combatir el alza de precios poniendo a la venta los artículos encarecidos a precios más bajos, teniendo como objetivos: promover, organizar y operar los sistemas comerciales adecuados para comprar, distribuir y vender subsistencia populares; mantener reservas de algunos productos básicos para responder a las demandas excepcionales que se originaran por desastres nacionales como: inundaciones, terremotos o huracanes; promover investigaciones técnicas y prácticas orientadas a mejorar la alimentación y el vestido de las familias con menores ingresos; evitar el excesivo intermediarismo y la especulación de productos básicos.

A fines de 1962 la Distribuidora de Subsistencias Conasupo, S.A contaba ya con 1300 tiendas, de las cuales 289 en zonas urbanas del Distrito Federal y el resto en áreas rurales.

En 1971 se puso en marcha el programa Tiendas Conasuper, con el fin de participar en forma más decisiva en el programa de estabilización de precios. La ubicación de estas tiendas se realizó en zonas urbanas.

En 1972 la Compañía de Subsistencia Conasupo, S.A cambió su denominación por la de Distribuidoras Conasupo, S.A, integrando un sistema de tiendas en todo el país, cuyo objetivo sería la distribución y comercialización de artículos de consumo popular.

La participación del Estado en la distribución y comercialización de productos básicos constituye una de las políticas gubernamentales del sexenio 1982-1988. Al proporcionar estos satisfactores se pretende que el pueblo mexicano tenga acceso a una alimentación adecuada.

El Sistema de Distribuidoras Conasupo tiene como función actualmente: distribuir artículos básicos de primera necesidad a consumidores de menores ingresos económicos; garantizar un

suficiente abasto de productos y regular el mercado de alimentos en todo el país.¹⁵

La prioridad de Distribuidoras Conasupo la representan los habitantes de las zonas rurales y urbanas marginadas.

Distribuidoras Conasupo están integradas por 18 000 tiendas, de las cuales 14.5 mil se ubican en el medio rural y 3.5 mil en el medio urbano.

La población urbana beneficiada por este sistema de comercialización se calcula que es de 37 millones de mexicanos.

La red de distribución de DICONSA está formada de la siguiente manera: Tiendas Campesinas, Tiendas Rurales Concesionadas, Centros Comerciales Conasuper "A", Conasuper "B" y tiendas sindicales en el medio urbano.

Las Tiendas Campesinas se encuentran ubicadas en comunidades que tienen entre 500 y 10 000 habitantes.

Son concesionadas a la comunidad y para su instalación ésta aporta los locales y parte del capital de trabajo, nombra al encargado de la tienda y al Comité de Abasto Comunitario, DICONSA se encarga de abastecer estas tiendas, brindar asesoría para su administración, servicios de capacitación y supervisión.

Las Tiendas Conasuper "A" funcionan en el medio urbano, poseen una superficie de 800 a 2 000 mts.² de piso de venta; tiene a la venta más de 3 000 artículos que incluyen: abarrotes, carnes rojas, frutas y verduras, salchichonería, lácteos, mercancías generales y ropa.

Las Tiendas Conasuper "B" también funcionan en el medio urbano con una superficie de 300 a 600 mts.²; éstas tiendas expenden alrededor de 2 000 artículos que incluyen: abarrotes, carnes rojas, frutas y verduras, salchichinería, lácteos, tortillas y artículos para el hogar.

Los Centros Comerciales son unidades ubicadas en poblaciones de más de 250 000 habitantes, con una superficie de 2 000 mts.², expende más de 100 000 artículos que incluyen:

15. Ibidem., Pág. 192.

abarrotes, productos perecederos, tortillas, mercancías generales, aparatos electrodomesticos y ropa.

Otro tipo de medio de comercialización social lo constituye la Tienda Urbana Concesionada; este tipo de unidad se ubica en poblaciones de más de 10 000 habitantes, con superficie de 150 a 300 mts.², maneja una variedad de 120 artículos. Centros Populares de Abasto Conasupo, son tiendas ubicadas en zonas urbanas marginadas cuya población percibe mensualmente hasta dos salarios mínimos por familia, con una superficie de 50 a 100 mts.², maneja alrededor de 57 productos.

La comunidad aporta el local, anaqueles y mostradores, nombra a un encargado de la tienda y un Comité de Supervisión y Vigilancia.

DICONSA aporta mercancías, asesoría, capacitación para la instalación, administración y operación.

Los productos que distribuye el Sistema Distribuidoras Conasupo son aquellos que integran el Paquete Básico de Consumo Popular.

Instituto Nacional de Consumidor (INCO)

Otra de las instituciones que forma parte del sector comercio es el Instituto Nacional de Consumidor. Es un organismo público descentralizado, cuya creación fue dispuesta por la Ley Federal de Protección al Consumidor el 5 de febrero de 1976.

El Instituto tiene como finalidad plantear propuestas de solución ante los problemas que presenta el comercio de bienes y servicios como consecuencia de la complejidad de los mercados, la demanda de mayor calidad de los productos, los abusos cometidos por parte de los comerciantes (especulación, acaparamiento, alza injustificada de precios...), el intenso fomento del consumismo, la inflación, en fin ante todos aquellos factores que afectan y dañan al consumidor en sus ingresos y hábitos de consumo.

En el Plan Nacional del Desarrollo 1983-1988 se contempla la política de protección al consumidor como un medio para corregir las desviaciones que se presentan en las prácticas comerciales y sus efectos, política que será llevada a cabo por el Instituto Nacional del Consumidor.

Para instrumentar la política de protección al consumidor el INCO ejecutará programas educativos y de orientación nutricional; ya que es muy importante atacar un fenómeno que se acrecenta día con día; se trata de la sustitución de alimentos naturales por alimentos industrializados de escaso valor nutritivo, por lo tanto la labor del INCO en este sentido es tendiente a reorientar los patrones distorsionados de consumo para proteger la calidad de la alimentación y con ello la salud, así como el consumo básico de la población.

Los cambios sucedidos en los patrones de consumo y el consumismo son producto del mismo sistema, de la ampliación y captura de mercados cuyo móvil es únicamente la obtención de ganancias; esta tendencia es reforzada por la contribución de la publicidad y de los medios de comunicación masiva que impone modas y modos de ser.

Esta tendencia se presenta sobre todo en las zonas urbanas, donde los comercios de alimentos, los medios de comunicación y los establecimientos en los cuales se expenden alimentos preparados son los que influyen de manera determinante en la configuración de los hábitos de consumo alimenticio.

El núcleo central de este proceso es el consumidor, quien la mayoría de las veces actúa como simple receptor de las propuestas de modelos de vida y consumo.

Toda esta situación ha propiciado la necesidad de crear instituciones como el Instituto Nacional del Consumidor, la Procuraduría Federal del Consumidor y el Comité Nacional Mixto de Protección al Salario.

En cuanto a la política de protección al consumidor sus objetivos es orientar al consumidor para que utilice racionalmente su capacidad de compra, informarlo y capacitarlo para el ejercicio de sus derechos como consumidor, estimular su participación como agente activo del proceso económico, protegerlo de las prácticas publicitarias dafinas a sus intereses.

La estructura programática del INCO a desarrollar durante el sexenio 1982-1988 es la siguiente:

- 1.- "Investigación sobre el consumo.
- 2.- Información, orientación y educación sobre el consumo a través de los medios masivos de comunicación.
- 3.- Información, orientación y educación sobre el consumo en forma directa.
- 4.- Administración de recursos humanos, materiales y financieros".¹⁶

Los temas comprendidos en estos programas pretenden tener un impacto en los hábitos de consumo, así como fomentarlos: derechos de los consumidores, defensa ante la publicidad, alimentación y nutrición, prevención de la salud y tecnología doméstica.

Los siguientes temas se ejecutan con el fin de informar y orientar a los consumidores: orientación e información, precios y lugares de compra, ingresos, producción y abasto, calidad de productos y servicios, hábitos de consumo, ahorros y gastos.

16. INCO. "Programa Institucional para el Período 1985-1988." 1985. Pág. 15.

Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO)

La Procuraduría Federal del Consumidor fue creada el 5 de febrero de 1974. Es un organismo descentralizado de servicio social, con funciones de autoridad, personalidad jurídica y patrimonio propio.

Esta institución surgió como instrumento de aplicación de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la cual fue concebida con el fin de contar con un instrumento jurídico que regulara las relaciones entre productores, comerciantes y consumidores, sus objetivos fundamentales son:

- La modernización del sistema económico.
- La defensa del interés popular.

La Procuraduría Federal del Consumidor ejecuta acciones como: la difusión de información a través de los medios de comunicación sobre los derechos y obligaciones que se entablan en la relación comerciante-consumidor; denunciar ante las autoridades competentes los casos de violación de precios, en las normas de calidad, pesos, medidas y otras características con que deben contar los productos y servicios; estudia y propone medidas para protección del consumidor; representar los intereses de la población consumidora ante toda clase de autoridades administrativas, para proteger el interés del consumidor.

La Ley de Protección al Consumidor contiene las atribuciones para las que está facultada a ejecutar la Procuraduría.

1.5 Organización de la Comercialización de Productos Básicos en México

Dentro del mercado de productos básicos, el comercio privado contribuye con el 85 por ciento de las ventas, mientras que el 15 por ciento restante es realizado por: el Sistema Distribuidoras Conasupo, las tiendas de organismos públicos y de agrupaciones sindicales.

La red privada comercial se encuentra integrada por una composición muy heterogénea de establecimientos: el Gran Comercio, el Comercio Mediano y el Pequeño Comercio.

El Gran Comercio se encuentra integrado por el 4.5 por ciento de los establecimientos, participa con el 75 por ciento de las ventas totales y el 10 por ciento del personal ocupado en el sector.

Opera con bajos costos y altos niveles de productividad. Estas tiendas se encuentran ubicadas en las zonas donde habitan los grupos con mayor poder adquisitivo.

El Comercio Mediano se encuentra integrado por el 14 por ciento de los establecimientos participa con el 15 por ciento de las ventas y el 44 por ciento del personal ocupado del sector. Este tipo de comercio maneja principalmente productos no sujetos a control de precio.

El Pequeño Comercio se encuentra formado por el 81.5 por ciento de los establecimientos, realiza el 10 por ciento de las ventas y da empleo al 46 por ciento del personal del sector. Este tipo de comercio atiende principalmente a la población de escasos recursos, opera con altos costos y reducido volumen de mercancías.¹⁷

En cuanto a la participación del gobierno en la distribución y comercialización de productos básicos tanto de origen agropecuario como de alimentos procesados, es realizada por CONASUPO a través de Distribuidoras Conasupo e Impulsora del Pequeño Comercio.

DICONSA es todo un sistema de empresas comerciales filiales de CONASUPO, que tienen como función distribuir artículos básicos de primera necesidad a los consumidores de escasos

17. Ver clasificación del comercio en el FND 1983-1988. Pág. 361.

recursos económicos tanto en zonas rurales como en áreas urbanas marginadas.

El Sistema Distribuidoras Conasupo contaba en 1987 con 283 almacenes, que surtían a 236 uniones-ejidos, 4 mil 640 ejidos y 183 comunidades. Mediante los programas de distribución y comercialización de productos agrícolas y de los bienes de consumo indispensables, se estima que este sistema tiene una cobertura de 5 por ciento en el mercado de productos básicos.

En el mismo año DICONSA contaba con 18 000 centros de venta; 14.5 mil de los cuales se encuentran ubicados en el medio rural y 3.5 mil en la zona urbana.

El sistema de Distribuidoras Conasupo celebró convenios durante el periodo 1983-1988 con los sectores obrero, popular y oficial a fin e que sus agremiados contarán con medios de comercialización a precios bajos.

Este programa de coparticipación comprende: 3 grandes centros comerciales para el Congreso del Trabajo, 1000 tiendas de consumo para la CTM, CROC y Sindicato Minero.

IMFECSA por su parte, realizó ventas directas en sus propias sucursales a los detallistas y cuenta con un sistema de ventas de entrega a domicilio; los agentes de ventas de la empresa realizan visitas semanales a los detallistas para orientar sus compras, informar sobre precios, productos, promociones existentes y para recabar pedidos. Adicionalmente IMFECSA ejecutó el Programa Nacional de Abasto al Comercio Tradicional a través del cual 120 000 comercios en todo el país recibieron durante el sexenio 82-88 los beneficios de esta filial.

IMFECSA posee también una cadena de bodegas de autoservicio mayoristas, es decir, son grandes almacenes-tienda donde se ofrece una amplia variedad de productos para la alimentación, higiene, la salud, el vestido y artículos para el hogar. A este tipo de almacenes pueden acudir los pequeños y medianos detallistas, así como el consumidor integrado en los diversos tipos de organizaciones, tales como: asociaciones, cooperativas, grupos de autogestión, sindicatos; etc.

Otro mecanismo mediante el cual el gobierno pone al alcance de la clase trabajadora del sector público los productos básicos es la tienda oficial.

Las tiendas oficiales surgieron a partir de 1952, su objetivo es aumentar el poder adquisitivo de los trabajadores del sector público mediante dos medidas: un porcentaje mínimo del gravamen a los artículos de venta y mediante un subsidio otorgado por las Secretarías, organismos descentralizados o empresas de participación estatal.

A continuación se mencionan las instituciones oficiales que disponen de tiendas de autoservicio para sus empleados.¹⁸

Institución	No de tiendas
ASA	1
Altos Hornos de México	5
Central de Abasto del Magisterio	2
D.D.F	83
Estado Mayor Presidencial	1
I.S.S.S.T.E	232
I.M.S.S	84
S.A.R.H	3
Secretaría de la Defensa	104
Secretaría de Marina	28
DICONSA	18 000
PEMEX	105
Cámara de Diputados	1
U N A M	2
U A M	1
TEPEPAN	1

18. Coordinación de Comunicación Social de CONASUPO, "Estructura del Comercio en México", 1987, Pág.151.

Tiendas Sindicales

Las tiendas sindicales son un mecanismo de comercialización social para satisfacer el abasto oportuno y proteger el salario de los trabajadores. En 1977 existían 253 tiendas sindicales en toda la República Mexicana creadas por sindicatos, federaciones regionales y estatales y centrales obreras.

Esta clase de tiendas son administradas directamente por los Sindicatos de las Secretarías; también se encuentran incluidas las tiendas obrero-patronales administradas por la empresa, por el sindicato o por ambos con capital de la misma empresa.

2. PRINCIPALES PROGRAMAS EN MATERIA DE ABASTO Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS DURANTE EL PERIODO 1983-1988

2.1 Características de la Estructura del Comercio de Alimentos en México

La estructura del comercio de alimentos en México presenta ciertas características y problemas, éstos últimos de orden estructural originados desde los inicios del comercio en México, y que en momentos de crisis como los actuales han adquirido gran magnitud, trayendo como consecuencia el acentuamiento de altos costos para el consumidor, menores precios para los productores, la falta de abasto de determinados productos; etc.

Entre los problemas que presenta la estructura comercial en nuestro país se encuentran los siguientes:

- . La concentración de la actividad comercial en las zonas urbanas.
- . La carencia o alto costo de financiamiento al campo, trayendo como consecuencia la falta de productividad de alimentos para satisfacer la demanda.
- . La falta de organización de los productores, del comercio al menudeo y de los consumidores.
- . La falta de infraestructura y servicios al productor en el campo; como es el caso de la carencia de sistemas para la correcta recepción, acondicionamiento y almacenamiento de los productos, que provoca pérdidas hasta de 60 % en los granos (según información oficial proporcionada en el Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988).
- . La imposibilidad de que el campesino comercialice directamente sus cosechas.
- . La existencia de numerosas etapas de comercialización, es decir, intermediarismo que se da tanto entre los campesinos y los compradores, como entre los comerciantes y el consumidor, ya que "Cerca de 2 000 agricultores están sujetos a una dependencia tradicional de los intermediarios, que eliminan las básculas, la presentación de comprobante,

además de pagar precios bajos.¹⁹

El fenómeno de la intermediación va más allá de lo tolerable en el comercio, éste determina la irracional estructura de la comercialización de los productos del campo.

El intermediarismo en la Central de Abasto es similar al que existe en la Merced. "Un producto pasa hasta por 16 niveles intermediarios y aumenta su precio entre el 80 y el 100 por ciento del campo y al mercado del mayoreo.

Entre el lugar del origen y la Central de Iztapalapa, un alimento debe pasar por los procesos de corte, acopio, clasificación, arrastre, transporte, acarreo, gran mayoreo, lavado, empaque y medio mayoreo; cada una de estas etapas representa un porcentaje adicional en el costo del producto".²⁰

Un ejemplo para ilustrar como se incrementó el precio del jitomate en un 583.3 por ciento más de lo que obtuvo el productor a fines de noviembre de 1985 por el excesivo intermediarismo.

"En una de las huertas de Zacatepec, Morelos, el jitomate se empacó en cajas de 25 y 30 kilogramos a 300 y 400 pesos respectivamente, el precio promedio por kilogramo en la huerta fue de 12 pesos.

Si el productor cuenta con medios de transporte puede trasladar el jitomate a los centros de mayoreo, pero por lo regular lo hacen los transportistas particulares que comúnmente son acaparadores rurales, por lo tanto a cada caja se le agregan 150 pesos por el costo de transporte. Antes de entrar a la Central de Abastos costaba 22 pesos kilo.

El producto hasta esta fase es retenido en los camiones por mayoristas urbanos; estos lo revendieron a los bodegueros mayoristas a 700 pesos la caja de 25 kilos. En esta segunda etapa cada kilogramo del producto costaba 28 pesos en promedio, 133 por ciento más que el precio inicial. Los bodegueros expendieron las cajas a distintos precios según el volumen que adquirieran los medio mayoristas y comerciantes de mercados

19. El Financiero. "Agricultores sujetos al Intermediarismo". mayo 10 de 1977. pág. 8.

20. La Jornada. "16 Pasos de Intermediación Encarecen Hasta Cien Por Ciento Los Productos del Campo". 26 de agosto de 1987. Pág.

públicos, mayoristas de otras entidades, restauranteros y otros.

Su precio osciló entre 1 000 y 1 300 pesos la caja, o sea 48 pesos promedio el kilo.

Por su parte, los revendedores en mercados, tianguis, expendios de legumbres, tiendas de autoservicio y otros; también sumaron el costo de gasto de traslado, impuestos, renta de locales, multas y varios, que en forma distinta elevaron nuevamente el precio por caja de 1 500 a 1 800 pesos.

El consumidor pago de 60 a 82 pesos por cada kilogramo, que en el momento de salir de la huerta era de 12 pesos, entonces resulta que encontramos un precio excesivamente elevado para el consumidor, debido a la larga cadena de intermediarios, así como de comerciantes que operan sin control".²¹

Otro problema lo constituye la inadecuada distribución de las vías de comunicación, que ocasionan la falta de conexión entre las zonas productoras y consumidoras.

. Coexistencia de modernos sistemas de abasto controlados por grandes monopolios comerciales para satisfacer la demanda en zonas urbanas de nivel medio y superior, con las tradicionales compuestas por unidades de menores ingresos, que trabajan con reducido volumen de mercancías.

La Confederación Nacional de Cámaras de Comercio, Servicios y Turismo clasificó en 1981 en tres grupos al comercio tomando como indicador el volumen de ventas; por su parte el gobierno reconoce la misma clasificación y al respecto el Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988 aporta información complementaria a la proporcionada por CONCANACCO.*

. Otro factor importante que influye negativamente en la estructura del sector comercio lo representa el proceso inflacionario que ha creado las condiciones idóneas para que se dé la especulación y ocultamiento de productos básicos con mayor frecuencia, lesionando más la economía de las clases populares.

Ante la problemática tan compleja en la que se encuentra inmerso el comercio de alimentos, el Plan Nacional de Desarrollo

21. Revista del Consumidor. "Cuatro Casos. ¿Y qué necesidad tiene usted de los intermediarios?". Págs: 3-4.

en el apartado referente a la Modernización Comercial, el gobierno plantea la urgente necesidad de llevar a cabo una reordenación integral de la estructura comercial para transformar la actual, superando las dificultades en las que se encuentra el abasto.

