



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

E. N. E. P. ARAGON

**COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS
EN LA CIUDAD DE MEXICO**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE :

LICENCIADO EN ECONOMIA

P R E S E N T A :

JOSEFINA MONROY BUENDIA



1993

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS EN LA CIUDAD
DE MEXICO (1980-1990)

INTRODUCCION	3
ANTECEDENTES HISTORICOS	7
MARCO DE REFERENCIA	11

CAPITULO I

PRODUCCION Y DISTRIBUCION DE LOS PRINCIPALES ALIMENTOS DE CONSUMO BASICO.	15
1. Conservación de los recursos naturales para la producción de alimentos básicos.	18
2. Proceso de comercialización de productos básicos.	21
3. Producción y distribución hacia los centros de comercialización.	27
3.1 Granos (arroz, frijol, maiz y trigo).	29
3.2 Carne (Bovinos, porcinos, ovinos, caprinos y aves).	30
3.3 Huevo, pollo y leche.	32
3.4 Pescado.	33
3.5 Oleaginosas (ajonjolí, soya y algodón).	34
3.6 Azúcares.	36
3.7 Verduras.	37
3.8 Tubérculos.	38

3.9 Frutas.	38
3.10 Agua potable.	42

CAPITULO II

ESTRUCTURA COMERCIAL Y FUNCIONAMIENTO DE LOS PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCION	43
1. Mercados Públicos.	45
2. Tianguis.	49
3. Mercado sobre ruedas.	51
4. Autoservicios.	53
5. Central de abasto.	55
6. Pequeño comercio.	58

CAPITULO III

INTERVENCION DEL ESTADO EN LA COMERCIALIZACION Y EL ABASTO	60
1. Análisis de los planes y programas de modernización de la comercialización y el abasto.	62
2. CONASUPO como reguladora del Estado.	74
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	79
ANEXO ESTADISTICO.	83
BIBLIOGRAFIA.	

I N T R O D U C C I O N

La evolución de la actividad comercial se ha visto obstaculizada durante la década en estudio por el intermediarismo y movimientos innecesarios de algunos productos, así como la falta de técnicas adecuadas en el acopio de productos básicos que ocasionan altas mermas provocando deterioro en el ingreso de los productores y el incremento en el precio final de los productos. Lo anterior, junto con el crecimiento acelerado de la población constituyen la problemática a la que se enfrenta la comercialización de productos básicos.

Ahora bien, existen planes y programas en materia de abasto, pero es necesario un análisis que tienda a resolver los problemas productivos y de distribución; a la vez, existe la necesidad de crear un abasto real, que solucione los problemas en materia de alimentación, en donde no sólo consiste en lograr una autosuficiencia alimentaria sino también, alcanzar una verdadera disponibilidad de los productos de consumo básico para la población.

Por lo anterior, el objetivo general del presente trabajo, es evaluar si la modernización de la estructura comercial en la Ciudad de México a través de la coordinación de los instrumentos con que cuenta el Gobierno han sido suficientes para satisfacer las necesidades de la población.

Analizar el desarrollo de los procesos comerciales desde el primer eslabón de la cadena de intermediación que parte del "coyote o comisionista" posteriormente pasa por uno o varios

"acopiadores rurales" hasta llegar al transportista, quien traslada la producción hacia los centros de abasto, es un objetivo específico del trabajo.

Otro objetivo importante es, analizar los diferentes canales de distribución (mercado público, tianguis, mercado sobre ruedas, etc.) con la finalidad de estimular la competencia entre ellos y establecer el mejor canal de acuerdo a los intereses del público consumidor.

Orientar a la población hacia un consumo racional de alimentos a través de una difusión eficaz de los productos alimenticios en cuanto abasto y calidad.

El último objetivo, centra su atención en analizar si los planes y programas en materia de abasto han beneficiado a productores, comerciantes y consumidores a satisfacer sus necesidades básicas.

El método utilizado para la realización del presente trabajo; es el analítico y sintético, porque precisamente el tema es analizado mediante la descomposición de todos y cada uno de los elementos que forman parte de la comercialización de productos básicos, desde la producción hasta llegar al consumidor final.

Asimismo, el periodo de estudio analiza una década (1980-1990).

De esta forma, el presente trabajo, contempla tres capítulos claves que proporcionan un análisis completo en materia de comercialización de productos básicos en la Ciudad de México.

El capítulo I constituye el punto de partida, señalándose la producción y distribución de los principales alimentos de consumo básico hacia los centros de consumo, lo cual presenta diversos problemas.

Esto es, las actividades productivas se ven afectadas en ocasiones por las condiciones climáticas que imperan en cada región del país, o bien, por la participación de los "agentes intermediarios". Ambos problemas importantes durante el proceso de comercialización, se analizarán en el primero y segundo apartado respectivamente.

También se analiza en el tercer apartado la producción y distribución de los principales alimentos de consumo básico. cuyo objetivo es señalar cómo se va a llevar a cabo un consumo más racional de los alimentos, tomando en cuenta la manera en que se realiza la producción y distribución de éstos. El análisis es más claro a través de los cuadros y gráficas de series históricas presentadas en el anexo estadístico.