La estrategia de modernización comercial y abasto popular se propone:

- Fomentar coordinadamente con otros sectores, la producción de básicos, e incidir en la oferta de los mismos y ejercer un papel determinante en la reorientación de los hábitos de consumo hacia aquellos bienes producidos en el país.
- Mejorar la distribución regional de la capacidad de acopio, almacenamiento, transformación, transporte y servicios; y procurar que los agentes comerciales contribuyan a esos propósitos.
- Reducir los márgenes de comercialización y consecuentemente los precios al consumidor de los productos básicos.
- Contribuir al fomento de las exportaciones y a la sustitución de ciertas importaciones.
- Reducir la intermediación excesiva, a través de los impulsos a diferentes formas de organización y capacitación de consumidores, comerciantes y productores.
- Combatir los monopolios, el acaparamiento y las prácticas especulativas que lesionan el consumo popular.
- Contribuir a crear empleos productivos principalmente en las áreas de infraestructura de acopio y abasto, así como en los servicios auxiliares.²²

22. Op. Cit.. "Plan Nacional de Desarrollo 1983-88"

2.2 Sistema Nacional para el Abasto

El decreto que estableció el Sistema Nacional para el Abasto (SNA), se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 21 de septiembre de 1981, dicho decreto fijó las bases para organizar la distribución y el abasto de productos básicos y fue adoptado posteriormente por la administración del presidente Miguel de la Madrid.

El SNA fija las obligaciones que al respecto tiene la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial para evitar el intermediarismo, las prácticas comerciales indebidas, la organización de la distribución; etc, por otra parte, señala las vertientes de negociación bajo las cuales se ejecutará la estrategia del Programa.

El SNA es un Programa a largo plazo; es el instrumento con el cual el gobierno pretende poner en orden el sistema de abasto mediante la modernización de la estructura comercial, bajo la rectoría estatal contando con el apoyo y participación de productores, comerciantes, industriales, consumidores y miembros integrantes del sector social.

"El objetivo central del Sistema Nacional para el Abasto es proporcionar al país un esquema de comercialización moderno y eficiente, que permita dar al productor una retribución justa por sus esfuerzos y al mismo tiempo hacer llegar a la población productos alimenticios suficientes, accesibles y en condiciones adecuadas de calidad y capacidad nutritivas".²³

Objetivos del Sistema Nacional para el Abasto

- . Incrementar la disponibilidad de alimentos.
- . Mejorar la calidad de los productos alimenticios.
- . Coadyuvar a elevar el nivel nutricional de la población.
- . Incrementar el ingreso de los productores en sus lugares de origen.
- . Fomentar el arraigo de los productores en sus lugares de origen.

23. Poder Ejecutivo Federal. "Sistema Nacional para el Abasto". 1984. Pág. 23.

- . Integrar una adecuada y eficiente participación del comerciante.
- . Racionalizar la distribución de alimentos en territorio nacional.

El SNA adicionalmente prestaría los siguientes servicios: a) Normalización, es la aplicación de normas de calidad para los productos; b) Información de Mercados, consistente en brindar información oportuna a las zonas de producción y consumo acerca del comportamiento del mercado de alimentos, además permitiría conocer con oportunidad en las zonas de producción las cantidades y tipos de artículos que se demandan en los centros de consumo. Este servicio ya está funcionando en los estados de Coahuila, Distrito Federal, Estado de México, Jalisco, Yucatán y Nuevo León.

Otro de los servicios es el de c) Comercialización, en éste servicio se emplean métodos de comercialización alternos como: lonjas, subastas, una bolsa de granos y oleaginosas; d) Almacenamiento Especializado, consistente en contar con instalaciones para el adecuado manejo y conservación de los productos; e) Capacitación de los participantes en el abasto, con este servicio se pretende lograr la integración y desarrollo del Sistema; f) Financiamiento, consistente en proporcionar apoyos financieros necesarios para el desarrollo de infraestructura moderna de centros de acopio, centrales y módulos de abasto, almacenes frigoríficos, equipo de transporte especializado y mercados para la venta al detalle.

2.3 Programa para la Producción, Abasto y Control del Paquete Básico de Consumo Popular

El Programa para la Producción, Abasto y Control del Paquete de Consumo Popular constituye conjuntamente con el Programa Sistema Nacional para el Abasto, dos de los instrumentos rectores de la política social alimentaria en el sexenio 1982-1988.

A través del primero se pretende proteger el consumo básico de la población, el poder adquisitivo del salario y garantizar a la población el abasto suficiente y oportuno de alimentos

Los productos que contiene el mencionado Paquete, están sujetos a riguroso control de precios; además el gobierno se comprometió a brindar apoyos y estímulos fiscales y financieros suficientes para su producción y distribución.

El Programa para la Producción, Abasto y Control del Paquete Básico de Consumo Popular, fue sujeto de concertación entre los sectores públicos, privado comercial e industrial y con el Congreso del Trabajo, representando al Sector Social de la economía el 22 de diciembre de 1982.

Dicho pacto tuvo la finalidad de concretar esfuerzos por parte de los sectores involucrados, para garantizar la oferta suficientes de alimentos y bienes, asegurando así que los precios se "mantuvieran" al alcance de las clases populares.

El gobierno federal asumió por su parte, la responsabilidad como rector y regulador de la economía y en particular del sector comercio en este caso para "evitar deformaciones en las etapas del ciclo económico y, en su caso, llenar los vacíos que no pueden ser realizados por los sectores de la producción y la distribución"²⁴, es decir, el gobierno se comprometió a sustituir, dado el caso, las omisiones que llegaran a cometer alguno de los sectores involucrados e inclusive de realizar las importaciones correspondientes para asegurar el consumo básico de la población.

24. Poder Ejecutivo Federal. "Programa para la Producción, Abasto y Control del Paquete Básico de Consumo Popular". 1982. Pág. 14.

El Paquete Básico de Consumo Popular está integrado por los siguientes productos:

1. ACEITES Y GRASAS COMESTIBLES VEGETALES

Aceites vegetales comestibles

Mantecas comestibles vegetales

2. ARROZ

Arroz pulido

3. AZUCARES

Azúcar refinada

Azúcar estándar

4. CAFE

Café tostado y molido

Café soluble

5. CARNES Y EMBUTIDOS

Cárnicos y embutidos

6. FRIJOL

Frijol

7. FRUTAS Y LEGUMBRES ENVASADAS

Chícharo

Ejote

Garbanzo

Piña

Guayaba

Durazno

Pera

Mango

Manzana

Chiles jalapeños

Chile verde

Chile serrano

Chile chipotle

Puré de tomate

8. GALLETAS

Galletas populares

9. HARINA DE MAIZ

Harina de maiz nixtamalizado

10. HARINA DE TRIGO

Extrafina

Fina

Semifina

Estándar

11. HUEVO

Huevo de gallina

12. LECHE

Leche fresca pasteurizada

Leche en polvo

Leche condensada

Leche evaporada

Leche maternizada

13. PAN

Bolillo

Telera

14. PASTAS ALIMENTICIAS PARA SOPA

Menudas

Huecas

Fideos

15. PESCADO

Fresco

Congelado

Seco-salado

Ahumado

Sardina enlatada

Atún enlatado

16. TORTILLA

Tortilla de maíz

17. SAL

Molida de uso doméstico

Sal en grano de uso doméstico

OTROS BIENES Y SERVICIOS

A. Medicamentos del cuadro médico

B. Enseres domésticos

C. Electricidad y gas L.P

D. Vestido y calzado

E. Perecederos

F. Transportes y renta

Las responsabilidades que asumió el gobierno frente a los miembros pactantes fueron las siguientes:

- "Integrar, concertar y coordinar esfuerzos para el logro de los objetivos.
- Aplicar los instrumentos de fomento e inducción, en los términos concertado.
- Conducir el seguimiento del Programa, en coordinación con los sectores social y privado, para evaluar los resultados y mantener la dirección deseada.
- Encausar sus recursos en forma concretada, para impulsar la producción, comercialización, financiamiento y consumo del Paquete.
- Utilizar su infraestructura de producción y comercialización de bienes básicos de consumo popular.
- Impulsar una política de consumo social y de orientación al consumidor, que reoriente los hábitos y sus intereses.

Por su parte el sector el sector distributivo privado se comprometió en los siguientes términos:

- Adquirir de los productores solidarios los bienes de consumo popular que se produzcan al amparo de programas concretos.
- Vender los bienes básicos de consumo popular al precio convenido.
- Mantener en existencia los bienes básicos.
- Permitir que las autoridades correspondientes realicen las acciones de seguimiento para comprobar el cumplimiento de los compromisos adquiridos.
- Tomar parte activa en las campañas que se emprendan para reordenar los hábitos de consumo social".²⁵

25. Ibidem., Pág. 22

Uno de los aspectos en que la intervención estatal ha sido significativa, es en el terreno referente a la producción de bienes y servicios socialmente necesarios para lograr el bienestar social, como postulados revolucionarios en las áreas de: educación, salud, recreación, cultura, vivienda y alimentación básicamente.

En este sentido, la alimentación como prioridad dentro de la política social siempre ha tenido gran importancia, ya que si no es garantizada esa necesidad básica, la sociedad de inmediato causaría graves conflictos, inclusive podría desestabilizar el sistema político; de tal forma que resulta fundamental asegurar su necesidad por lo menos con aquellos alimentos considerados como base de la alimentación del pueblo mexicano (frijol, arroz, maíz, trigo; etc.). Esta es una de las razones fundamentales por las que el Estado ha intervenido en la regulación del mercado de alimentos, inclusive proporcionándolos a bajo precio, controlando sus costos, industrializando y comercializando productos básicos.

Toda esta serie de políticas gubernamentales tendientes a satisfacer las necesidades más elementales en cuanto a alimentación se refiere, van dirigidas en la actualidad concretamente a dos grupos o clases sociales que constituyen el conjunto mayoritario de los mexicanos (cabe aclarar que al respecto existen varias fuentes oficiales que aportan diferentes cifras).

En 1987 se celebró el evento denominado "Jornadas Nacionales Sobre Alimentación" organizado por el Colegio Nacional de Licenciados en Administración, al cual asistieron autoridades de las instituciones relacionadas con la materia como el Director General de CONASUPO, Lic. José Costemalle Botello; el Coordinador General del Programa Alimentario, Ing. Sergio Reyes Osorio; el Subsecretario de Organización y Desarrollo de la Secretaría de la Reforma Agraria, Lic. Víctor Manuel Barcelo Rodríguez...

En este evento se afirmó que "el grupo de población considerada como marginados está compuesto por el 50 por ciento de la totalidad de la población mexicana, cuya dieta está formada por tortilla fundamentalmente, frijol, algunas frutas y verduras locales, los productos animales se consumen muy esporádicamente.

El segundo grupo a que nos referimos es un grupo muy grande, el de la población proletaria, que es fundamentalmente urbana,

compuesta aproximadamente por el 50 por ciento de la población mexicana. Los alimentos que consume esta población son los mismos que el grupo anterior, pero se agregan a su dieta trigo y arroz los cuales la diversifican".²⁶

Por lo tanto, estamos hablando de un total del 80 por ciento de la población que recibe atención en el renglón alimentario.

Finalmente la Coordinación de Comunicación Social de CONASUPO también en 1987, afirmó que se trataba de 50.5 millones de habitantes los que con base a sus ingresos constituían la población rural y urbana marginada (22.6 millones percibían el salario mínimo o menos, y un 27.9 millones percibían entre una y dos veces el salario mínimo), los que constituyen el objeto de la política alimentaria.²⁷

Es muy reconocido, sobre todo en el medio oficial el hecho de que si no fuera por los esfuerzos realizados por el Estado Mexicano en materia alimentaria, el pueblo mexicano no hubiera podido disfrutar de la paz social durante los últimos 50 años. "La disponibilidad de alimentos constituye un elemento vital para preservar la paz social en el país" ; advirtió el Director General de CONASUPO"²⁸

En este sentido, el Estado se sitúa sobre la sociedad con el único ente capaz de lograr esta prioridad, legitimando al mismo tiempo su existencia "El Plan Nacional de Desarrollo, en su línea de cambio estructural, otorga prioridad al fortalecimiento de la Rectoría del Estado. Esta orientación fundamental adquiere plena vigencia en la tarea de abasto y regulación de productos básicos, área donde la Compañía Nacional de Subsistencias Populares es el instrumento de mayor significación para conferir a la política económica un claro sentido de justicia social".²⁹

Sin embargo es importante analizar qué calidad de alimentación está asegurando el gobierno como mínima.

-
26. Colegio Nacional de Licenciados en Administración. "Jornadas Nacionales Sobre Alimentación". Memoria, 1987. Nutrición. Págs. 165-166
 27. Estructura del Comercio en México. Op. Cit., Pág. 133.
 28. Coordinación de Comunicación Social de CONASUPO. "CONASUPO, Cinco Años de Realizaciones 1983-1987". Pág. 65.
 29. Ibidem.c, Pág. 64.

Con la finalidad de concretar cuales deben ser los alimentos, bienes y servicios indispensables que requieren los trabajadores del país y sus familias para llevar una vida digna; la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial elaboró la denominada "canasta básica", la cual incluye de manera raquítica las diez y siete líneas de alimentos ya mencionadas.

La idea de estructurar la canasta básica tiene su sustento legal en el artículo 123 constitucional, fracción VI que desde 1917 estableció lo siguiente: "Los salarios mínimos reales deberán ser suficientes para satisfacer las necesidades normales de un jefe de familia, en el orden material, social y cultural y para proveer a la educación obligatoria de los hijos".³⁰

Cabe aclarar que los productos que contiene cada canasta básica varían de acuerdo a la administración vigente y a los acuerdos fijados entre la iniciativa privada y el gobierno así como la presión que ejercen los empresarios, en especial durante los últimos años por reducir al máximo dicha canasta, ya que la mayoría de los productos que contiene son objeto de control de precio, y es algo que tanto el empresariado comercial como el industrial desean eliminar por completo.

Tanto el gobierno como la iniciativa privada han hecho caso omiso de las recomendaciones hechas por organismos que han elaborado canastas que sí cubren las necesidades nutricionales mínimas.

Por otra parte, la importancia del acuerdo y establecimiento de una canasta básica entre los diversos sectores que integran la economía nacional, se debe a que sólo conociendo el aumento registrado en los precios de los productos que la integran, se negocia cuanto deben aumentar los salarios mínimos a efecto de asegurar mínimamente los satisfactores que permitan y garanticen la reproducción de la fuerza de trabajo.

Es decir el gobierno a través de las instituciones que lo integran (concretamente en el sector comercio) ejecuta todas las acciones tendientes a coadyuvar con la iniciativa privada para lograr la reproducción del capital, en primer término garantizando la mano de obra barata con el pago de un salario mínimo que en la actualidad resulta insuficiente para lograr el "nivel de vida digno" que sustenta la política gubernamental; en segundo lugar, imponiendo por fuerza de ley una canasta de

30. "Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos". Pág.112.

de tipo oficial que fue definida por SECOFI al inicio del sexenio llamada "Paquete Básico de Consumo Popular" o canasta SECOFI, y que fue reconocida en diversos documentos gubernamentales rectores en materia alimentaria como: el Programa para la Producción Abasto y Control del Paquete Básico de Consumo Popular, el Programa Sistema Nacional para el Abasto; además, este paquete fue acordado durante la firma del Pacto de Solidaridad de diciembre de 1982, por lo que asume todavía mayor importancia.

Dicho Paquete deja mucho que desear para poder ser considerado como canasta básica, es conceptualizado por los investigadores del Congreso del Trabajo como una canasta superbásica, ya que entre otras canastas consideradas como básicas de consumo popular como la elaborada por la Comisión Nacional de Salarios Mínimos, el Instituto Nacional del Consumidor y COPLAMAR; la canasta SECOFI es la más restringida, pues se trata solamente de un conjunto de alimentos que cubren sólo lo más esencial de los requerimientos para satisfacer la necesidad de comer, pero deja mucho que desear en cuanto a la calidad nutricional que en realidad requiere todo ser humano. (ver anexo No 1)

El tema de la canasta básica ha tomado gran importancia a partir de 1977, fecha en que el salario mínimo real comienza a descender de manera drástica, de 1977 a 1984 disminuyó en 47 por ciento. Los resultados del análisis de la relación entre la crisis actual con respecto a la capacidad adquisitiva del salario mínimo para adquirir la canasta superbásica SECOFI, realizado por el Centro de Estudios del Trabajo del Congreso del Trabajo, revelaron lo siguiente "en enero de 1981 el costo de la canasta superbásica era de \$ 123.71 pesos diarios (para la familia completa), y el salario mínimo era de \$ 210.00 pesos, es decir, se tenía que destinar el 58.9% del salario para adquirirla. Cuatro años después, en diciembre de 1984, el precio de la canasta aumenta 625 por ciento para colocarse en \$ 987.50 pesos diarios, en tanto que el salario aumentó 288 por ciento, para quedar en \$ 816 pesos al día.

Para esta fecha, ni gastando todo el salario en la compra de alimentos podía adquirirse esta canasta superbásica. El salario mínimo se quedó corto en un 9 por ciento, le faltaban \$ 81.50 pesos para adquirir tan sólo la canasta alimenticia mínima. Ni hablar entonces de poder pagar vivienda, medicamentos, ropa, escuela para los hijos, mucho menos para vacacionar o gastar en diversiones".³¹

31. Centro de Estudios del Trabajo. "Salario Mínimo y Canasta Básica". 1985. Pág.

El sistema de libre concurrencia en el sector comercio ha conducido a la concentración, a la conformación de una estructura monopólica de la industria y comercio de alimentos, a la formación de empresas gigantes, controladas en su mayoría por los sectores oligopólicos y transnacionales.

Estas empresas son las más importantes en el ramo alimenticio de productos de consumo generalizado, concentran un número elevado de trabajadores, cuentan con los procesos de producción más avanzados, obtienen altos volúmenes de ventas y utilidades, están en posibilidades de establecer precios de gran variedad de productos, cuentan además con aparatos publicitarios de distribución y acopio de materias primas, que les permiten tener un lugar preponderante con respecto al mediano y pequeño comercio.

En 1983 el 4 por ciento de los establecimientos comerciales realizaron el 83 por ciento de las ventas.

En los últimos años la interrelación, fusión o en algunos casos subordinación de empresas comerciales con las empresas industriales y/o con productores agrícolas se ha dado con mayor intensidad. Así, las grandes cadenas comerciales establecen contratos con empresas industriales que les venden volúmenes considerables de mercancías a precios reducidos, o bien, ellas producen en sus propias industrias mercancías de marcas libres como las que venden Aurrera y Comercial Mexicana, reduciendo con ello los costos y elevando sus utilidades.

"Aurrera incrementa sus ventas en 205 por ciento de 1980 a 1983, al pasar de 19 mil millones de pesos a 66.6 mil millones; Gigante las eleva en 415 por ciento en el mismo lapso, al pasar de 9.1 millones a 46.9 mil millones".³²

Aunque las cadenas comerciales atienden a un sector social determinado (especialmente urbano) que tiene posibilidad de comprar en ellas, dejan sentir su poderío económico conservando altos índices de utilidades aun en tiempos de plena crisis o imponiendo la fijación de precios.

Veamos la situación financiera de algunas empresas industriales que reflejan la alta concentración de utilidades aun en tiempos de una acentuada pérdida del poder adquisitivo y de los hechos mencionados con anterioridad.

32. Ibidem., Pág. 45.

VENTAS Y UTILIDADES DE ALGUNAS EMPRESAS (1982-1983)

(MILLONES DE PESOS CORRIENTES)

	1982	1983	Aum. %
Gpo. Ind. Bimbo			
Ventas Netas	23 732	29 624	24.8
Utilidades Netas	352	685	94.3
Anderson Clayton			
Ventas Netas	12 157	24 248	99.4
Utilidades Netas	173	1 110	540.5
Industrias Furina			
Ventas Netas	9 432	17 148	81.8
Utilidades Netas	(-161)	5.8	103.6

Fuente: Bolsa Mexicana de Valores. Anuario Financiero y Bursátil 1983. México, Abril de 1984.

"Lo primero que destaca en el cuadro es que en 1983, cuando el PIB cayó como no lo hacía en medio siglo (-5.3%), las utilidades de esas empresas aumentaron sustancialmente especialmente las transnacional norteamericana Anderson Clayton 540%.

Además, en los tres casos, las utilidades aumentaron mucho más que las ventas. es decir, que a pesar de vender relativamente poco, los beneficios continúan siendo altos, lo cual se logra elevando el precio de los que se vende".³³

Veamos a continuación el cuadro donde se muestra que todavía en 1987, las empresas comerciales aparecen entre las 500 empresas más importantes de México de acuerdo a sus altas utilidades obtenidas. Cabe señalar que por ejemplo Almacenes Blanco, Comercial Mexicana, Controladora de Superamas, S.A de C.V que en años anteriores han participado en el informe de las 500 realizado por la Revista Decisión en 1987, se negaron a proporcionar información.³⁴

33. Ibidem., Pág. 45.

34. Revista Expansión. "En Medio de la Crisis las 500 Están de Fiesta". 1987. Pags. 97-108.

Empresas Comerciales	Ventas		
	1987	1986	%
Gigante	939,255.0	328,566.0	185.9
Tiendas de Descuento Sullana	221,568.0	68,879.0	221.70
Comercial Saraya, S.A de C.V	118,972.0	55,235.0	115.40
Woolworth Mexicana, S.S de C.V	59,233.0	25,440	132.80

En la relación de las 500, Gigante aparece en quinto lugar debido a al alto nivel de utilidades obtenidas por este centro comercial.

En el siguiente cuadro se presentan algunas de las empresas procesadoras de alimentos que figuraron en el informe de las 500, por orden de importancia en cuanto a obtención de utilidades.

Empresas Procesadoras de Alimentos			
Empresa	1987	1986	%
Cia Nestlé	443,410.0	214,577.0	109.00
Ganasa, S.A de C.V	215,401.0	100,105.0	115.20
Anderson Clayton	184,503.0	93,929.0	96.40
Panificación Bimbo	152,770.0	67,338.0	126.70
Ganaderos Productores de Leche Pura	129,831.0	55,109.0	135.60
Productos Marinela	112,673.0	49,273.0	128.70
General Foods de México, S.a de C.V	84,983.0	39,140.0	117.10
Purina	75,350.0	46,590.0	61.70

En el cuadro anterior se observa que todavía en 1977 Anderson Clayton, Panificación Bimbo e Industrias Purina continúan manteniendo altos niveles de utilidades desde 1985.

Dentro del sector comercial canalizado a atender al resto de los estratos sociales la situación que prevalece es similar a la anterior, es decir, la larga cadena de intermediarismo que se establece entre el productor y el vendedor detallista incrementa los precios en cada eslabón "en la Central de Abastos los niveles de concentración se dan en términos oligopólicos y donde la fijación de precios no pasa por ningún mecanismo de regulación.

La naranja procedente de Veracruz es controlada en un 60% por un solo comerciante (este estado abastece el Distrito Federal en un 90% de naranja); el 63% de la cebolla la controlan 7 de los 275 vendedores; 76% del chile lo controlan 15 de los 367 comerciantes; 200 comerciantes venden limones, 10 de ellos controlan el 76% del producto; el 25% de la papa es acaparada por 25 comerciantes de los 370 que venden tal producto; de los 295 vendedores de papaya 9 manejan el 23%; de 247 plataneros 8 controlan el 82% del producto; 150 comercializan tomate verde, pero 9 controlan el 82% del producto; 200 comercializan zanahoria, 8 controlan el 65%; 4 bodegueros controlan grandes extensiones de tierras productoras de plátano en Chiapas y Tabasco".³⁵

En resumen, de los 5800 comerciantes mayoristas, medio mayoristas y detallistas que existen en la Central de Abastos, 200 son los que controlan la mayor parte de los productos que llegan allí. Debido a la situación prevaleciente, no sólo en la Central de Abasto, sino también en el Mercado de Jamaica, el consumidor paga precios exorbitantes.

Frente a esta estructura deformada del comercio, la intervención estatal va encaminada a regular las consecuencias negativas de la acción de los monopolios, que por una parte genera perjuicios para el productor (bajos ingresos), y mayores precios para el consumidor. Además esta situación ha incidido negativamente en el nivel nutricional de los mexicanos.

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial destacó que en 1984 eran 35 millones de mexicanos (alrededor de la mitad de la población), quienes no cubrían los mínimos nutricionales, "el problema del hambre en distintos grados padecidos por la población es producto de la estructura distorsionada del abasto, ya que este presenta una gran dualidad: coexisten una estructura moderna que esencialmente se orienta a satisfacer la

35. El Universal. "En la Central de Abasto la fijación de Precios no obedece a Ningun Mecanismo de Mercado.". Sección Metrópoli. 9 de mayo de 1987. Pág. 10.

demanda de los sectores urbanos de ingreso medio y superior, y otra tradicionalmente constituida por un gran número de pequeñas unidades dispersas que atienden a la población de menores ingresos, operan con bajos volúmenes, reducidas utilidades y las más de las veces influye en los precios que prevalecen en el mercado".³⁶

Desde otro punto de vista, la intervención estatal en el sector comercial se convierte en la pieza clave para responder a las demandas sociales de satisfacción de alimento frente al poder y eje en torno al cual gira la actividad comercial privada, la cual sólo responde a expectativas de obtención máxima de utilidades u de actuación en las zonas urbanas.

La intervención estatal dentro del sector comercio se ha venido dando en los siguientes términos: la normativa y/o reglamentaria de la actividad comercial, la intervención directa en operaciones de compra-venta o elaboración industrial de productos básicos con propósitos de regular el mercado de productos básicos e instrumentando medidas para proteger al consumidor ante:

- Las empresas que emplean mercadotecnia y publicidad engañosa y fraudulenta, propiciando el consumismo, precios elevados, ofertas gancho, vendiendo productos dañinos a la salud.
- Los productores que al enfrentarse a incrementos en sus costos de producción, no están dispuestos a sacrificar parte de sus ganancias excesivas y aprovechando las circunstancias inflacionarias, aumentan los precios más que proporcionalmente.

Dentro de este panorama, los consumidores aparecen como las víctimas del sistema, pues conforman el sector débil frente a los comerciantes; de ahí que el único que hasta ahora ha promovido la protección y organización, ha sido el gobierno a través del Instituto Nacional del Consumidor y de la Procuraduría Federal del Consumidor.

La debilidad de los consumidores es consecuencia de su falta de cohesión y organización por sí mismos para la defensa de sus intereses.

36. El Día. "La Deformidad de la Estructura Comercial incide en la Alimentación: SECOFI". 79 de junio de 1984. Pág. 3.

2.4 Programas en Materia de Comercialización de Productos Básicos Instrumentados por el Sistema DICONSA-Conasupo

El Sistema DICONSA-Conasupo fue el encargado de ejecutar una serie de programas tanto de carácter permanente como transitorio para apoyar el consumo de la población marginada. Los dos programas fundamentales de DICONSA desde 1983 fueron: el Programa Rector de Regulación y Distribución y el Programa Rector de Reordenación Administrativa y Capacitación.

El Programa Rector de Regulación y Distribución contenía a su vez tres subprogramas: el Programa de Distribución Rural, el Programa de Distribución urbana y el Programa de Compras, éste último con capacidad de incidir en la planta productiva y en la organización de los productores.

El Programa de Distribución Rural se ejecutó contando con la participación de la comunidad, capacitando técnicamente al comité rural de abasto y al encargado de la tienda.

El Programa de Distribución Urbana se ejecutó en dos vertientes de distribución: el sector popular y el sector obrero.

En las tiendas populares, centros populares de abasto y CONASUPO de las periferias de las ciudades, al igual que en el ámbito rural la comunidad participó nombrando un comité de abasto para la vigilancia de los precios y del surtimiento, nombró también al encargado de la tienda y proporcionó el local; DICONSA por su parte proporcionó el abasto capacitación, distribución y la garantía.

El Programa de Tiendas Sindicales es un programa que reconoce al sector obrero como base fundamental del sector social y es a través de los sindicatos como se proporciona atención a los obreros.

El Programa de Compras estuvo orientado a la promoción de la pequeña y mediana empresa, esto es, las compras realizadas por el Sistema DICONSA se realiza a la pequeña y mediana industria local para contribuir a la descentralización.

DICONSA posee también un Programa de Intensificación, Reforzamiento y Amplitud en su capacidad de compra directa a productores del campo.

En DICONSA se capacita también a los productores para que puedan comercializar organizadamente.

El segundo Programa rector de Reordenación Administrativa y Capacitación comprendió los siguientes aspectos: capacitación a los trabajadores de DICONSA y a la sociedad civil organizada; capacitar a los grupos campesinos de productores; capacitar al personal de las tiendas sindicales y capacitar a los grupos populares.

Este Programa comprendía además dos subprogramas; el de Descentralización y el de Desconcentración consistente en la desconcentración de funciones al interior de aparato administrativo del centro hacia los estados.

3. EL SECTOR PRIVADO COMERCIAL

3.1 Origen y Objetivos de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio Servicios y Turismo (CONCANACO)

Los antecedentes de la CONCANACO se remontan al año de 1763 en que se fundó la primer Cámara de Comercio en Sombretete, Zacatacas; sus funciones consistían en representar ante los poderes públicos a los comerciantes de la zona para tratar asuntos relacionados con los aranceles u otras leyes de impuestos que lesionaban en cierto grado los intereses del comercio.

Posteriormente se fundaron algunas Cámaras en otros estados de la República, entre las que se encontraban: la Cámara Nacional de la Ciudad de México en 1874; la Cámara Nacional de Monterrey, N.L. en 1883; la Cámara Nacional de Mazatlán, Sin. en 1884; la Cámara Nacional de Chihuahua, Chich. en 1887 y la cámara Nacional de Guadalajara, Jal. en 1888.³⁷

Con objeto de formalizar la organización del comercio nacional y sobre todo su representación ante el gobierno. En el año de 1908 se expidió la primer Ley de Cámaras de Comercio. fue el presidente de la República Gral. Porfirio Díaz quien expidió dicha ley para que las Cámaras existentes que funcionaban de manera aislada ocupándose de sus problemas locales, se sujetaran a una norma general en cuanto a su estructura y actividades.

Por acuerdo presidencial en el año de 1917, el ingeniero Alberto J. Pani, Secretario de Industria y Comercio se dirigió a la Cámara de Comercio de la Ciudad de México, para invitarla a organizar el Primer Congreso Nacional de Comerciantes bajo el patronato oficial de su Secretaría.³⁸

La Asamblea del Primer Congreso Nacional de Comerciantes se reunió el día 12 de julio de 1917 para inaugurar tal evento, al que asistieron los representantes de las Cámaras de 36 estados de la República.

Este evento puso de manifiesto el reconocimiento institucional del empresariado comercial organizado en la

37. Enfoques. Boletín Informativo CONCANACO. Año 1. No 1.1987.

38. CONCANACO-SERVYTUR. "70 Años de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo". 1987. Pag. 34.

Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, como órgano de consulta del Estado Mexicano para ser oída por todas las autoridades del gobierno antes de celebrar tratados, expedir leyes, Decretos, Reglamentos y Aranceles que en modo alguno afectaran los intereses del comercio nacional; además, los líderes de la Confederación dieron por hecho que tal Congreso sentaría las bases para "lograr la organización de las Cámaras de Comercio de la República, para ayuda mutua, empresarios-gobierno, de conveniencia pública y de representación ante el gobierno federal."³⁹

Por su parte el Gobierno deseaba que se realizara la organización del comercio en colaboración con los particulares para que fungieran como apoyo para impulsar el desarrollo del comercio tanto interior como exterior, lograr el incremento de mercancías e impulsar su exportación.

Los miembros de la Confederación convinieron en nombrar un Comité Ejecutivo con residencia en la capital de la República Mexicana, el cual representaría los intereses de los comerciantes del país, así como el establecimiento de la celebración anual de una Asamblea General de Cámaras de Comercio.

El 3 de noviembre de 1917 se firmó el acta constitutiva de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio de los Estados Unidos Mexicanos.

En 1923 la Confederación contaba con 58 Cámaras afiliadas y para 1927 la integraban 95.

En el período comprendido de 1922 a 1927 la Confederación logró uno de los propósitos esenciales que se había propuesto, obtener posiciones para que sus delegados y representantes figuraran en las ramas del Estado donde consideraba que era necesario hicieran oír sus pareceres, sus juicios, los criterios que reflejaran el sentir y el pensar del comercio. Así fue como los hombres de negocios conectados con el comercio pudieron tomar sitio en las tareas públicas, la Confederación se encontraba representada en la Comisión Nacional Bancaria, en la Comisión Revisora de Tarifas de Ferrocarril, en la Comisión Nacional azucarera, en la Junta Central Consultiva del Comercio y de la Industria, en la Junta Revisora y Calificadora del Impuesto Sobre la Renta, en la Junta de Oceanografía y Pesca y en el Tribunal de Infracciones Fiscales.

39. "Ley de Cámaras de Comercio". 1986. Pág. 15.

El día 27 de agosto de 1936 se expidió un nuevo ordenamiento jurídico para la Confederación, la Ley de Cámaras de Comercio e Industrias derogando las normas anteriores que habían estado vigentes desde 1908; esta ley fue resultado de la colaboración de los sectores industrial y comercial.

Entre algunas medidas de las que fue objeto de cambio la ley, fue la de aumentar el temor de las Cámaras de convertirse en organismos gubernamentales, por ello se adoptó la denominación de Institución de carácter público, como consecuencia se les otorgó a las Cámaras y a su Confederación la facultad de colaborar con el Estado en materia de Industria y Comercio. Otra consecuencia del carácter que asumió la Confederación como Institución pública, fue la obligatoriedad de registro por parte de todos los comerciantes e industriales para contribuir al sostenimiento de la organización.

Posteriormente, en 1941 se promulgó nuevamente otro ordenamiento jurídico denominado "Estatutos de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio e Industria" en vista de los problemas que se suscitaron al aplicarse la emitida en 1936.

Las funciones que desempeñaría la Confederación a partir de ese momento serían las siguientes: Representar los intereses de carácter general del Comercio e Industria de la República Mexicana; Fomentar el Desarrollo del Comercio e Industria; Procurar la unión, cooperación y coordinación de las Cámaras que la forman; Defender los intereses de sus socios; Ser órganos de colaboración con el Estado para satisfacer las necesidades del comercio y la industria nacionales; Pedir previa consulta a sus socios la derogación de leyes, decretos o disposiciones que lo requieran en bien de la economía del país; Orientaar, coordinar y concertar la opinión de sus socios sobre problemas económicos nacionales, etc.⁴⁰

Con respecto a esta última función, la Confederación a lo largo de su vida ha desarrollado una serie de actividades y eventos para analizar el desenvolvimiento social y económico del país en cada sexenio, por ejemplo en 1928 celebró el primer Congreso Nacional de Subsistencias, con el fin de buscar alternativas de solución para dar satisfacción al consumo; la celebración de la Convención Nacional de Transportes en 1929; en 1931 la Confederación convocó a la celebración del Congreso Nacional de Economía en el que se trataron temas vinculados con

40. "70 Años de la CONCANACO". Op. Cit., Pág. 137.

la agricultura, la industria, el transporte, la regularización de la moneda, los impuestos; en 1942 se analizó el problema de la producción agrícola y se sugirieron una serie de soluciones; en 1944 la Confederación publicó un estudio titulado "Situación Real de los Ferrocarriles", estudio en el que se daba a conocer el estado de este medio de transporte en el país; en 1946 se convocó a la celebración del Foro denominado Problemas de la Agricultura y Ganadería en México, en el cual se analizaron problemas como: la Cuestión Fiscal, Garantías, Seguridad y Producción, el Crédito y la Agricultura; etc.

La nueva Ley publicada en 1941 sustituyó al ordenamiento jurídico de 1936, debido a que había inconformidad con el artículo 30 de la Ley anterior, que estableció que las Cámaras quedaban constituidas en "órganos de colaboración con el Estado para la satisfacción de las necesidades relacionadas con la Industria y el Comercio Nacionales", por lo cual según la interpretación de los representantes de las Cámaras venían a ser organismos descentralizados por colaboración, lo cual implicaba dependencia directa del Estado y además los representantes gubernamentales devengarían honorarios de ellas.

Llevados a cabo los trámites necesarios, la iniciativa de Ley fue aprobada por el Congreso de la Unión y promulgada el 3 de mayo de 1941.

El artículo 10. definió a las Cámaras como instituciones pública, autónomas, con personalidad jurídica, constituidas para los fines que la Ley establecía, por su parte la Secretaría de Economía ejercería control sobre las Cámaras.

El artículo 40. definió el objeto de las Cámaras de comerciantes y de las Cámaras de industriales en los siguientes términos:

Representar los intereses generales del comercio o de la industria de su jurisdicción; Fomentar el desarrollo del comercio y de la industria nacionales; Participar en la defensa de los intereses particulares de los comerciantes o industriales; Ser órgano de consulta del Estado para la satisfacción de las necesidades de la industria y el comercio nacionales; etc.

Con la finalidad de erradicar aquellos obstáculos que le impedían realizar en plena libertad las actividades del comercio organizado a causa de la indebida acción del Estado sobre la economía (según su propia opinión, pero concretamente

contra el gobierno organizado en el área del comercio de comestibles), y las consecuencias del control gubernamental en México, durante la celebración de la XXVII Asamblea General Ordinaria de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, se llevó a cabo la Declaración de Principios en defensa de los derechos de la iniciativa y el capital privados cuya finalidad se centró en condenar la intervención estatal calificándola de totalitarista y socialista, para lo cual la Confederación realizó una serie de acuerdos para enfrentar el poder estatal en los siguientes términos:

I.- Excítese a todos y cada uno de los comerciantes e industriales asociados en cada Cámara de Comercio, a que adquieran conciencia de sus derechos y de los peligros que los amenazan si no se combate constantemente y con toda energía, dentro del marco de nuestras leyes la propaganda y la acción de los elementos radicales empeñados en imponer al mundo el socialismo totalitario.

II.- Exhórtese a todos los individuos de la clase económicamente activa, las fuerzas de producción y la distribución de bienes a que formen un sólo frente con estrecha y compacta solidaridad, para resistir mejor los embates de las fuerzas que les son hostiles.

III.- Difúndase por todos los ámbitos del mundo mercantil la idea de que es preciso fortalecer los organismos que representan y defienden al hombre de negocios, para que sean un escudo impenetrable que proteja los derechos vitales amenazados.

IV.- Establézcanse en todo el país un sistema de cooperación amplia y eficaz con la CONCANACO, para que esta institución pueda desarrollar dentro y fuera del país una acción intensa contra la idea del Estado como poder supremo y absoluto, deagador de todos los derechos del ciudadano".⁴¹

Posteriormente en el año de 1969 se crearon las Secciones Especializadas de "Rutas Turística", "Asuntos Aduanales" para tener más atención en esos aspectos. Ya para febrero de 1970 la CONCANACO manifestó su empeño por profundizar su acción en la actualización y planificación del comercio, promoción del turismo nacional e internacional...

41. Ibidem., Pág. 169.

Otro aspecto que influyó para que la CONCANACO se decidiera participar abiertamente en la atención del turismo y en la creación de servicios, fue la importancia que adquirió el turismo para el país. Para lograrlo promovió durante el periodo de 1969 la creación de Secciones Especializadas de Turismo en las Cámaras Confederadas donde no existieran e invitar a las que ya existían para coadyuvar a la coordinación de actividades turísticas; Fomentar un mayor contacto entre las Secciones Especializadas de Turismo y las Delegaciones del Departamento de Turismo y Promover la Creación de Oficinas de Convenciones en otras ciudades de la República.

En términos generales, la Sección especializada de turismo tuvo como propósito promover en forma nacional reuniones de estudio, análisis e información turística para promover y canalizar el turismo hacia nuestro país.

En el año de 1971 la Confederación celebró la mesa redonda con el tema "El Turismo y la Empresa Privada en México" en torno a la cual se reunieron los más destacados empresarios del sector privado en el turismo y los servicios conexos.

En 1975 la CONCANACO realizó una serie de cambios estructurales: se integró el área de servicios para hacer más ágil y eficaz la atención a las Cámaras Nacionales de Comercio, además, lograr que todos los Departamentos a su cargo (Departamento de Asesoría en funcionamiento de Cámaras, Departamento de Asesoría en Organización en Cámaras, Departamento de Asesoría en Trámites Gubernamentales, Departamento de Turismo) facilitaran la integración y coordinación de las actividades de asesoría y servicios, por lo cual la Confederación asumió la denominación de Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo CONCANACO-SERVYTUR.