Se menciona la necesidad de determinar qué productos podrán considerarse como básicos, en base a las necesidades de la población y a las recomendaciones del Instituto Nacional del Consumidor (INCD) que elabora estudios especializados en la materia.

El segundo capítulo presenta la estructura comercial, el origen y funcionamiento de los canales (mercado público, tianguis, mercado sobre ruedas, autoservicios, central de abasto y pequeño comercio) a través de los cuales se comercializan los productos de consumo básico.

El último capítulo evalúa la reglamentación en materia de comercialización. Su análisis se lleva a cabo a través de dos apartados; el primero contiene los reglamentos, decretos y

acuerdos que se relacionan con la comercialización y el abasto de alimentos. El segundo apartado describe la estructura y funcionamiento de CONASUPD como aparato regulador del Estado.

ANTECEDENTES HISTORICOS

La historia del comercio de alimentos en la Ciudad de México, es sin lugar a duda, una de las más ricas en su género. Su evolución ha recorrido a la par con el crecimiento de México las diferentes fases de desarrollo nacional.

La actividad comercial data desde la época prehispánica, ya que el intercambio, principalmente en el Valle de México, se efectuaba por tradición en el tianguis o mercado indígena que existía en locaciones fijas.

Entre los principales mercados que existían en la población azteca, se encontraba el de la Ciudad de Tenochtitlán-Tlatelolco, considerado como el más importante en el Continente Americano. La gente llegaba de todos los rumbos a comprar, comer y vender. Todas las transacciones efectuadas eran vigiladas por una especie de juez y todo aquél que vendiera fuera del mercado o alterara los precios afectando al consumidor, era castigado.

Los cambios se hacían a base de trueque pero algunas mercancías se llegaron a considerar como medio de pago, mismas que operaban como monedas. Lo mismo ocurría con los granos de cacao, granos de maíz y ciertos tipos de manta; en caso de realizarse operaciones de mayor cuantía se llegaba a utilizar el oro en polvo o determinadas plumas de ave.

El grupo de jueces, los señores mercaderes (pochteca tlatoque), hacían cumplir el pago de impuestos de todo aquél que llevara sus productos al mercado.

Con la conquista del Imperio Azteca por parte de los españoles

las actividades comerciales en Tlatelolco entraron en decadencia a tal grado que se fueron dispersando, trasladándose a diferentes lugares. Incluso se dice que las transacciones comerciales entre españoles e indígenas se prohibieron debido a que la mayor parte de productos agrícolas dependía de las comunidades de los segundos por lo que dichas operaciones las realizaban criollos, mestizos y mulatos, revendiendo a los españoles productos con precios poco más elevados.

Durante la época colonial, el comercio de la Nueva España no pagaba contribución; a partir de entonces se estableció que todo género de personas, a excepción de los indios, pagasen el 2% de alcabala en todas las ventas, trueque y cambios, tanto de las mercancías que llevaran a las indias, como las que se fabricaran y labraban.

Posteriormente los dueños de mercancías importadas o exportadas, deberían pagar con impuestos que se denominaban de avería y estaban destinados principalmente a cubrir los gastos que causaban los buques de la armada del rey que escoltaban las flotas.

Por otro lado, puede afirmarse que los factores de progreso mercantil fueron los siguientes: la introducción de bestias de carga y vehículos de transporte, de los cuales los indios carecían, y la importación de plantas y semillas antes desconocidas y tan importantes como el trigo y el arroz. Sin embargo, ésto no acentuó el carácter del comercio en la época colonial, fundado todo en la restricción y el monopolio más inquebrantable, tanto en la Metrópoli como en la Nueva España.

Bajo las condiciones anteriores se inicia la independencia de México. Desde 1810 hasta su consumación, el comercio atravesó por periodos de crisis que redujo aún más sus actividades.

En términos generales el comercio de la Ciudad de México durante las primeras décadas de vida independiente asumía dos formas: el de tiendas y pequeños establecimientos y el de "mercado" en calles o plazas. El sistema de tiendas o tendajones prevaleció con el antiguo sistema comercial que era el de mercado, en donde se llevaban a cabo las transacciones comerciales.

Fueron los grandes comerciantes los más favorecidos, pues sus operaciones registraron un creciente aumento, ya que los productos importados eran de mayor demanda por parte de las clases acomodadas. A medida que se incrementaba el número de habitantes y que empezaron a desarrollarse los primeros fraccionamientos, nuevas fábricas hicieron su aparición, los establecimientos mercantiles crecieron y se diversificaron.

En 1830 se estableció la legislación dirigida al comercio externo y la Universidad de Mercaderes (también tribunal de comercio) y se dictó el primer código de comercio.

Durante la administración porfirista, el consumo interno de materias primas y artículos elaborados se amplió, en general las actividades comerciales se desarrollaron, se establecieron bancos, bolsas comerciales y de valores, se transformaron los mercados locales, principalmente. Las facilidades del transporte que proporcionó la nueva red ferrocarrilera permitieron trasladar los productos a mercados más lucrativos.