El 27 de febrero de 1976 fueron aprobados los estatutos de la Confederación⁴², ya que fue necesario ajustarlos debido a las reformas de que había sido objeto la Confederación.

En el capítulo titulado "De la Denominación y Objeto" artículo 1o. quedó asentado que la Cámaras Nacionales de Comercio y Turismo de la República, de acuerdo con la Ley de Cámaras de Comercio y las de Industria, promulgada el 2 de mayo de 1941, constituyen un órgano que las agrupa y que se

42. Ibidem., Pág. 397.

denominará Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo.

" Art. 2o. La Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo es una institución pública, autónoma, con personalidad jurídica que tendrá duración indefinida y domicilio en la ciudad de México.

El artículo 3o. precisó los objetivos de la CONCANACO-TUR que continúan vigentes hasta la fecha y son los siguientes:

I.- "Representar los intereses de carácter general del comercio, del turismo y de los servicios, impulsando siempre su desarrollo.

II.- Coadyuvar a la formación de Cámaras de Comercio en aquellos lugares en que convenga establecerlas, fomentando el espíritu de unión de todos los hombres de negocios dentro de las Cámaras.

III.- Procurar la unión, cooperación y coordinación de todas las Cámaras que integran la Confederación, fomentando la formación de una Federación por cada estado.

IV.- Defender los intereses de sus confederados y de los asociados a éstas.

V.- Proporcionar a las Cámaras y a sus asociados los servicios establecen los presentes Estatutos, y los nuevos que en adelante se establezcan por conducto de Asambleas y del Consejo Directivo.

VI.- Representar legalmente a sus asociados ante toda clase de autoridades y organismos descentralizados.

VII.- Orientar y coordinar la opinión de sus asociados sobre problemas económicos nacionales.

VIII.- Ser órgano de consulta y colaboración del Estado en cuanto se relacione con las necesidades del comercio, del turismo y los servicios.

IX.- Tener representantes en las juntas, organismos estatales descentralizados, Comisiones y Cuerpos Consultivos del Gobierno Federal, así como en los organismos del sector privado.

X.- Propugnar por las mejores relaciones con toda clase de autoridades en la Republica.

XI.- Promover la expedición de leyes, decretos y disposiciones que considere necesarios para el desarrollo integral de la nación y pugnar por la reforma y derogación de los que se estime son contrarios a este fin.

XII.- Pugnar porque los precios de las mercancías y servicios del país se formen por el libre juego de las leyes económicas e involucre un margen razonable y equitativo de ganancias.

XIII.- Fomentar el comercio exterior y el turismo internacionalll.

XIV.- Promover el establecimiento de negocios nuevos y la modernización de los ya existentes en el país, así como pugnar porque exista un crédito ágil y económico".⁴³

Actualmente la CONCANACO agrupa 261 Cámaras, que a su vez están integradas por empresas comerciales, turísticas y de servicios y se encuentran representadas en los siguientes organismos:

Consejo Coordinador Empresarial

Instituto Mexicano del Seguro Social

Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT)

Ferias y Exposiciones, A.C (FENAC)

Laboratorios Nacionales de Fomento Industrial (LANFI)

Comité de Lucha Contra la Tuberculosis

Comisión Nacional de Crédito Arancelario.

Comisión Consultiva de Restaurantes, Cafeterías y Similares

Comisión Nacional de Salarios Mínimos

43. Ibidem., Págs. 389-390.

Cámara de Comercio México-Estados Unidos

Comisión Nacional de Fomento Educativo (SEF)

Comisión Consultiva Regional del D.F (INFONAVIT)

Comité de Educación

Comité de Legislación

Cámara Internacional de Comercio

Consejo Nacional de la Publicidad

Consejo Nacional contra Adicciones. Secretaría de Salud

Comisión Consultiva de Tarifas (SCT)

Comisión Mixta Asesora de Política de Comercio Exterior
(COMPEX)

Comisión Nacional Coordinadora de Puertos

Pacto de Solidaridad Nacional
30 de Diciembre de 1982

La manifestación concreta del Pacto de Solidaridad Nacional fue la firma para la Producción, Abasto y Control del Paquete Básico de Consumo Popular el 30 de diciembre de 1982, mediante el acuerdo de los sectores social, privado y gubernamental con el fin de lograr los siguientes objetivos:

- . "Proteger el consumo básico de la población y el poder adquisitivo del salario.
- . Realizar esfuerzos para garantizar la oferta suficiente de alimentos que satisfaga la demanda popular con precios en relación decreciente al salario mínimo vigente; y
- . Mantener estricta vigilancia y control por parte del Gobierno para el cumplimiento de los volúmenes, distribución, abasto, precios y los demás compromisos que sean demandados para cada rama de actividad".⁴⁴

A los pocos días de haberse suscrito el Pacto de Solidaridad Nacional comenzaron a manifestarse las primeras señales que lo llevarían finalmente al fracaso y a la necesidad de replantear otro pacto solidario en agosto de 1983.

Cinco días después de la firma del Pacto, el 5 de enero de 1983, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial anunció incrementos a los precios oficiales a varios de los artículos que integraban el Paquete Básico de Consumo popular, y si a esta medida se le añaden los constantes incrementos que sufrieron los energéticos, principalmente la gasolina, encontramos que esto repercutía inmediatamente en los precios de los alimentos.

A los siete meses de la firma del Pacto el diagnóstico era el siguiente:

- "No se habían especificado las especies y variedades de algunas de las 17 líneas que integraban la canasta básica, ni el grado de calidad de los mismos".⁴⁵

44. El Universal. "Pacto Nacional de Solidaridad". 1 de enero de 1983. Pág. 1.

Como por ejemplo en el caso de la línea denominada PESCADO, no se especificaba de qué especie de pescado se trataba solo se mencionaba pescado fresco y pescado congelado en términos generales.

Otro ejemplo de no especificación de variedad, lo representaron dentro de la línea llamada FRUTAS Y LEGUMBRES, la manzana, el durazno, la pera, el mango.

Tampoco se especificó de qué tipo de frijol se trataba en la línea denominada FRIJOL, ya que dependiendo de la clase es el precio.

En una investigación realizada por el Instituto Nacional del Consumidor en los meses de octubre y noviembre de 1985, se encontraron ocho precios distintos el frijol en la misma ciudad de México; su precio controlado era de 54 pesos. El kilo de frijo ojo de cabra costaba hasta 60 pesos; garbancillo 80 pesos; bayo, flor de mayo y Veracruz hasta 90 pesos; 130 pesos kilo de frijol mantequilla y canario.

- "Solo se había concertado uno de los programas de fomento, el de leche y sin precisar los apoyos, ya que éste indicaba que el Gobierno Federal intervendría ofreciendo apoyos extraordinarios a través de diferentes mecanismos.

- Los presupuestos concretos representados por los industriales hasta esa fecha no habían tenido respuesta y se había llegado a una suspensión total de actividades de los directores se la SECOFI que tenían responsabilidad de los programas.

- La Comisión para la Ejecución y Seguimiento para la Producción, Abasto y Control del Paquete Básico de Consumo Popular, que se iba a reunir mensualmente solo lo hizo en enero, febrero y marzo (mes en que se suspendieron)".⁴⁵

Los industriales de la transformación señalaron, que a pesar de la intención del Gobierno por atender las necesidades de la población, sus programas se vieron en serias dificultades debido "al pesado y complicado engranaje del aparato burocrático".⁴⁶

45. El Universal. "El Pacto no Funcionó". 26 de julio de 1983. Pag. 7B.

46. Ibidem.

Por su parte, en lo que respecta al empresariado comercial, y aunque las autoridades advirtieron que sancionarían severamente los abusos por parte de los comerciantes, los precios siguieron incrementando; se presentó la reetiquetación de productos con bastante frecuencia, así como el condicionamiento de su venta.⁴⁷

"El pacto se rompe, encunanto resulta molesto y afecta demasiado los intereses o las ganas del infractor en potencia".⁴⁸

Ante el rotundo fracaso de este primer Pacto, nuevamente el Gobierno hizo un llamado a los factores de la producción para la firma de otro pacto Solidario; la intención de fondo era la misma que el anterior, enfrentar la crisis frente a las "exageradas" demandas de incremento salarial por parte de los trabajadores y los aumentos de los precios por parte de los empresarios durante cierto lapso de tiempo; para recuperar el poder adquisitivo del salario tan seriamente dañado por el proceso inflacionario, así como recuperar la confianza social que paulatinamente iba en descenso.

La condición esencial para llevarlo a cabo era "Lograr la solidaridad, la comprensión y apoyo de todos los mexicanos, puesto que éste era un reto en el que está en juego el destino del país y la viabilidad de la Nación en el marco de la democracia, eficacia y moral social".⁴⁹

La negociación solidaria se vio seriamente influida por una serie de factores, sobre todo de índole ideológica y política, más que de carácter y en beneficio social; factores que finalmente habrían de provocar que se desvirtuara su contenido e intenciones, llevándolo nuevamente al fracaso, que en última instancia a quienes más han perjudicado dichas controversias, an sido a las clases sociales de bajos recursos y a la economía del país.

47. El Universal. "Los que no cumplieron con el Pacto". 9 de agosto de 1983. Pág. 1

48. El Universal. "Para que Duren los Pactos se Requiere de Bastante más que Regular de Buena Fe", 10 de agosto de 1983. Pág.

49. El Universal. "Pacto de Solidaridad". 9 de Agosto de 1983. Pág. 1.

Pero no solo han sido las divergencias ideológicas las que han provocado el fracaso de las concertaciones, sino también la falta de seriedad y plena responsabilidad de cada uno de los sectores involucrados con los compromisos que supuestamente asumieron al firmar los Pactos.

El eje en torno al cual se firmaron ambos Pactos fue el de brindar apoyo al Presidente de la República, Licenciado Miguel de la Madrid Hurtado para lograr la reordenación económica del país.

En el Pacto que se firmaría en agosto de 1983, el papel del empresariado conjuntamente con las autoridades consistiría nuevamente en, reducir sus márgenes de ganancia durante el tiempo que durara la concertación, hacer eficiente el abasto popular y la supresión del intermediarismo.

Sin embargo, desde tiempo anterior a la firma del Pacto el empresariado comercial comenzó a manifestar inconformidad y desconfianza, declarando que se oponía a la firma del Pacto de Solidaridad Nacional si antes el Consejo Coordinador Empresarial, presidido por Jorge Chapa, no daba a conocer primero los puntos que contenía dicho documento y realizara después un censo sobre las condiciones en que los empresarios deberían firmar, pues los términos empleados - según CONCANACO - poseían un lenguaje marxista, tendiente hacia la izquierda, por tal motivo habría que analizar perfectamente bien en qué sentido se realizaría el cambio de estructuras que proponía tal compromiso.⁵⁰

Por otra parte, existía otro factor por el cual se negaban a participar en la concertación los agremiados de la CONCANACO con el Sector Social. Los enfrentamientos que se habían suscitado con la Confederación de Trabajadores de México (CTM), "no podemos pactar con gente como Fidel Velázquez que en últimas fechas se ha dedicado a atacar constantemente a los empresarios calificándolos de desnacionalizados, casta divina, antimexicanos y declararnos una guerra casi total".⁵¹

Finalmente el segundo Pacto de Solidaridad Nacional se firmó el 9 de agosto de 1983, con el mismo objetivo del Pacto

50. Excelsior. "Objeciones de Forma y de Fondo de los Empresarios". 8 de agosto de 1983. pág. 2.

51. El Universal. "Se Dividen los Empresarios por la Firma del Pacto de Solidaridad". 8 de agosto de 1983. Pág.1.

firmado el 30 de diciembre de 1982, hacer frente a la crisis.

A unos cuantos días, comenzaron a manifestar su inconformidad los comerciantes a través de CONCANACO; su dirigente Emilio Goicochea Luna pidió que se actualizaran los precios tanto de productos básicos como de los que no lo eran, afirmando que mientras continuara el ritmo inflacionario era necesario revisar constantemente los precios, ya que de no hacerlo, señaló, se escasearían los productos básicos principalmente, ya que no resultaría rentable producirlos.⁵²

Otro factor que influyó negativamente en el éxito de este Pacto fueron las divergencias ideológicas que se suscitaron entre CONCANACO y el Sector Social. Los empresarios comerciantes siempre han desconocido a éste último como uno de los elementos constitutivos de la economía mixta mexicana, mientras que el Gobierno Federal otorga plena legitimidad a su existencia dentro del modelo económico.

En este sentido, el Sector Social es considerado como una de las bases para impulsar el desarrollo nacional dentro del sistema de planeación democrática y como uno de los agentes integrantes del comercio social, el cual orienta sus acciones en beneficio de los grupos sociales más necesitados coadyuvando así al logro de la Modernización Comercial que se propuso el gobierno de De la Madrid, contribuyendo al abasto popular, a la regulación del mercado de las subsistencias populares conjuntamente con las demás instituciones que forman parte del sector comercio.

Mientras tanto la CONCANACO considera peligroso el fortalecimiento tanto económico como político del Sector Social, ya que de poseer tal poder le permitiría tener una influencia determinante en la dirección estatal supuestamente hacia la vía socialista, hacia "la sociedad superior de los trabajadores"⁵³, al mismo tiempo temen su debilitamiento y desplazamiento del ámbito político.

52. El Universal. "CONCANACO no cumple con el Pacto". 12 de agosto de 1983. Pág.5.

53. Revista Decisión. Edición Especial. "La Rectoría Estatizadora se Basa en un Estado de Derecho Quebrantado". 1987. Pág. 101.

Durante la celebración del Foro denominado "El Sector Social y el Abasto" en noviembre de 1986, la CTM confirmó que el Sector Social no es "un recurso retórico, ni político o demagógico, sino una realidad de la economía mixta".⁵⁴

Posteriormente el 25 de abril de 1987 el presidente de CONCANACO calificó de "preocupante y riesgoso que se destinen 21 billones de pesos al Sector Social, porque se trata de un sector difuso y abstracto, que no ha sido suficientemente definido y lejos de alentar la actividad empresarial, pretende convertir en empresarios a los sindicatos y no a los trabajadores".⁵⁵

Señaló también que era necesario evitar paternalismos y nuevas formas de dominio, que existiera una verdadera vinculación entre quien hace la empresa, asume el riesgo, la administración y la proyección económica. Pero esto, dijo, es algo que no se cumple con el Sector Social. "La sociedad no gana ni en equilibrio económico ni en equilibrio social con el Sector Social".⁵⁶

Las confrontaciones de carácter político que se han venido suscitando a lo largo del sexenio entre los sectores: Social y privado comercial y gubernamental, la desconfianza mutua ha influido negativamente en la colaboración hacia el impulso del desarrollo del Sector Comercio y en el cumplimiento de los objetivos que se ha propuesto lograr el gobierno a través de la concertación mediante los Factos Solidarios.

54. Centro de Estudios del Trabajo. A.C.. "El Sector Social y el Abasto". Foro. 1986. Pág. 5.

55. UNO MAS UNO. "Preocupante y Riesgoso el Apoyo Económico al Sector Social: CONCANACO. Es un Sector Abstracto y Difuso". 25 de abril de 1987. Pág. 14.

56. Ibidem., Pág. 14.

Planteamientos Generales Respecto a:

3.3.1 Comercialización de Productos Básicos

La intervención gubernamental en la producción y distribución de productos básicos por medio de la red oficial de tiendas comercializadoras que comprende: las tiendas sindicales, las tiendas oficiales y el Sistema DICANSA-Conasupo es calificada como un agresión en contra del sector empresarial comercial privado, según afirmaciones hechas por CONCANACO, pues al realizar tales actividades el gobierno ha adoptado una posición monopolizadora de la actividad comercial, sustituyendo a la iniciativa privada en algo que a ella solo le compete realizar, impidiéndole disfrutar de plena libertad.

"Todas estas acciones emprendidas en el campo de la comercialización oficial tienen fundamentos ideológicos orientados en contra del sector empresarial y en concreto aquellos que desarrollan la función comercial privada."⁵⁷

Desde otro punto de vista, la CONCANACO cuestiona el hecho de que el Estado rebaje su "augusta naturaleza" al realizar actividades que no le son propias; considera que el Estado debe restringirse a ejecutar sólo aquellas funciones que están de acuerdo a su categoría; por lo tanto el Estado es conceptualizado como la entidad encargada de establecer el marco jurídico y social adecuado para el desarrollo de la tarea de los particulares sin obstáculos de ninguna naturaleza, y puesto que el Estado no es dueño de la Economía, no le corresponde ejecutar funciones de comerciante, industrial, agricultor, transportador, ni de abarrotero.⁵⁸

CONCANACO sustenta además, que la función del comercio oficial contiene en su esencia propósitos eminentemente políticos más que sociales, y que finalmente a través de la ejecución de la política para proporcionar productos básicos a precios accesibles a la población, el Estado espera obtener un alto grado de credibilidad y aceptación en otras políticas implantadas en otros campos como en el de la nutrición, control natal, el consumo, en materia de educación general; etc.

57. Revista Decisión. Edición especial. Op. Cit. Pág. 53.

58. El Universal. "Ortodoxia Económica Exige CONANACO". 20 de marzo de 1987.

Uno de los aspectos fundamentales en que la iniciativa privada comercial difiere y ataca al comercio oficial, es que éste último trabaja sobre una base de fijación de precios controlados, lo cual, según su opinión, va en contra de una verdadera regulación del mercado de alimentos, pues estos precios son fijados arbitrariamente sin tomar en cuenta los costos de producción y las condiciones del mercado de alimentos; además, al comercio oficial se le proporciona todo tipo de apoyos, subsidios, exención de pago de impuestos como a cualquier otra empresa.

Estos aspectos son criticables ya que según CONCANACO, el sostenimiento de tales centros comerciales resulta deficitario para la economía, y es la sociedad la que lo financia y no quien recibe un beneficio real; argumentan también que los centros comerciales oficiales expenden sus productos más caros que los expendios privados.

CONCANACO tampoco aprueba el hecho de que algunos mexicanos paguen IVA y otros no.

Los factores anteriormente mencionados, han sido los móviles para que se generara una competencia desleal en el comercio en el comercio de alimentos básicos entre el gobierno y la iniciativa privada comercial, la obtención de bajas utilidades para ésta última, así como la descapitalización de muchos establecimientos que finalmente han quebrado.

Ante tales circunstancias CONCANACO ha demandado a lo largo del sexenio, que el Gobierno Federal les brinde un trato igualitario al que brinda al comercio oficial, porque todos los que están involucrados en el comercio de productos básicos deben tener acceso a los mismos apoyos que ofrece el gobierno, esta es la demanda, no debe haber preferencias; ya que al no poseer los mismos apoyos el comercio privado dice estar en desventaja.

CONCANACO dice que su tarea es buscar y proponer alternativas de solución para "no estorbarse mutuamente, eliminando responsabilidades y áreas" ⁵⁹, sin tener que recurrir a otros mecanismos que solo llevarían al choque o a la división política.

59. CONCANACO. "La Crisis y la Libertad". 1983. Pág. 33.

"El comercio es un sistema integral, en el que participan productores, comerciantes, autoridades y consumidores, la armonía y complementariedad de cada una de las partes, realizando cada una el papel que le corresponde, garantiza el equilibrio. Creemos que ésta es también la fórmula de nuestra economía mixta, equilibrando y no sustituyendo". 60

60. Ibidem., Pág. 32.

3.3.2 Planteamientos Económicos y Políticos

La situación que vive México a partir de 1981 para la CONCANACO presenta características únicas que diferencian período 1983-1987 de los anteriores; en esta etapa hay una fuerte crisis de la economía, que refleja desde su punto de vista el agotamiento del modelo de acumulación, de ahí se desprenden una serie de cuestionamientos y crítica radical al Sistema Político Mexicano, además de realizar un replanteamiento de la actividad del Estado en la economía por una parte, y por la otra, la disputa por el mercado de productos básicos.

CONCANACO es considerada como facción radical dentro de las organizaciones radicales que existen en el país por estudiosos en la materia (Matilde Luna, Rolando Cordera, Ricardo Tirado; etc).

El otro factor determinante que influyó en la conformación de una nueva postura empresarial lo fue la nacionalización de la banca, cuyo significado reflejo para estos empresarios una decisión unilateral que puso en entredicho el poder de veto que ha ejercido la iniciativa privada en México; descontento que se siguió manifestando hasta 1986, cuando el dirigente de la CONCANACO expresó los siguientes con motivo de la celebración de la LXVI Asamblea General Ordinaria, "no se le consulta al sector empresarial las medidas que adoptará (el gobierno), que contrariamente al papel de consultores que deberían ejercer los organismos de empresarios, algunas veces se les mira como oficiales de parte para recibir notificación de decisiones inamovibles".⁶¹

Para los empresarios la nacionalización de la banca fue la manifestación clara de que la intervención estatal está conduciendo al país hacia el socialismo.

Para esta facción radical, hay una relación causal directa entre la intervención estatal y la crisis: a mayor intervención del Estado en la Economía, mayores problemas: inflación, falta de empleo, desequilibrio del sector público, déficit, deuda externa, evaluación de la moneda, falta de estímulos a la inversión.

61. El Universal. Pulso Político, 3 de junio de 1986. Pág. 5.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

La crisis según el diagnóstico realizado por CONCANACO se manifestó en una serie de desórdenes y desequilibrios que a continuación se mencionan.

* "Gasto desordenado de las finanzas públicas.

* Aumento constante del circulante monetario que condujo a tener altos índices inflacionarios.

* Desequilibrio en el sector externo de la economía: periódicas sobrevaluaciones del peso que provocan déficit en la cuenta corriente, caída de las reservas del Banco de México, aumento en la deuda externa y ajustes traumáticos en la paridad del peso.

* Desoren en la asignación de recursos: enormes inversiones en siderurgia, petroquímica y existencia de cuellos de botella en la producción de artículos de consumo necesario (huevo, leche, productos agrícolas que necesariamente se tienen que importar).

* Desequilibrios entre los sectores público y privado debido a que no le corresponde ser comerciante, azucarero, bicicletero, siderúrgico, banquero, hotelero, casero, asegurador; esto aunado al estrangulamiento financiero del sector privado- vía aumentos en el encaje legal- o venta masiva de CETES, que hacen del ahorro el sustento financiero del déficit del sector público.

* Proliferación de paraestatales que aparecieron para sustituir a las empresas privadas, cuyo fracaso se ha debido a precios oficiales, falta de recursos financieros o expropiación".⁶²

Para la CONCANACO la crisis reveló, como ya se mencionó, el agotamiento del modelo de acumulación basado en el papel del Estado comopromotor del desarrollo y en la sustitución de importaciones con estabilidad cambiaria, de ahí que resulte conveniente "acabar con la rectoría inoperante e ineficaz".⁶³

Desde su óptica, la rectoría ha significado: dominio, autoritarismo, control, planificación, centralismo, gravedad de la crisis, por lo cual le asignan el papel que en realidad debe

62. Revista Decisión. Edición Especial. Op. Cit. Pág. 23.

63. Ibidem., Pág. 139.

desempeñar el Estado (procurar las condiciones para la implantación del modelo neoliberal) y a ellos mismos como agentes de cambio.

En 1984 señalaron como condición indispensable para la recuperación de la confianza y la credibilidad del empresariado, el control de la inflación.

El empresariado comercial señala que la acción del gobierno debe estar basada en el principio de subsidiariedad, esto es, actuar en forma complementaria a las acciones realizadas por la iniciativa privada y que participe en aquellas actividades en las cuales los particulares no estén en posibilidades de realizar, pero en forma supletoria o temporal dependiendo de las circunstancias. Son muy claros en señalar que las actividades productivas son tarea exclusiva de los empresarios, porque son los responsables del desarrollo del país.

CONCANACO demanda también el abandono de la política populista por parte del gobierno, por el ejercicio de una racionalidad técnica y la implantación plena de la economía social de mercado. "Una economía no puede vivir de paternalismos que enferman a la sociedad" 64.

El empresariado comercial demanda la aplicación de la racionalidad antipopulista en la toma de decisiones por tal razón el gobierno debe tomar medidas como: poner en venta las empresas paraestatales para reducir su gasto corriente, porque además de ser mal administrador, estas empresas trabajan con pérdidas y se les inyecta vida artificial a través de los subsidios y las empresas que queden en manos del gobierno deben convertirse en eficientes y productivas para que hagan la aportación que requiere el país para el desarrollo.

Detrás de esta demanda, lo que hay en realidad es una gran inconformidad porque no se tomó ninguna medida para eliminar el comercio social, así lo manifestó el dirigente de la CONCANACO, Jorge A Chapa "Nuestro sector no está satisfecho con las soluciones que se han pretendido dar a la estatización de la economía, porque en lo referente a la comercialización la reprivatización ha retrocedido. Durante este sexenio se han dispuesto nuevas y más agresivas fórmulas de comercialización

64. CONCANACO: "La Crisis y la Participación". 1984. Pág. 72.

gubernamental y sindical que rompen la equidad, son injustas y dañan la economía nacional".⁶⁵

Por lo tanto, la propuesta final de CONCANACO como única solución para superar la crisis, consiste en la aplicación de soluciones técnicas o "realismo económico" dentro de un marco de austeridad en el gasto público.

En lo concerniente a los demandas de carácter político, hay una fuerte oposición al presidencialismo debido al "desmedido poder" que posee frente al legislativo y el judicial, porque en un régimen democrático no es concebible tal situación.

Existe plena oposición a la aplicación de criterios políticos en la toma de decisiones; CONCANACO sostiene que el Estado intervencionista conduce necesariamente al país hacia el socialismo, un ejemplo claro de esta amenaza lo representó la estatización de la banca "como piedra angular para constituir el edificio del socialismo".⁶⁶

La Confederación ha exigido la redefinición de la estructura de representación en el terreno social, político y económico que permitiría en primera instancia ampliar sus espacios de participación en la sociedad y para orientar la acción gubernamental de acuerdo a los principios neoliberales; de ahí que devenga su actuación política. Esta tesis se trabaja bajo el supuesto de que la efectiva participación empresarial en la toma de decisiones sin duda alguna es la condición indispensable para que el país logre salir adelante.

En cuanto a la demanda del abandono del populismo, no solo tiene referencia a la intervención del Estado en la economía en términos ideológicos, significa la oposición a la existencia y reconocimiento oficial del Sector Social, puesto que se asocia a la lucha de clases que CONCANACO no reconoce, de ahí que haya habido una sustitución en el manejo de los conceptos, se sustituyeron los términos capitalistas-trabajadores por los de productores-consumidores.

El Sector Social es visto como un apéndice del gobierno y representa el enemigo a vencer, pues venen éste al socialismo

65. UNO MAS UNO. "CONCANACO: No se Avanza en la Reprivatización Comercial". 29 de marzo de 1987. Pág. 15.

66. Revista Decisión. Edición Especial. Op. Cit. Pág. 59.

personificado y la posibilidad de que desarrolle una gran fuerza política que pueda desplazarlos del ámbito político y económico.

Afirman con respecto al Sector Social que "La actual ideología de la CTM está impregnada de estatismo, y más todavía, propone una modificación de fondo, radical, del modelo de desarrollo. Está en busca de un modelo donde el sector privado sea mínimo y la actividad económica esté dominada por el sector estatal y el llamado sector social de la economía".⁶⁷

Lo que preocupa a los empresarios también es la alianza entre el gobierno y las centrales obreras en las negociaciones a las que tiene que enfrentarse.

67. Ibidem., Pág. 40.

3.3.3 Convocatoria a la Acción Política

Una de las intenciones de la iniciativa privada comercial es ampliar sus espacios de participación en la toma de decisiones para realizar la defensa de su existencia y de sus intereses, como ya se mencionó, de ahí que sea necesaria la acción ciudadana de los empresarios por lo cual "hoy el sector privado debe romper el círculo de la dependencia de las decisiones gubernamentales" ⁶⁸, afirmó el presidente de CONCANACO al diario El Universal el 2 de abril de 1987.

La presión ejercida por CONCANACO también tiene la finalidad de propiciar que el gobierno reconsidere su intervención en el sector comercio.

Partiendo de una postura ideológica bien definida, y para la defensa de sus intereses, CONCANACO ha ejecutado una estrategia para presionar al gobierno a cumplir sus demandas. Dicha estrategia ejecutada durante el periodo de estudio se enuncia a continuación:

* Despliegue de una campaña de desprestigio contra el gobierno resaltando una serie de errores y deficiencias del mismo, que condujeron, según esto, finalmente a la agudización de la crisis a partir de 1982.

* Despliegue de una campaña en defensa de la libre empresa.

* La crítica al Sistema Político Mexicano tuvo como objetivo redefinir e influir en la orientación del papel del Estado en la economía.

* Convocatoria a la acción política de los agremiados a la CONCANACO, "Como empresarios, conocemos la responsabilidad que nos corresponde realizar. Hacia el entorno tenemos la grave obligación de modificarlo. necesitamos tener tal peso específico en el medio, que sea posible actuar coactivamente para hacer que las políticas y decisiones jurídicas gubernamentales no nos perjudiquen".⁶⁹

68. El Universal. "Es Nuestro Deber Cambiar Nuestro Entorno Político". 2 de abril de 1987. Pág. 2.

69. La Crisis y la Participación. "Reunión Nacional de Dirigentes de Cámaras de Comercio en Guadalajara, Jal. 26 de enero de 1984". Pág. 89.

- * Impulso a la creación y fortalecimiento de sociedades intermedias que funcionan como contrapeso del gobierno, pero a favor de la iniciativa privada.
- * Amenaza constante de retiro de inversión privada.
- * Discurso condenatorio del populismo y que califica a la burocracia de demagogos, corruptos e ineficientes.
- * La participación empresarial directa en partidos políticos.
- * Formulación de un conjunto de demandas políticas y económicas.
- * Consolidación y crecimiento de las organizaciones que aglutinan a los empresarios.

"Las Cámaras rinden frutos a través del servicios y éste es posible gracias a la unidad que en torno a ellas se produce. Nuestras Cámaras y la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo, constituyen un eje aglutinante, una fuerza centripeta que atrae a los integrantes de nuestro sector, a fin de lograr su movilización en torno a metas de servicio y de desarrollo. De esta suerte, se requiere una unidad activa, participativa y sólida, a partir de la identificación total de unos con otros en las Cámaras".⁷⁰

70. Ibidem., pág. 89.

Confrontación Política Entre el Gobierno Federal y CONCANACO
Durante el Período 1983-1987

Desaparición del Comercio Social: DICONSA-Conasupo, Impulsoraccc del Pequeño Comercio; de la CONASUFO, del Instituto Nacional del Consumidor y de la Procuraduría Federal del Consumidor.

La iniciativa privada comercial aglutinada en la CONCANACO, ha echado mano de todo tipo de argumentos con el fin de presionar al gobierno para que se abstenga de intervenir de manera definitiva en la regulación del mercado y comercialización de productos básicos, como ya se ha señalado.

Si bien el período de estudio de la confrontación se que se suscita entre entre el empresariado comercial y el gobierno en torno al problema señalado comprende el período 1983-1987, es importante destacar que ya desde 1946 esta facción radical del empresariado se oponía a la existencia de la entonces Nacional Distribuidora y Reguladora (antecesora de CONASUFO), por su "evidente pretensión de desplazar al comerciante particular".⁷¹

El ataque actualmente lo ha emprendido so solo contra la CONASUFO, sino concretamente en contra de dos filiales de la paraestatal: Impulsora del Pequeño Comercio (IMPECSA) y Distribuidoras Conasupo y contra otras dos instituciones del sector comercio cuya finalidad es proteger el ingreso familiar: el Instituto Nacional del Consumidor (INCO) y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO).

Los argumentos empleados por los comerciantes organizados a lo largo del período de estudio conservan una línea general de crítica en cuanto a la intervención gubernamental en el sector comercio; sin embargo la agudización de la crisis les brindó aun más elementos a su favor para sustentar sus puntos de vista.

Dentro de los argumentos que no han sufrido variación podemos destacar los siguientes:

* El comercio oficial realiza una competencia desleal frente al comercio privado.

71. Revista Decisión. Edición Especial. "Desde 1945 los Socialistas Amenazan Seriamente la Libre Empresa". Op. Cit. Pág. 20.

- * La actividad comercial le corresponde al sector privado.
- * La CONASUPO no cumple con las funciones para las que fue creada.
- * IMFECSA, INCO y PROFECO no tienen razón de ser puesto que duplican funciones de la Secretaría de Comercio, y el Sistema DICONSA-Conasupo se mantiene de subsidios que le dan vida artificial.
- * Las tiendas DICONSA-Conasupo venden otros artículos que no son de la canasta básica, abandonando (supuestamente) su función reguladora; además hay tiendas oficiales y de DICONSA en lugares donde ya funcionan otros comercios.

Como ya se mencionó, la CONCANACO se valió de la crisis para reforzar sus argumentos. Veamos a continuación el manejo ideológico que se les dio a las demandas.

- * Las tiendas Conasupo son acusadas de ser focos de corrupción, acaparamiento, mala administración y expendedoras de productos de mala calidad.
- * CONASUPO debe desaparecer debido a que en sus bodegas se pudren importantes cantidades de mercancías.
- * Los subsidios empleados para reducir los precios de los productos y sostenimiento de la paraestatal generan déficit, y éste a su vez inflación.
- * En el país faltan recursos, y los pocos que se tienen no deben emplearse para financiar empresas deficitarias.
- * El comercio oficial no puede seguir expandiéndose puesto que, según la CONCANACO dice tener 3.2 establecimientos comerciales abarroteros por cada 1 000 habitantes; porque el comercio privado abastece de artículos de primera necesidad a más del 85% de los consumidores del país, de los cuales 50% de sus comercios están en zonas rurales "dando apoyo a los sectores más aislados".⁷²

Conjuntamente a las afirmaciones de CONCANACO respecto al mal funcionamiento administrativo de las empresas

72. CONCANACO: La Crisis y la Libertad. "LXV Asamblea Ordinaria de CONCANACO en Monterrey, N.L. 23 de mayo de 1983".

* Los recursos que se emplean para CONASUFO se deben canalizar para fomentar la producción y no expandir la red oficial comercial.

Conjuntamente a las afirmaciones de CONCANACO respecto al mal funcionamiento administrativo de las empresas paraestatales, la persistencia de la intervención gubernamental en el sector y la creación de tiendas comerciales gubernamentales o sindicales son vistos como una agresión en contra suya.

La actitud oficial respecto a la postura de la CONCANACO se ha basado esencialmente en desmentir sus afirmaciones, en desenmascarar sus verdaderas intenciones, en rescatar una y otra vez la trascendencia del papel histórico de la CONASUFO en la regulación del mercados de las subsistencias populares y en su persecución por el logro de sus objetivos fundamentalmente sociales, todo esto como una reivindicación revolucionaria.

Sin embargo, el gobierno no ha tenido una actitud tan agresiva como los empresarios comerciales, en algunos momentos su actitud hacia ellos es conciliadora, en otras se justifico ante ellos y la sociedad y en contadas ocasiones asumió actitudes en tono defensivo de la actividad de las instituciones gubernamentales y denunciante de los intereses de estos empresarios.

Algunos de los argumentos que sustentan la legitimidad de la intervención estatal en el sector comercio (desde el punto de vista gubernamental) son los siguientes:

. Los defectos del mecanismo del mercado han propiciado la necesaria intervención reguladora del gobierno.

El Director General de la CONASUFO Ernesto Costemalle, durante el sexenio recalco en varias ocasiones la importancia de la paraestatal para proteger a los sectores de menos recursos economicos, resaltando ademas su importancia para preservar la paz social.

El funcionario tambien declaro en varias ocasiones a la prensa, que el Gobierno no renunciaria a su funcion reguladora, y en respuesta a los ataques del comercio privado en una misma declaracion hecha al diario La Prensa el 27 de septiembre de 1984 dijo: "la existencia evidente de casos de voracidad,

requieren la presencia de tales instituciones".⁷³

Con motivo de la celebración de los 50 años de existencia de la CONASUPO el jefe del Ejecutivo, Lic. Miguel de la Madrid manifestó "Si existe alguna intervención, alguna regulación en el mercado que se justifique plenamente, es aquella que se refiere a la alimentación del pueblo".⁷⁴

Nuevamente con respecto a los ataques de la iniciativa privada comercial, el Director de CONASUPO declaró el 25 de octubre de 1984 al diario UNO MAS UNO lo siguiente: "las voces que impugnan la intervención del Estado en la economía y la participación de CONASUPO en la actividad comercial, por mala fe, ignorancia histórica, se equivocan como lo estuvieron los de su misma estirpe en épocas pasadas. En tanto ellos se enriquecen con sus negocios en nuestro país, acumulando capital y lo depositan en bancos extranjeros, y aun justifican y defienden su actitud públicamente".⁷⁵

Otro argumento que fundamenta la presencia y déficit financiero de las paraestatales del sector comercio es que operan con un criterio denominado de utilidad social, esto es, sus acciones van dirigidas en beneficio de los sectores con menos recursos. El Director General de Planeación y Finanzas de CONASUPO sostuvo en 1986, que la empresa trabajaba con déficit financiero desde siempre, pero que esto no significa que sean pérdidas o producto de la ineficacia, sino tan sólo el traslado de transferencias que recibe el Gobierno Federal para cumplir su función social. Es el Traslado que se realiza a los sectores más afectados por la crisis mediante precios preferenciales de algunos productos básicos.

Otra razón de la existencia del Sistema DICONSA-Conasupo es que "nosotros llegamos a los lugares más apartados en los que en muchas ocasiones ellos no han sido capaces de llegar

73. La Prensa. "El Comercio se Siente Obligado a Atacar a CONASUPO como una Forma de Defender sus Intereses; Costamalle. 27 de septiembre de 1984. Pág. 2.

74. Coordinación de Comunicación Social de CONASUPO. CONASUPO, Cinco Años de Realizaciones. "Facultad Irrenunciable del Estado". 1987. Pág. 56.

75. UNO MAS UNO, "Competencia Desleal, Critica Estéril", 25 de Octubre de 1984. Pág. 1.

eficientemente y que CONASUFO hace evidente con ayuda del Gobierno Federal"⁷⁶ así lo declaró el Lic. Juan Manuel Fasalagua, Subgerente de Comercialización de Distribuidoras CONASUFO, el día 14 de mayo de 1987 al diario El Día.

Con respecto al argumento de que el gobierno a través de las tiendas comerciales oficiales realiza una competencia desleal frente al comercio privado veamos algunas declaraciones de funcionarios públicos.

Ernesto Costemalle, Director de CONASUFO dijo el 27 de abril de 1984 a través del diario La Prensa. "CONASUFO no busca más comercio público o privado, sino mejor comercio. Lo que se busca por parte de la paraestatal es la conciliación y concertación de acciones para que el sector comercial sea más eficiente."⁷⁷

El 5 de noviembre de 1984 declaró a El Excelsior lo siguiente. " Carecen de sentido las afirmaciones de que CONASUFO cumple deslealmente con el comercio privado, en virtud de que toda nuestra estructura de tiendas opera cumpliendo con los mismos requisitos legales, fiscales y laborales, y no tenemos pérdidas en ninguna de las seis Distribuidoras Regionales CONASUFO".⁷⁸

Otro punto de vista con respecto a la supuesta "competencia desleal" lo manifestó el Subgerente de Comercialización de Distribuidoras CONASUFO, Juan Manuel Fasalagua en los siguientes términos. "CONASUFO como institución surgió de la Revolución como un elemento regulador del abasto y le debe lealtad a la sociedad, no a la iniciativa privada".⁷⁹

-
76. El Día. "Defensa de CONASUFO Ante Ataques de Empresarios". 14 de mayo de 1987. Pág. 6.
77. La Prensa. "CONASUFO Cumple con los Mismos Requisitos que el Comercio Privado y no Cumple Deslealmente". 27 de abril de 1984. Pág.3.
78. UNO MAS UNO. "Competencia Desleal, Critica Estéril". 25 de octubre de 1984. Pág. 1.
79. El Día. "Nuestra Obligación es con la Sociedad". 14 de mayo de 1987. Pág.1.

También salio a la defensa de IMFECSA su Director, manifestando que esta empresa concretamente no está siendo subsidiada pues paga impuestos y entra en la competencia para la compra de sus productos. Explico que IMFECSA si ha crecido, en 1980 manejaba un presupuesto de ventas al pequeño comerciante de 900 millones de pesos y al finalizar 1984 este presupuesto se elevó a 60 000 millones de pesos en productos básicos. Esto reveló la respuesta positiva de muchos pequeños comerciantes al trabajo desempeñado por la empresa, y su titular desmintió apoyado en esta información que la empresa sea subsidiada.⁸⁰

En un documento publicado por la Coordinación de Comunicación Social del CONASUFO en 1987 llamado, "66 Preguntas Sobre el Sistema CONASUFO", se menciona que los subsidios que se otorgan a la paraestatal no se destinan para el manejo de las tiendas, sino que se canalizan para programas específicos, para comprar importantes volúmenes de granos básicos, para la construcción de bodegas, centros de acopio, para ampliar y mejorar los programas de compras de cosechas, para almacenamiento y manejo de los productos básicos; en fin, para todos aquellos elementos que permitan la regulación del mercado.

El 13 de junio de 1985 el Director de CONASUFO, declaró al diario El Universal: "quienes señalan que las filiales de CONASUFO funcionan con pérdidas, están equivocados, ya que las empresas en cuestión operan con números negros y eso lo pueden constatar en los dictámenes de estados financieros por auditor independiente nombrado por la Secretaría de la Contraloría General de la Federación, que obran en poder de dicha dependencia...⁸¹

"Pero lo que si le puedo asegurar, sin mentir, porque no acostumbramos mentir, es que las 15 filiales de CONASUFO operan con números negros, con punto de equilibrio, sin necesidad de apoyo fiscal, incluyendo las tiendas".⁸²

-
80. El Universal. "IMFECSA no Trabaja con Pérdidas". 2 de noviembre de 1984. Pág. 10.
81. El Universal. "Falsas las Acusaciones de los Empresarios: Costamalle". 13 de junio de 1985. Pág.2.
82. Ibidem., Pág.2.

Continuemos con algunas respuestas oficiales al ataque de la CONCANACD.

En la misma entrevista con respecto a este punto, Costemalle dijo: "lamentablemente por razones de tipo político, ideológico, algunas personas del sector privado distorsionan comentarios y declaraciones al grado de afirmar cosas que son totalmente falsas. También recurren a argumentos erróneos para llevar a la opinión pública a decisiones de tipo político electoral, así como para debilitar una imagen y para convencer a algunos elementos de la población de que se requiere un cambio de actitud, de estructura o de política en nuestro país.

Ellos encauzan un reclamo de tipo personal y no en pocas ocasiones encubren intereses personales, haciéndolos verse como si fueran problemas nacionales".⁸³

El Diputado Alejandro Posadas, Presidente de la Comisión de Comercio de la Cámara de Diputados (26 de septiembre de 1984) aseguró "que quienes critican a la CONASUFO, pretenden que desaparezca para ser dueños totalmente del mercado y fijar precios a su libre albedrío".⁸⁴

En el Ciclo sobre Rectoría del Estado organizado por el IEPES del PRI en julio de 1987, se reiteró que CONASUFO sigue siendo la mejor alternativa para el abasto y regulación de productos básicos, así como la responsable del desarrollo rural integral, como brazo ejecutor del sector público y que es "el instrumento de mayor significación para conferir a la política económica un claro sentido de justicia social".⁸⁵

83. Ibidem., Pág.2.

84. El Universal. "Intereses Particulares Atacan la Función Reguladora del Estado". 28 de mayo de 1987. Pág. 3.

85. IEPES. Ciclo "Rectoría del Estado". 1987. Pág. 9.

No es objeto de la presente exposición, rebatir cada una de las tesis sustentadas por la CONCANACO con respecto a la desaparición del Sistema CONASUPO, del Instituto Nacional del Consumidor y la Procuraduría Federal del Consumidor; mas bien es el demostrar que la CONCANACO a través de la crítica radical a estas instituciones y aún del propio gobierno como administrador, realizan la defensa de los intereses de unos cuantos empresarios inclusive dentro de la misma Confederación, pues su fin es consolidar el predominio de los monopolios comerciales y así poder apropiarse del mercado de alimentos e imponer y manejar las leyes de la oferta y la demanda de acuerdo a sus intereses.

Por otra parte, es importante destacar la fuerte influencia de las demandas empresariales en la toma de decisiones gubernamentales con respecto a la austeridad en las finanzas públicas y la contracción de la intervención gubernamental en el ámbito económico del país.

Dicha medida se reflejó en el cambio estructural a que fue sometida la CONASUPO a partir de 1983, para redefinir rumbos y acciones. El recorte presupuestal de la empresa será por lo tanto, una limitante para cumplir cabalmente con todos sus compromisos sociales.

Uno de los puntos de confrontación permanente, ha sido la supuesta competencia desleal del comercio realizado por la cadena de tiendas DICONSA-Conasupo frente al comercio privado. El Sistema DICONSA-Conasupo no representa ninguna competencia desleal para el comercio privado puesto que el monto total de su participación global en el mercado es del 5%, mientras que si observamos el 4.5% del Gran Comercio realiza el 75% de las ventas totales; pero hasta esa mínima parte de comercialización destinada a la población de escasos recursos les molesta a los empresarios comerciantes, además aun en tiempo de crisis no han hecho ningún esfuerzo digno de reconocimiento para reducir sus altos márgenes de ganancias.

Cabe destacar la concertación que tuvo lugar entre comerciantes e industriales convocada por el líder de la CONCANACO Nicolás Madahuar en 1985, la cual dio lugar a un programa de ofertas denominado "Respaldo al Gasto" que tuvo vigencia del 25 de agosto al 9 de septiembre de 1985 en 26 estados de la República.

El objetivo del programa fue "apoyar el consumo en un momento de crisis", Madahuar recalcó que este esfuerzo lo

realizaban sin haber recibido apoyos de ninguna clase, que simplemente fue un acto de buena fe.⁸⁶

En la concertación participaron 23 empresas comerciales e industriales; entre las empresas comerciales se encontraban: de Todo, Blanco, Aurrera, Mercados Real del Futurama, Comercial mexicana, Soriana, Casa Ley, El Sardinero y Super Maz.

Empresas industriales participantes en el programa: Colgate Palmolive, Continental de Alimentos, Derivados del Maíz Alimenticios (MASECA), Empacadora de frutas y jugos (JUMEX), Formex Ybarra, Conservas la Costeña, Distribuidora la Torre, Empacadora la Merced, Gamsa Comercial III, Herdez, Productos del Monte; etc.

El paquete constó de 52 productos con descuento hasta del 25 por ciento. Sin embargo, aunque los productos que se ofrecieron no eran precisamente de la canasta básica fue el único intento por apoyar el consumo durante el sexenio de manera más organizada.

Esta acción por parte de la iniciativa privada tanto comercial como industrial, demostró que ambas tienen posibilidades de mantener precios bajos y puesto que los salarios no han subido en la misma proporción que los precios, el esfuerzo no sólo debió realizarse por unos cuantos días, sino conservar márgenes de ganancias razonables permanentemente.

La concertación demostró también la capacidad de organización de la iniciativa privada por sí misma, sin que se decidiera a cooperar conjuntamente con el gobierno no sólo para efectuar la comercialización de alimentos básicos a precios accesibles, sino inclusive para resolver los problemas existentes en el sector comercial, que de ser así ya se habría avanzado bastante a estas alturas y no se estaría estancado en confrontaciones políticas que lesionan más la economía familiar de millones de personas y que por el contrario, se está dejando el campo libre a todos aquellos que aprovechándose de la situación se enriquecen día con día a costa de la distorsión padecida en el aparato comercial.

86. Excelsior. "Programa Respaldo para su Gasto". 23 de agosto de 1985. Pág. 5.

La acción emprendida por los empresarios comerciantes demostró la buena parte de responsabilidad que tienen en el proceso inflacionario y que han negado una y otra vez.

Otro aspecto sobre el que ha insistido CONCANACO por el cual debe desaparecer la CONASUPO es porque no es eficaz. Los indicadores sobre los cuales se ha medido la eficacia de la paraestatal no son los mismos que ellos emplean (pérdidas-ganancias); su eficacia se ha medido por la contención del avance oligopólico en contra del pequeño comercio y de la población marginada en zonas urbanas y rurales, por lo que ha logrado con respecto a que no halla escasez de alimentos, su ocultamiento o su encarecimiento.

Precisamente esa acción reguladora es la que no les ha permitido controlar la totalidad del mercado de alimentos de acuerdo a sus intereses, por eso hay que eliminarla, denunciando ante la sociedad que no funciona, la corrupción dentro de la paraestatal y declarando inclusive cosas falsas como el hecho de que el comercio privado atiende en zonas rurales a través del pequeño comercio -el cual ni siquiera es objeto de su atención- lo cierto, es que no prestan servicio en ninguna parte que no les garantice la obtención de ganancias atractivas.

Desde otro enfoque la información oficial manejada en cuanto a la eficiencia de la paraestatal deja mucho que desear, en el sentido de que los beneficios logrados en el aspecto social confrontados con los que ha recibido la industria nacional, la industria transnacional y el comercio vía subsidios han sido mucho mayores.

La población atendida por la CONASUPO y sus filiales es muy reducida, si recordamos los datos oficiales proporcionados por la Coordinación de Comunicación Social de CONASUPO en 1987 se trataba de 80 millones de mexicanos los que constituían la población rural y urbana marginada objetivo de la política social, si observamos que la filial Leche Industrializada Conasupo (LICONSA), dotó en ese mismo año a 1, 576 mil familias por medio de 1 165 lecherías ubicadas en algunos estados de la República como: el Distrito Federal y parte del Estado de México, Guadalajara, Monterrey, Durango y Municipios aledaños, así que falta mucho por hacer.

En cuanto a comercialización social realizada por las tiendas DICONSA-Conasupo, tomando en cuenta que 14 mil tiendas se encuentran prestando servicio en zonas rurales, son aun

insuficientes ante tanta necesidad que hay en el país. Rolando Cordera y Carlos Tello en su libro *La Disputa por la Nación*, señalan que más de 20 millones de personas viven en localidades de menos de 2 500 habitantes a lo largo del territorio nacional; este hecho representa un reto, pues señalan que esa gente vive en condiciones de miseria, de aislamiento y brutal caciquismo. Es decir, se requiere de mecanismos que permitan llevar a esas zonas el desarrollo y la atención requerida en materia de abasto de productos básicos.

El peso de la crisis provocó (muy acorde con la demanda de CONCANACO) como medida necesaria, la austeridad en las finanzas públicas. De acuerdo con esta política general del Gobierno Federal, la CONASUPO emprendió un cambio estructural como única alternativa ante el recorte presupuestal.

El cambio estructural tenía como objetivo sanear las finanzas de la empresa en primera instancia, pero desde luego este factor repercutirá en los alcances de los programas sociales sobre todo. El reto es hacer más con menos, en una sociedad que día con día va no precisamente en condiciones de prosperidad y que reclama atención y ante un sector comercial distorsionado por la existencia de numerosos problemas que no han podido ser superados.

Así, la reducción del presupuesto otorgado a CONASUPO incidió en los siguientes rubros a partir de 1983: racionalización o eliminación de subsidios tanto al consumo directo (exceptuando tortilla y leche) como el otorgado a la industria procesadora de alimentos; cancelación de programas "no Prioritarios" y por lo tanto supuestamente innecesarios para las funciones de regulación que realiza la empresa; capitalizar las empresas filiales, mantener el equilibrio financiero. Veamos el punto de vista de CONCANACO con respecto a este último punto.

"No se puede pensar en una economía moderna, en tanto existan métodos de operación que dependan de la protección o los subsidios del Gobierno. El primer requisito para la modernización es el criterio de autosuficiencia en la operación, tanto en beneficio de la rentabilidad de las empresas, como en cuanto al servicio que presta a los consumidores." 87

87. CONCANACO. *La Crisis y la Libertad*. "Palabras Pronunciadas por el Líder de la CONCANACO Lic. Gocochea Luna en el Club Rotario de Vallejo". 4 de abril de 1984. Pág. 2.

Otro aspecto de la reducción del presupuesto, es que la empresa tenga menor participación en las compras nacionales y de importación, dando así mayor libertad a las fuerzas del mercado proccpiando por lo tanto, mayor intervención del sector privado en la comercialización agropepecuaria.

"El desarrollo requiere de un sector privado capaz de impulsar los grandes proyectos economicos, en condiciones de competencia y eficiencia capaz de incorporar nuevas tecnologías y dispuesto a asumir los riesgos de su propia actividad; un sector privado con un verdadero espíritu de empresa que sepa reconocer y adaptar su actividad a las nuevas condiciones de los mercados y que pueda impulsar el desarrollo y la integración de nuevas áreas".⁸⁸

A nivel administrativo se pretende modernizar sistemas y procedimientos, y reducir gastos de operación; además continuar con la descentralización principalmente de funciones decisorias.

Es definitivo el hecho de que la contracción del gasto influirá negativamente en los alcances de las metas trazadas sobre todo de las de índole social, dando pauta a que crezca la participación privada en el abasto. Lo peor del caso es que conociendo sus criterios no pueden esperarse actitudes en beneficio de la sociedad marginada.

Pasando a otro aspecto de la polémica entre la CONCANACO y el Gobierno, la Confederación tiene una visión parcial tanto del conjunto de problemas que existen en la estructura comercial de alimentos, como a nivel político de lo que representa la intervención gubernamental en el sector comercio.

Señala Nora Hamilton en su libro Los Límites de la Relativa Autonomía del Estado que "El Estado destruiría las bases de su propia existencia si no interviniese, para garantizar las condiciones mínimas para la reproducción de la fuerza de trabajo"⁸⁹. Esto es, a través de instituciones como CONASUPO y sus empresas filiales, del Instituto Nacional del Consumidor y de la Procuraduría Federal del Consumidor el Gobierno proporciona bienes socialmente necesarios, en este caso alimentos básicos, protección y orientación al consumidor para garantizar un clima de estabilidad social.

88. Plan Nacional de Desarrollo. Op. Cit., Pág. 149.

89. Hamilton Nora. México: "Los Límites de la Autonomía del Estado".1983. Pág.19.

También señala la autora "concesiones siquiera parciales u ocasionales a aquellos grupos, son también necesarias si el Estado quiere conservar cierta legitimidad".⁹⁹

Si existiendo tales instituciones, se presenta una larga cadena de intermediación comercial (intermediario, comprador regional, comisionista representante, bodeguero que viaja a la zona de producción, coyote, comisionista,), ocultamiento y especulación con los alimentos; si desaparecieran las empresas públicas, se dañaría aun más la economía familiar de por sí ya tan deteriorada.

Desde otro punto de vista, tal demanda representa un atentado contra la estabilidad social, a la que ha contribuido de manera determinante CONASUFO (según la óptica oficial).

Veamos ahora cual es la situación que prevalece al interior de la CONCANACO.

Existen aproximadamente 5 millones de comerciantes en pequeño en toda la República Mexicana aproximadamente, los cuales están obligados a afiliarse y pagar cuotas a la Confederación (artículos 5 y 6 de la Ley de Cámaras de Comercio), estén de acuerdo o no de la manera como se les representa y defiende sus intereses. Lo que en realidad sucede, es que no son atendidos por la Confederación pues solo defiende los intereses del Gran y Mediano Comercio, por tal motivo el pequeño comercio continúa padeciendo añejos problemas como: la falta de abastecerse de mercancías, y si desea hacerlo tiene que someterse a las condiciones que le impone el intermediarismo o los intereses de los productores; tiene equipos y locales inadecuados; sus métodos de operación son ineficientes y generalmente son negocios de familia que son su medio de subsistencia.

Todos estos elementos influyeron para poner en gran desventaja ante las cadenas comerciales o tiendas de descuento y en los precios de venta a los pequeños comerciantes.

Debido a esta situación el Ejecutivo decretó la creación de Impulsora del Pequeño Comercio como otro mecanismo para afianzar la regulación del mercado, erradicar la intermediación, la especulación y poner al alcance de la población de menores recursos productos básicos.

90. Ibidem., Pág. 20.

En 1987 IMPECSA atendió 120 mil detallistas, a 6 mil 600 grupos organizados de consumidores.⁹¹

Por lo visto la CONCANACO no tiene fundamentos para demandar la desaparición de IMPECSA, además si nunca se ha ocupado de apoyar al pequeño comercio, con qué bases se opone a que lo haga el gobierno.

91. CONASUFO, "Cinco Años de Realizaciones". Op. Cit., Pág. 54.

Subsidios al Consumo

La demanda hecha por la CONCANACO respecto a la eliminación de los subsidios a las empresas paraestatales y al consumo directo, se acentuó como consecuencia de la agudización de la crisis, del enorme endeudamiento externo del Gobierno Mexicano y de la CONASUFO (deuda que fue absorbida por el Gobierno Federal en 1984).

Los empresarios aglutinados en la CONCANACO basados en los puntos anteriores, señalaron que no se justificaba la distracción de los escasos recursos con que cuenta el país cuando hay tantas necesidades que el Estado debe satisfacer. Por tal razón, la eliminación de los subsidios es la condición indispensable para reducir el gasto corriente del Gobierno. Para estos empresarios existe una relación directa entre el gasto público y la inflación.

Veamos a continuación otros planteamientos de la Confederación respecto a la eliminación de los subsidios.

"No puede existir orden económico cuando se trabaja bajo la tesis de que es posible comprar caro para vender barato. Afirmar que el Estado puede tomar la riqueza pública para repartir mejor el ingreso a través de subsidios que conciliarían así el estímulo a la producción y una reducción de los precios, es admitir que la riqueza pública se traduce en pobreza pública, cuando estalla la crisis inflacionaria o devaluatoria, que es el saldo final de ese proceso".⁷²

"El subsidio no es la solución de fondo de los problemas alimenticios del país, por los cual deben ir eliminando medidas populistas del pasado que cada vez serán menos necesarias a medida que se de la recuperación económica".⁷³

72. CONCANACO. "La Crisis y la Participación". Op. Cit..

Pág. 73.

73. El Financiero. "CONCANACO Demanda la Eliminación de Subsidios". 7 de octubre de 1984. Pág. 6.

"Los subsidios deben ser eliminados en apego a un realismo económico, la solución a nuestros problemas es la austeridad en las finanzas gubernamentales, lo cual es necesario para mantener en un cauce de equilibrio la economía".⁹⁴

Por lo visto al empresariado comercial en primer lugar no le interesa la población de bajos ingresos a la cual van dirigidos los subsidios a través del consumo de ciertos alimentos, y en segundo lugar no ha tomado en cuenta que gran parte de esos "subsidios injustificados", la CONASUPO los desviaba en un 60 por ciento desde hace mucho tiempo para beneficiar a empresas privadas, lo que en parte contribuyó al alto nivel del endeudamiento de esta empresa.

La CONASUPO abastecía de alimentos y materias primas de importación a 504 empresas del sector privado, entre las que destacan seis empresas transnacionales: Purina, Anderson Clayton, Maseca, Hacienda y Malta, que incrementaban sus utilidades a costa de las finanzas de CONASUPO.⁹⁵

La participación de CONASUPO como subsidiaria se daba en los siguientes términos:

1.- Abasto de materia prima a la industria que elaboraba productos básicos para la alimentación (tortilla, aceite, pan, pastas...) y la que se canalizaba hacia la elaboración de alimentos para el consumo animal.

2.- CONASUPO monopolizaba la importación de insumos que proporcionaba a empresas transnacionales como: sorgo, soya y trigo a precios inferiores que en el mercado libre. Mediante su actividad intermediaria entre los proveedores extranjeros y las empresas del sector privado, la CONASUPO absorbía los gastos de almacenamiento, fletes, mermas, tiempos, intereses, transportes.

94. El Nacional. "Los Subsidios Deben Ser Eliminados: CONCANACO". 2 de junio de 1985. Pág. 29.

95. Véase: El Financiero. "CONASUPO Reducirá Sustancialmente Subsidios a Empresas Privadas, Entre Ellas Transnacionales". 21 de febrero de 1985.
 UNO MAS UNO. "Desviaba la CONASUPO 60% de su Gasto para Importar Materias Primas de Grupos Privados". 3 de enero de 1985. Pág. 1.
 El Financiero. "CONASUPO principal abastecedor de Insumos Importados para Empresas Transnacionales". 2 de enero de 1985. Pág. 20.

3.- Apoyo a la pequeña y mediana industria del sector privado.

4.- Proporcionaba insumos a las fábricas incorporadas al Sistema Conasupo, dedicadas a la producción de maíz y trigo industrializados, leche en todas sus presentaciones, pan, aceite comestible y derivados, todos ellos regidos en su venta por precios oficiales.

No fue sino hasta 1983 cuando las autoridades reconocieron que CONASUFO se había desviado de sus objetivos originales, por lo cual se reorientarían sus acciones para adecuarlas conforme a los cambios estructurales ordenados por el presidente Miguel de la Madrid para entrar en una economía de precios reales.

También se reconoció que las erogaciones de la CONASUFO por concepto de subsidios habían pasado a incrementar las utilidades de las empresas privadas y que también estaban beneficiando a la población de altos ingresos, más que ayudar el nivel de vida de las clases populares.

"Los subsidios se aplican indiscriminadamente, y su monto, en continuo aumento, gravitaba sobre las finanzas públicas. En tiempos de crisis y con una austeridad obligada, el cambio se imponía".⁹⁶

La racionalización y eliminación de subsidios fueron una de las políticas dentro del cambio estructural de la empresa paraestatal.

Esta política aunque pretendía sanear las finanzas de la CONASUFO, la intención inicial era eliminar todos los subsidios que se otorgaban al consumo, aunque se dejara de atender a la población más necesitada y los niveles de alimentación descendieran. Estas acciones por el contrario, permitirán que la iniciativa privada tome para sí la regulación y el abasto de productos básicos paulatinamente.

96. Conasupo. Cinco Años de Realizaciones. 1987. Op. Cit.
Pág. 13.

Política de Control de Precios de Productos Básicos

La demanda de que sean las leyes de la oferta y la demanda las que regulen el mercado, ha sido a los largo del sexenio la posición de los comerciantes y productores de básicos.

Todos los sectores del empresariado han planteado la demanda de crear las condiciones para que eliminando los controles, las ganancias que obtengan se den a partir de expectativas inflacionarias, más que a partir de precios reales de producción.

Los controles de precios desde el punto de vista de la CONCANACO es visto como una política populista, adoptada por el gobierno con la finalidad de encontrar aceptación en la población, pero que en realidad ocasiona graves perjuicios como: el de ser el principal obstáculo de la recuperación de México; ocasiona déficit a la industria⁹⁷; etc. Debido a esto los empresarios comerciantes han demandado durante el sexenio 82-88 la liberación del control de precios de todo tipo de bienes incluyendo como ya se mencionó. los comprendidos en la canasta básica de consumo popular en los siguientes términos:

"El gobierno debe reducir los indeseables y funestos controles de precios, para propiciar estímulo a la producción, aunque la disminución o desaparición de dichos controles lo hagan impopular".⁹⁸

Los argumentos manifestados por la CONCANACO para lograr la liberación de los precios de los productos básicos son:

* Los controles de precios perjudican la distribución precisamente en las zonas más aisladas y distantes, que hacen incoasteables las operaciones y provocan la concentración.

97. El Universal. "Insiste CONCANACO que Acabe el Control Oficial". 12 de octubre de 1984. Pág. 1.

98. La Jornada. "CONCANACO: El Gobierno debe Reducir el Funesto Control de Precios". 20 de febrero de 1985. Pág. 6.

* Descapitaliza al productor, disminuye su producción y genera problemas de abasto, restringe la oferta disponible para el consumo, desestimula la producción, impide precios reales y reduce sus ángulos de ganancia.⁹⁹

* El control de precios es contradictorio en su propia esencia, pues al limitarse solo a unos cuantos bienes y servicios, no puede funcionar satisfactoriamente en una economía de mercado, ya que "la libre competencia es la mejor reguladora de los precios".¹⁰⁰

* "El desabasto de productos básicos registrado en algunos estados en 1986 se debió a la carencia de precios reales que desestimuló la producción. El desabasto es del 59.2% en las ciudades de Cnetumal, Quintana Roo y Guadalajara, y llega al 55.6% en Hermosillo, en tanto que en las ciudades de Saltillo, Coahuila, Matamoros y Culiacán dicho índice fluctuó entre el 44.5% y el 44.75%".¹⁰¹

* "El control de precios provoca el crecimiento de los subsidios, esto es un engaño, ya que se ofrecen bienes y servicios con un valor reducido que solo es posible reducirlos con la desviación de abundantes recursos en deterioro del erario publico".¹⁰²

* Otro argumento en el cual hacen énfasis es en el hecho de que los precios de los productos sujetos a control han subido más que los libres, por lo tanto desde este punto de vista, no han servido para frenar la inflación.¹⁰³

99. La Jornada. "Liberar Precios de Básicos Pide CONCANACO". 17 de agosto de 1986. Pág.1.

100. El Universal. "El Control de Precios Distorsiona la Economía: CONCANACO". 26 de mayo de 1986. Pág.2.

101. El Universal. "Desestimula la Producción la Carencia de Precios Reales: Nicolás Madáhuar" 4 de marzo de 1986. Pág. 3.

102. Revista Expansión. "El Descontrol de Precios". Pág. 8.

103. Ibidem., Pág. 12.

INDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (INPC)

Meses	1984		1985	
	INPC General	Indice Artículos Controlados	INPC General	Indice Artículos Controlados
Enero	814.8	803.1	1,309.8	1,395.8
Feb.	857.8	847.1	1,364.2	1,455.1
Marzo	894.5	884.8	1,417.2	1,501.9
Abril	932.2	945.9	1,460.7	1,528.1
Mayo	964.1	989.9	1,495.3	1,552.3
Junio	999.0	1,028.1	1,532.8	1,576.2
Julio	1,031.8	1,056.6	1,586.2	1,611.3
Ago.	1,061.1	1,065.4	1,655.5	1,662.5
Sept.	1,092.7	1,098.8	1,727.6	1,711.7
Oct.	1,130.7	1,152.3	1,757.0	1,775.0
Nov.	1,167.7	1,192.9	1,869.5	1,948.7
Dic.	1,219.4	1,154.7	1,996.7	2,020.2

Meses	1986	
	INPC General	Indice Artículos Controlados
Enero	2,172.3	2,243.5
Feb.	2,269.9	2,364.7
Marzo	2,775.4	2,482.9
Abril	2,499.4	2,629.4
Mayo	2,638.3	2,781.9
Junio	2,947.7	3,122.4
Julio	3,182.7	3,387.8
Ago.	3,372.7	3,614.8
Sept.	3,566.5	3,849.8
Oct.	3,566.5	3,849.6
Nov.	3,807.6	4,150.1
Dic.	4,108.2	4,502.9

FUENTE: BANCO DE MEXICO
BASE 1978=100

Los datos fueron obtenidos de la Revista Expansión, Edición Especial 1987, Pág. 83.

Las consecuencias de una política regulatoria que enfatizó el sistemático y permanente de controles directos sobre las esferas de economía, son patentes en el alza superior de los controles de precios comparación con el salario. Cifras de 1982 a 1987 demuestran que mientras el

salario se incrementa en 1076%, los precios de huevo suben en 1823%, la tortilla en 2150%, un poco mas el de la gasolina y 471% el del gas butano.

Se ha logrado que el indice de precios de la Canasta Basica fuera inferior al de los precios controlados pero no necesariamente (segun Federico Esteves, investigador del ITAM), al de los precios no controlados. Lo que manifiesta una sobreregulación de la economía que impide la generacion de empleos y una verdadera y correcta politica regulatoria

El comercio organizado nunca ha reconocido la parte de responsabilidad que ha tenido en el incremento de los precios ¹⁰⁴, sino por el contrario, dice que con sus promociones y ofertas ayudan al consumidor bajando precios y ayudando al productor acelerando el consumo, evitando el estancamiento de la producción, manteniendo el empleo, es decir, se consideran la pieza clave gracias a la cual funciona la economía.

Veamos a continuación cual ha sido la posición estatal con respecto al control de precios en México, así como la respuesta que dió a las demandas empresariales al respecto.

La política gubernamental responde a las presiones ejercidas por los diferentes grupos sociales, su tarea consiste en guardar la proporción entre salarios y ganancias, los límites para reducir a través de la política de precios los salarios o las ganancias, dependen de la capacidad del Estado para controlar el conflicto social.

Sin embargo, ya hemos observado que mientras los precios han ido en constante ascenso, el salario no lo ha hecho al mismo ritmo, que las grandes empresas comerciales e industriales inclusive han incrementado sus utilidades mientras que para la población más necesitada visto ha ido disminuyendo su nivel de vida debido a la pérdida del poder adquisitivo.

La política de precios durante el periodo 83-87 con respecto al objetivo de proteger el poder adquisitivo de la población que se había propuesto el régimen delamedrilista, desde el inicio presentó graves fallas, situación que colocó al gobierno mexicano en una postura contradictoria y de falta de credibilidad por parte de la ciudadanía por consecuencia.

La política de control de precios se instrumentó mediante tres modalidades:

- Control Máximo o Control Rígido. Este control tiene como objetivo alentar la producción y a la vez proteger al consumidor, ya que básicamente comprende productos de consumo generalizado, para mantener esta relación el gobierno recurre a una política de subsidio.

104. Excelsior. "Los Comerciantes Privados no Somos un Cáncer para la Economía Nacional", 27 de noviembre de 1984. Pág. 4.

- Fijación de Precios por Variación de Costo o Control Flexible. En esta modalidad se encuentran los productos básicos no alimentarios, bienes de consumo duradero, bienes intermedios y unos cuantos bienes de capital. Los precios de los productos bajo Control Flexible se ajustan en la medida en que su costo total ha sufrido un incremento.

- Otra modalidad de precios es el Registro de Precios, el cual permite evaluar el comportamiento de los productos susceptibles a incorporarse a alguna de las variantes anteriores.

El Gobierno de De la Madrid se comprometió a mantener y aplicar el control de precios en los bienes y servicios básicos para garantizar el acceso a las mayorías, así como combatir los abusos y maniobras especulativas durante su mandato.¹⁰⁵

El Secretario de Comercio y Fomento Industrial, señaló que sería esta dependencia la encargada de procurar el control de precios, que continuaría existiendo, poniendo atención especial a los productos básicos.

Sin embargo, agregó que los precios se ajustarían gradualmente de acuerdo con los incrementos de sus costos de producción y a la rentabilidad razonable para el productor, recalcando que esto lo haría la Secretaría para que la producción no fuera afectada por la incosteabilidad.¹⁰⁶

Esta afirmación es una justificación para autorizar aumento a los productos básicos, incrementos que se dieron en forma continua y que no fueron acordados con el principio de una ganancia justa para el productor y sobre todo para el comerciante, ni de acuerdo a los incrementos salariales.

Durante 1984 el precio del arroz se incrementó en un 50%, el frijol en 40% y el huevo en 41%; incrementos que limitaban aun más la posibilidad de satisfacer las necesidades alimentarias de las clases populares.¹⁰⁷

105. La Frensa. "Se Mantendrá el Control de Precios". 7 de septiembre de 1983. Pág. 1V.

106. Excelsior. "Se Fortalecerá y Aplicará Estrictamente el Control de Precios, Asegura SECOFIN", 2 de febrero de 1983. Pág.5

107. El Día. ¿Precios Controlados... ¿Cuales?. 17 de octubre de 1984. Pág. 5

"Se supone que una buena aplicación de la política de control de precios, sería la que restreara los costos de los insumos de los productos hasta que lleguen al consumidor final. Pero cuando se deja que los comerciantes aumenten los precios en la misma proporción en que aumentan los salarios o gasolina, como si de por sí cada uno de estos elementos equivaliera al 100 por ciento del costo del productos, hay pocos indicios de que esto se lleve a cabo".¹⁰⁸

La política de control de precios ha sido muy criticada porque la realidad ha mostrado que hay una disociación entre los precios oficiales de los productos y los precios reales a que se expenden las mercancías, y porque no ha evitado que los precios suban, mientras que los salarios no lo han hecho al mismo ritmo.

Otro factor que influye en el fracaso de la aplicación del control de precios, ha sido el hecho de que las autoridades a pesar de que sostiene la conveniencia de que continúe el control de precios para protección de las clases populares, no han sido capaces de hacer respetar las disposiciones oficiales en materia de control de precios por los comerciantes.

El 20 de abril de 1984 el Presidente de la Asociación Nacional de Estudios para la Defensa del Consumidor hizo la siguiente declaración: "Desde hace unos cinco años que las Tiendas CONASUPO, del Departamento del Distrito Federal, del ISSSTE y otras del sector público ya no han mantenido en el mismo nivel los beneficios que antes daban.

Otro cambio fundamental -agregó- es que hasta hace algunos años las autoridades meditaban mucho, hacían serios estudios antes de autorizar alguna alza en los precios; sin embargo ahora los aumentos se da en cascada, e incluso la autoridad ya ni siquiera se toma la molestia de boletinar a los medios de información dichos aumentos, los consumidores se enteran al llegar al comercio y ven como se va deteriorando su poder adquisitivo."¹⁰⁹

108. UNO MAS UNO. "Inútil y Obsoleto el Control de Precios por SECOFI". 10 de enero de 1985. Pág. 7.

109. UNO MAS UNO. "Las Autoridades facilitan que se den los Incrementos en los Precios". 20 de abril de 1984. Pág. 14.

 DIVORCIO ENTRE EL PRECIO REAL Y OFICIAL DE LA CANASTA SUPERBASICA

PRODUCTO	ENERO DE 1984			FEBRERO DE 1985		
	Oficial	Real	Diferencia	Oficial	Real	Diferencia
	\$	\$	%	\$	\$	%
Aceite Vegetal	123.00	123.00	0.0	249.00	149.40	-60.2
Arroz	89.00	89.25	11.6	120.00	126.74	5.8
Azúcar	43.00	43.10	0.2	73.00	73.00	0.0
Frijol	32.00	32.14	0.4	63.00	71.15	12.9
Galletas de Animales	89.00	88.00	-10.0	185.00	171.45	-7.3
Harina de Trigo	45.50	46.08	1.3	92.00	92.00	0.0
Huevo	100.00	102.00	2.0	198.00	198.00	0.0
Leche Past. Pref.	38.00	48.00	26.3	70.00	79.10	13.0
Pan Blanco	28.60	28.60	0.0	71.00	71.00	0.0
Pasta Alimenticia	67.00	83.00	23.9	155.00	140.85	-9.12
Pescado (cazon)	116.50	430.00	269.1	300.00	575.00	91.7
Tortilla	15.50	15.50	0.0	32.00	32.00	0.0
Carne (pulpa)	320.00	446.67	39.6	900.00	116.59	-24.1
Sal Refinada	18.40	18.91	2.5	32.00	32.45	1.5
Chiles Serranos	114.76	112.23	-1.9	199.49	203.26	1.9
Manteca Vegetal	123.86	124.40	1.1	249.00	249.00	0.0
	1345.86	1880.98	360%	2788.49	2481.23	-165%

FUENTE: Salario Mínimo y Canasta Basica. Pág. 64.

Solo aparecen 16 de los 19 productos de la canasta "superbásica", porque solamente de ellos se obtuvieron datos.

La unidad de medida es 1 kilo o 1 litro.

En el cuadro aparecen 16 de los 19 productos de la canasta básica, el precio real de los 14 productos fue superior al oficial.

Considerando su comportamiento en ambos periodos, se tiene que el precio del pescado es el que más se separa del oficial (761%), siguiéndole la carne (63%), la leche (29%), el arroz (17%) y el frijol (13%).

En conjunto el precio real de los 16 productos se divorcia del oficial en un 50% durante enero de 1984, y en un 165% en febrero de 1985.

A unos cuantos días de iniciado el régimen de De la Madrid, el 4 de enero de 1983, el Secretario de Comercio y Fomento Industrial dió a conocer que quedaban excluidos 4 mil 700 productos del régimen de control de precios, explicó que los precios de dichos artículos estarían determinados por el libre juego de la oferta y la demanda; solamente 300 productos quedarían dentro del esquema de control de precios.

El día 5 del mismo mes, la SECOFIN publicó en los diferentes diarios la lista de productos sujetos a control oficial, conforme al Decreto Presidencial publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 1982.¹¹⁰

a) "Artículos Alimenticios de Consumo Generalizado, comprendía fundamentalmente aquellos productos incluidos en el Paquete Básico de Consumo Popular, pero se agregaban los siguientes: agua purificada, alimentos preparados para niños, chocolate en polvo, avena, pan de caja y refrescos en envase de cualquier naturaleza.

b) Materias Primas Esenciales para la Actividad de la Industria Nacional; incluía productos Petroquímicos Primarios (acetaldehído, ácido cianhídrico, amoníaco); Productos Químicos Primarios (ácido clorídrico, ácido fosfórico, fósforo).

c) Productos de las Industrias Fundamentales: alimentos balanceados; fertilizantes; plaguicidas y herbicidas; fungicidas y herbicidas; combustibles derivados del petróleo y del gas natural; pastas celulósicas; productos de asbesto; cementos; productos de la industria siderúrgica.

d) Productos producidos por Ramas Importantes de la Industria Nacional: ampolletas (sólo las destinadas a contener productos medicinales); aparatos de uso doméstico; bicicletas; cuadernos; detergentes; botellas y frascos; bolígrafos; envases y artículos alimenticios de consumo generalizado; empaques de cartón, celulosa, hojalata, madera y papael, plástico, vidrio y cristal; focos; jabón de lavandería y de tocador; medicinas de todas clases; pastas dentrificas.

110. Excelsior. "Lista de Productos Sujetos a Control Oficial de Precios Conforme al Decreto Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de Diciembre de 1982". 5 de enero de 1983. Pág. 22 A.

c) Productos que presentan renglones considerables en la Actividad Económica Mexicana: maquinaria agrícola y sus accesorios; maquinaria tortilladora y sus refacciones específicas".

Durante el transcurso del sexenio diversos funcionarios de la SECOFI declararon que los artículos básicos se mantendrían sujetos a riguroso control oficial, como respuesta a la insistente demanda de la CONCANACO porque fueran liberados.¹¹¹

El 29 de enero de 1986 la SECOFI dió a conocer que se llevarían a cabo cambios en la política de control de precios para alentar las inversiones y la productividad (cambios que no se llevaron a la práctica). Según este proyecto, se estudiaba la aplicación de un "novedoso" sistema para la clasificación de los productos que deberían estar sujetos a precios oficiales, desde luego se trataba ahora sí de alimentos de consumo generalizado, pero según esto, bien identificados.

El sistema consistiría en escoger de cada línea de productos uno solo, posiblemente de una sola marca, ese quedaría sujeto a control oficial, por ejemplo: el aceite comestible de una marca, en cierta presentación, con ciertas características definidas tendría control oficial, los demás serían liberados.¹¹²

Esta declaración estaba contradiciendo el compromiso asumido por el gobierno al inicio del sexenio, cuando el 28 de junio de 1983 el Subsecretario de Regulación y Abasto, informó que el Paquete Básico consistente en 17 líneas de producción se ampliaría¹¹³ (cosa que tampoco se llevó a cabo), tres años

-
111. El Día. "El Control de Precios Seguirá Existiendo: Héctor Hernández". 9 de agosto de 1986. Pág. 1.
 El Universal. "Sólo Habrá Control de Precios en los Básicos: Héctor Hernández". 27 de febrero de 1986.
 Excelsior. "Seguirá el Control de Precios en Básicos". 22 de enero de 1986. Pág.7.
 El Financiero. "Ninguna Liberación en el Paquete de Consumo Popular, Reafirma la SECOFI". 3 de abril de 1986. Pág. 25.
112. El Nacional. "Cambios en la Política de Control de Precios para Alentar Inversiones Anuncia SECOFI". 26 de enero de 1986. Pág. 2.
113. UNO MAS UNO. "Se ampliará el Paquete Básico Anuncia SECOFIN". 21 de junio de 1983. Pág. 1.

después se habla de reducir la canasta básica, de por sí tan raquítica. Esto significaba que, por ejemplo en la línea denominada Leche que comprende cinco tipos diferentes (leche fresca, leche condensada, leche evaporada, leche en polvo y leche maternizada) la SECOFI decidiría a qué tipo de leche se tendría acceso, lo mismo ocurriría con las demás líneas de productos.

En fin, se trataba de acciones que finalmente tenderían a liberar precios y a reducir más el Paquete Básico de Consumo Popular.

El propósito de esta estrategia era alentar las inversiones productivas y la producción de todos los sectores, por supuesto a costa de liberar hasta los productos básicos que ha sido una de las constantes e insistentes demandas de comerciantes e industriales.

Nuevamente en 1986 el Subsecretario de Comercio Interior de la SECOFI, señaló que los productos de la canasta alimentaria seguirían bajo control de precios y que el resto de los productos sujetos a control como las materias primas e insumos para la actividad económica y la industria serían liberados, dijo que esta medida respondía en parte a la apertura externa de la economía y a los planteamientos hechos por el sector privado para eliminar los controles de precios.¹¹⁴

El mismo funcionario señaló que en marzo del mismo año que "ningún control se ejercerá en la comercialización de frutas y legumbres, porque es muy difícil verificar los costos de producción, aunque será atacado el intermediarismo que eleva considerablemente el valor al público de esos productos."¹¹⁵

El Paquete Básico de Consumo Popular al que tanto se había hecho alusión y por el que se procuraría, en 1986 la SECOFI estableció el sistema flexible de precios a artículos de consumo generalizado ante la inflación que elevaba constantemente los insumos de la producción y ante la posibilidad de que dejaran de producirse.

114. El Universal. "Sólo Habrá Control de Precios en los Básicos. La liberación es Congruente con la Apertura al Comercio Exterior". 27 de febrero de 1986. Pág. 1.

115. El Universal. "Ningún Control al Comercio de Frutas y Legumbres SECOFI". 24 de mayo de 1986. Pág. 2.

Se puso de ejemplo el caso del aceite comestible para ejemplificar esta problemática debido a que durante los meses de marzo, abril y mayo de ese mismo año tuvo un alza de casi el 100 por ciento, debido al problema del aumento constante de los insumos con que se elaboraba ya que se importaban y los industriales pagaban en dólares.

En vista de tales argumentos la SECOFI consideró conveniente modificar el tradicional control de precios, que consistía en una revisión de precios que venía realizando cada cuatro meses, este procedimiento sería sustituido por un mecanismo flexible que permitiera a las empresas enfrentar sus problemas financieros.¹¹⁶

Productos como la tortilla, el huevo, la leche y otros permanecerían bajo estricto control de precios; los aceites comestibles, refrigeradores, estufas y miles de productos más permanecerían en la llamada Lista de Referencia.

El proceso inflacionario ocasionó que el control de precios se tornara altamente ineficaz por las siguientes razones: había dañado el poder adquisitivo y porque las constantes violaciones al control de precios y la incapacidad de las autoridades para hacer respetar las disposiciones en este sentido no habían sido respetadas, pues todos sabemos que uno es el precio que fijan las disposiciones oficiales y otros el que se maneja en el mercado mediante la manipulada ley de la oferta y la demanda en los artículos de consumo necesario.

Al respecto la SECOFI también ha dado innumerables muestras de incapacidad para controlar a los comerciantes y garantizar que los productos lleguen al consumidor a precios justos, pues el comercio viola una y otra vez los llamados a mantener los precios, así como las advertencias y sanciones oficiales.

El sector privado comercial tanto a nivel de grandes cadenas como de pequeño comercio, sobre todo este último, no entiende que el control de precios se implantó en la producción y en la comercialización no es con el fin de que padezcan pérdidas, sino para generar ganancias razonables; que deben estar concientes de que las utilidades por concepto de la venta de este tipo de mercancías no permite captar las mismas utilidades que en otras áreas debido a que se trata de alimentos básicos.

116. El Universal. "Aprueba SECOFI, por inflación Control Flexible de Precios". 24 de mayo de 1986. Pág. 1.

demandados por la mayoría de la población.

El Sector Social a través de la CTM afirmó con respecto a la política de control de precios que "la política de control de precios seguida por el actual gobierno ha sido un fracaso total, pues mientras han liberado los precios de un buen número de productos que antes estaban sujetos a control, mantiene la estrategia de contención salarial, mientras que los precios controlados se han incrementado en un 677% durante los últimos tres años. A esta situación se añaden las actividades no poco especulativas de no pocos comerciantes que todo lo encarecen, frente a la incapacidad de las autoridades de SECOFI por hacer respetar los precios de los artículos que aun permanecen bajo control".¹¹⁷

En términos generales, la política de control de precios ha sido tan criticada que se ha llegado a la conclusión de que en realidad no vale la pena luchar por ella, pues los obreros la defienden, el gobierno la justifica y los empresarios la atacan; lo cierto es que posiblemente sí se requiera de un revisión profunda de dicha política para que verdaderamente funcione.

117. El Universal. "Fracaso en el Control de Precios". 14 de agosto de 1986. Pág. 4.

"ANEXO No. 1"

CANASTAS ALIMENTICIAS

(CANASTA "MAXIMA")	CNSM	INCO	SECOFI	COFLA MAR	SAM	INTER MEDIA ²	MINIMA ³
Tortillas y Derivados del maiz							
Tortilla de maiz	::	x	x	x	x	x	x
Maiz de grano				x	x		
Harina de maiz		x	x				
Masa de maiz				x	x		
Productos de Trigo							
Pan dulce	::	x		x	x	x	
Pan blanco, bolillo, telera	::	x	x	x	x	x	x
Pasta para sopa	x	x	x	x	x	x	x
Harina de trigo	x	x	x	x	x	x	x
Galleta dulce y salada	x	x	x	x	x	x	x
Tortilla de trigo		x					
Hojuelas de Trigo							
Arroz y otros cereales							
Arroz	::	x	x	x	x	x	x
Avena	::	x					
Maiz							
Trigo							
Carne de res							
Bistec de res	::	x	x	x	x	x	x
Carne de res molida	::						
Retazo con hueso de res	::						
Higado de res	::						
Carne de Puerco							
Costilla de puerco	x	x	x	x	x	x	x
Retazo con hueso de puerco	x						

Pollo
Pechuga, pierna y muslo
Pollo desplumado
Otras piezas de pollo
Carne de ovicaprino
Carnes Procesadas (sal chichonería)	X	X	X	X
Salchicha
Chorizo
Jamon	X
Longaniza
Pescado y Mariscos
Pescado fresco y congelado	X
Mariscos frescos y congelados
Mojarra
Cazon
Sardina
Atun en conserva
Seco, salado y ahumado
Leche fresca	X	X	X	X
Leche fresca pasteurizada	X	X	X	X
Leche fresca no pasteurizada
Leche procesada	X	X	X
Leche en polvo	X	X	X
Leche Alianza liquida
Leche evaporada
Leche esterilizada
Derivados de la Leche	X
Queso fresco
Crema	X
Queso añejo	X
Queso
Mantequilla
Huevo
Huevo de gallina	X	X	X

Aceite y grasas							
Aceite vegetal	X	X	X	X	X	X	X
Manteca de puerco	X	X	X	X	X	X	X
Manteca vegetal							
Frutas frescas de todo el año	X	X	X	X	X	X	X
Plátano tabasco	X	X	X	X	X	X	X
Naranja	X	X	X	X	X	X	X
Limon	X	X	X	X	X	X	X
Aguacate	X	X					
Frutas frescas de temporada	X	X	X	X	X	X	X
Piña			X				
Guayaba			X				
Pera			X				
Papaya							
Sandía							
Mango							
Durazno			X				
Verduras y legumbres frescas	X	X	X	X	X	X	X
Jitomate	X	X	X	X	X	X	X
Papa	X	X	X	X	X	X	X
Cebolla	X	X	X	X	X	X	X
Chile serrano	X	X	X	X	X	X	X
Tomate verde	X	X					
Ejote			X				
Ajo	X						
Calabacita	X						
Cilantro	X						
Lechuga	X		X	X	X	X	X
Nopales	X						
Zanahoria	X	X	X	X	X	X	X
Chicharo			X				
Camote							
Leguminosas y semillas							
Haba							
Frijol	X	X	X	X	X	X	X
Lenteja	X						
Garbanzo			X				

Alimentos envasados	x	•	x				x
Verduras y legumbres procesadas	x		x				
Concentrado de pollo	•						
Sal de mesa	x	x	x				x
Vinagre, mayonesa y otros	•						
Gelatina	•						
Jugos y néctares envasados	x						
Chiles envasados	•						
Chocolate en tableta y polvo	x						
Otros alimentos para bebé	•		•				
Furé de tomate			•				
Azúcar y endulcorantes							
Azúcar blanca y morena	x	x	x	x	x	x	x
Piloncillo							
Café							
Café soluble e instantáneo	•		•				
Café tostado y molido con azúcar	x		x				

- a/ Sus productos aparecen en por lo menos 1 de las 5 canastas cotejadas.
 b/ Sus productos aparecen en por lo menos 3 de las 5 canastas cotejadas.
 c/ Sus productos aparecen en todas las canastas.

FUENTES: Comisión Nacional de Salarios Mínimos, "Canasta Propuesta Promedio Nacional", agosto 1983; Instituto Nacional del Consumidor, "Canasta de Bienes y Servicios del Consumo Social" en Cuadernos del Consumidor No. 20, noviembre de 1982; SECOFI, "Paquete Básico de Consumo Popular", diciembre de 1982; Sistema Alimentario Mexicano, marzo de 1980, y COPLAMAR, Necesidades Esenciales en México, Siglo XXI, 1982.

CONCLUSIONES

- A la CONCANACO no le interesa el aspecto social de la política alimentaria, sus demandas giran en torno a sus intereses particulares, de ahí que los argumentos que emplea para atacar al Gobierno Federal en el campo del Abasto y Regulación del mercado de las subsistencias populares son parciales.

No son capaces de reconocer que gracias a concesiones como las que realiza el Gobierno como la de proporcionar alimento básico a la población, el Estado se legitima ante la sociedad, y aun más, hace posible la reproducción del sistema del cual los comerciantes han sido los más beneficiados, sobre todo los grandes y medianos.

La regulación del mercado de productos básicos responde precisamente al hecho de que el mercado no ha sido capaz de regularse por sí mismo, a que los defectos que presenta la estructura comercial ha requerido de esa intervención estatal tan criticada y aunque no ha sido del todo eficaz, ha permitido en términos generales que el país cuente con una reserva nacional de alimentos.

- La acción gubernamental en el sector comercio se ha visto seriamente limitada por una parte, debido a la influencia de CONCANACO que no ha realizado esfuerzo alguno digno de reconocimiento para coadyuvar al logro de los objetivos fijados por el Gobierno Federal para reordenar el sistema comercial y para poner al alcance de la población de escasos recursos los productos más indispensables a precios accesibles; sino por el contrario, nunca abandonaron su postura de crítica radical a todas las acciones emprendidas por el Gobierno para intentar lograr ciertos avances.

Si bien es cierto que los avances en cuanto a la modernización comercial son cuestionables, es importante distinguir la existencia de factores que han impedido al propio Gobierno ser capaz de dar respuesta a una verdadera política social alimentaria comprometida a elevar el nivel nutricional de los mexicanos más necesitados.

La incapacidad del Gobierno en este sentido obedece a varios factores: como ya se mencionó la presión ejercida por la CONCANACO para que éste diera una respuesta a sus exigencias; el recorte presupuestal es otro elemento que influyó como limitante para ampliar la cobertura de los servicios que

presta COMASUFO y sus empresas filiales en lugares del país donde se requiere atención; otro factor es la lentitud con la que crecen los satisfactores con respecto a la demanda.

Richardo Fagaza en su libro Introducción a la Administración Pública Tomo I, señala que la SECOFI se ve limitada por los siguientes aspectos:

- a) "Por la naturaleza de sus funciones.
- b) Por la falta de instrumentos administrativos adecuados dentro de ciertas áreas y por
- c) El tamaño de algunas entidades que están dentro de su sector".

Es muy importante señalar que la SECOFI ha dado numerosas muestras de incapacidad en varios sentidos: en el terreno político fue incapaz de llevar a cabo una efectiva concertación con el sector privado comercial para lograr una cooperación real y superar paulatinamente los problemas dentro del sector comercio; para frenar las constantes alzas de los precios de los productos básicos; en el ámbito administrativo para frenar la violación de precios, la reetiquetación, para hacer respetar los precios oficiales y que no han sido instrumentos eficaces la clausura, ni las multas para frenar la usura comercial.

Y si a estos factores agregamos la tan mencionada corrupción dentro de la SECOFI de funcionarios que frenan los programas de comercialización, la dualidad de acciones administrativas, tenemos como resultado que han sido otros quienes hasta el momento han sido los más beneficiados, menos los consumidores.

- El empresariado comercial pretende lograr el fortalecimiento de la Confederación y la obtención de una posición dominante dentro del Sistema Político Mexicano para influir en la dirección estatal, y así lograr la imposición o adopción del modelo neoliberal el cual a su vez permitirá la defensa de sus intereses particulares.

El empresariado comercial ahora más que nunca, está consciente de que ambos son los únicos mecanismos mediante los cuales evitarán acciones autoritarias por parte del gobierno como la nacionalización bancaria, y de hacer oír y ejecutar sus demandas.

- Las acciones emprendidas por el Gobierno Federal para reordenar la economía nacional en el período 1983-1987 en materia de retiro de subsidios a productos de consumo básico para contribuir al saneamiento de las finanzas públicas, la liberación de miles de productos no básicos, la venta de empresas públicas son acordes a las demandas de la CONCANACO en el sentido de abandonar una política de ficción para entrar al realismo económico.

De acuerdo a sus planteamientos, el gobierno debe reducir su excesivo gasto y permitir que sean las fuerzas del mercado las que determinen los precios de las mercancías.

Este tipo de acciones emprendidas por el Gobierno demuestran el consenso total que existe entre el Estado y los empresarios, pues en las actuales condiciones de deterioro salarial y desempleo han resultado nefastas para la población considerada como marginada.

Si en realidad la política de subsidios requería una revisión a fondo, se pudo haber iniciado por retirar el subsidio de la energía eléctrica que consume la industria o del azúcar que consume la industria refresquera, y no por productos prioritarios para el consumo popular como el trigo, el aceite, el huevo, la leche y la carne.

- La línea seguida por el Gobierno Federal en defensa de su intervención y sus instituciones sociales ha sido siempre la misma: se alude a una Proyecto Nacional de Justicia Social, al rescate de su compromiso con las clases marginadas, a la Constitución Política para regitimar sus acciones, pero en muy pocas ocasiones se tornó tan agresiva como la actitud asumida por la CONCANACO.

Si bien es cierto, que el papel del Gobierno es el de mediar los conflictos mediante la negociación de las demandas de los distintos grupos sociales, lo cierto es que no tomó acciones decisivas para terminar por lo menos no permitir esos ataques que llegaron a la exageración y que pretendían poner en tela de juicio ante la sociedad al Gobierno.

- El comercio organizado en la CONCANACO sólo defiende los intereses de los Grandes y Medianos Comerciantes; el pequeño comercio es atendido aunque no en su totalidad por IMPECSA que es una institución oficial.

La Confederación nunca dió muestras de interés por elaborar programas destinados a ayudar al pequeño comercio a desarrollarse, pero eso sí a la hora de atacar las acciones de DICONSA afirmaron la falsedad de que ellos están presentes en todos los rincones del país a través del pequeño comercio, que hay suficiente comercio en todo el territorio nacional así que no había necesidad de las tiendas de Conasupo.

Y en cambio lanzaron un fuerte ataque contra IMPECSA exigiendo su desaparición.

BIBLIOGRAFIA

a) Libros

- Avelar Acevedo Carlos
"70 Años- CONCANACO 1917-1987". México 1987. 528 Pp.
- Centro de Estudios del Trabajo A.C.
"Salario Mínimo y Canasta Básica". México 1985, 85 Pp.
- Colegio Nacional de Licenciados en Administración A.C.
 Memoria. "Jornadas Nacionales Sobre Alimentación".
 México 1987. 197 Pp.
- CONCANACO
"La Crisis y la Libertad". México 1984. 228 Pp.
- CONCANACO
"Ley de Cámaras de Comercio". México 1986. 38 Pp.
- CONCANACO
"La Crisis y la Participación". México 1986. 235 Pp.
- "Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos".
 México 1985. Editorial Trillas. 144 Pp.
- Cordera Rolando, Tello Carlos
"México, la Disputa por la Nación". Siglo XXI Editores.
 149 Pp.
- Coordinación de Comunicación Social de CONASUPO.
"CONASUPO, Cinco Años de Realizaciones". México 1983. 72 Pp.
- Coordinación de Comunicación Social de CONASUPO
"Estructura del Comercio en México". México 1977. 159 Pp.
- Coordinación del Secretariado Técnico del Comité Directivo
 de CONASUPO
"Modernización y Bienestar Social. La Experiencia de
 DICONSA". México 1987. 148 Pp.
- Córdova Arnaldo
"Estado y Sociedad en el Mundo Moderno". México 1976.
 Editorial Grijalvo. 286 Pp.
- González Casanova Pablo
"La Democracia en México". México 1983. Editorial Era.
 375 Pp.

- Guerrero Omar
"La Administración Pública en el Estado Capitalista". México 1981. Editorial Fontamara. 277 Pp.
- Hamilton Nora
"México: Los Límites de la Autonomía del Estado". México 1983. Editorial Era. 330 Pp.
- Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales del PRI. CONASUPO.
 Ciclo "Rectoría del Estado, Democracia y Justicia Social". México 1987. 108 Pp.
- Instituto Nacional del Consumidor
"Programa Institucional del INCO 1985-1989". México 1985. 27 Pp.
- Leal Juan Felipe
"México: Estado, Burocracia y Sindicatos". Ediciones El Caballito S.A. 145 Pp.
- "Ley Orgánica de la Administración Pública Federal". México 1987. Editorial Porrúa. 57 Pp.
- López Rosado Diego
"Evolución del Control de Precios en México". México 1982. Secretaría de Comercio. 487 Pp.
- Luna Matilde, Tirado Ricardo, Veldés Francisco.
"Los Empresarios y la Política en México". México 1986. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Departamento de Estudios Políticos. CIDE. 72 Pp.
- Pichardo Pagaza Ignacio
"Introducción a la Administración Pública". Tomo 1. México. INAP-CONACYT. 353 Pp.
- Poder Ejecutivo Federal
"Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988". México. 430 Pp.
- Poder Ejecutivo Federal
"Sistema Nacional para el Abasto". México 1983. 76 Pp.
- Rey Romay Benito
"La Ofensiva Empresarial Contra la Intervención del Estado". México 1984. Siglo Veintiuno Editores. 160 Pp.

- . Salinas de Gortari Raúl
"DICONSA un la Modernización Comercial y la Regulación del Abasto Popular". México 1987. 191 Pp.
- . Secretaría de Comercio y Fomento Industrial
"Programa para la Producción, Abasto y Control del Paquete Básico de Consumo Popular". México 1982. 37 Pp.
- . Secretaría de Industria y Comercio. Dirección General de Precios
"Ley Sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica". México 1986. 250 Pp.
- c. Secretaría de la Presidencia. "México a Través de los Informes Presidenciales". Tomo 5. Diario Oficial diciembre 2 de 1932. Pág.
- . Versión de la Junta Celebrada con la Comisión de Comercio y Fomento Industrial de la Cámara de Diputados el día 30 de noviembre de 1985. 73 Pp.
- b) Revistas y Periódicos
 - . Revista Decisión. Confederación Nacional de Cámaras de Comercio, Servicios y Turismo. Edición Especial. México D.F. No. 87. Año VIII. Mayo de 1986.
 - . Revista del Consumidor. No. 95. Enero de 1985. Instituto Nacional del Consumidor. Mensual. México D.F. No 95. Enero de 1985.
 - . Revista Expansión. Grupo Editorial Expansión. Mensual. México D.F. No. 497. Vol. XX. Año XX. Junio de 1987.
 - . Revista Mexicana de Sociología. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Mensual. México. Número Extraordinario 1981. Vol. XLIII. 1981.
 - . Revista Mexicana de Sociología. No. 2184. Abril-Junio de 1984. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. CIDE. 435 Pp.
 - . Se consultó información hemerográfica de 1982 a 1987 de los periódicos: La Jornada, El Universal, El Nacional, Excelsior, Financiero, El Día, UNO MAS UNO. El Sol de México.