Aparecieron grandes monopolios apoyados por la dictadura y el

comercio era controlado principalmente por extranjeros.

La Ciudad de México funcionaba muchas veces como motor del comercio y, por lo tanto, se llevaba a cabo en esta localidad cerca de la mitad de las ventas de menudeo en su zona centro.

Durante el periodo revolucionario existieron numerosas dificultades para analizar la situación del comercio, como lo fueron la violencia que prevalecía durante ésta época de inestabilidad política, la inseguridad pública en todos sus aspectos y la falta de armonía en los sectores integrantes de la economía del país.

Fue hasta después de 1940 cuando México comenzó a incrementar en forma muy importante su producción de alimentos, lo que condujo a una disminución paulatina de las importaciones. Este progreso se vio más claro durante los años 1960-1970, cuando el país se constituyó, a pesar del crecimiento demográfico, en un exportador importante de alimentos. En éste periodo no sólo se exportaron productos tradicionales sino que también se vendieron cantidades significativas de cereales, leguminosas y oleaginosas.

Actualmente el comercio es un sector muy significativo para la economía, no sólo por el desarrollo económico, sino por el desenvolvimiento que registra ésta actividad. Sin embargo, existen problemas y desequilibrios que afectan y distorsionan su mecanismo.

MARCO DE REFERENCIA

La actividad comercial puede entenderse como toda acción intermedia que enlaza al productor con el consumidor, en otras palabras, es la concatenación de la oferta con la demanda de bienes necesarios para la subsistencia de la población.

Nuestra sociedad evoluciona y se apoya sobre una base económica, en donde el trabajo humano es importante para la producción de una serie de bienes y su destino final es el consumo de sus miembros. Posee diversos elementos que participan en la vida económica, sus conexiones y dependencias se suman y forman el sistema económico.

Los hombres que tienen como propósito la producción de bienes utilizan riquezas y fuerzas de la naturaleza. Cultivan y extraen materias primas, los bosques, yacimientos minerales, recursos hidrológicos, etc.

En un sistema económico como el nuestro existen hombres que laboran en una determinada industria, cuyo producto pasa a otras industrias, y recorre una gran cadena de transformaciones hasta llegar al consumidor final. Estas cadenas de empresas que a su vez se enlazan con otros procesos productivos, forman parte de la generación de bienes y servicios y, por lo tanto, nuestro sistema económico resulta ser un complejo tejido de relaciones ya sean directas o indirectas a través de las cuales los hombres satisfacen sus necesidades.

Asimismo las actividades productivas se dividen en unidades productoras que por separado articulan el trabajo, capital y

recursos naturales con la finalidad de obtener bienes y servicios; estas unidades productoras integran el funcionamiento total del sistema. Los bienes y servicios pueden ser clasificados en:

1. De consumo.- Destinados a la satisfacción directa de las necesidades humanas. Ejemplo: alimentos, ropas, diversiones, etc,. Por su importancia destaca la satisfacción de las necesidades alimenticias, tema que nos ocupa.
2. De capital.- No satisface directamente las necesidades humanas, sino se destina a multiplicar la eficiencia del trabajo. Ejemplo: instrumentos de trabajo, maquinaria, principalmente.
3. Intermedios.- Bienes que tienden a sufrir nuevas transformaciones antes de convertirse en bienes de consumo o bienes de capital.

Las unidades productoras, que se encuentran integradas en un conjunto, forman el aparato productivo y dan origen al flujo real, constituido por bienes y servicios; y al flujo nominal, el cual se encarga de reunir los ingresos distribuidos por el sistema.

Ahora bien, si nos remontamos a una colectividad primitiva en donde los hombres obtienen su sustento tomándolo directamente de la naturaleza, se trata de un proceso de producción, en el cual el hombre entra en contacto directo con las riquezas naturales, y

es dotado de cierta capacidad, investiga y empieza a crear un conjunto de bienes. Los instrumentos, el hacha, el arco, la flecha, etc, de los cuales se vale el hombre para transformar la naturaleza, representan los elementos del factor capital y resultan ser los componentes de los medios de producción de que dispone la sociedad primitiva.

Posteriormente el factor capital evoluciona y vemos que dicho capital en una sociedad moderna está constituido por instalaciones industriales, sus medios de transporte, escuelas, hospitales, principalmente.

Una economía de mercado como la nuestra, queda determinada por el desarrollo de las actividades económicas, así como por la producción agropecuaria e industrial, la cual conjuntamente representa la oferta, mientras que el tamaño e ingreso de la población representa la demanda.

La oferta de productos básicos, comienza con la producción agropecuaria y agroindustrial y recorre diferentes fases de distribución y comercialización; se utilizan diversos canales de distribución que en muchas ocasiones dificulta la vinculación entre la oferta y la demanda.

La demanda de productos básicos no solo está determinada por el crecimiento demográfico; sino por la dimensión de la población económicamente activa y la distribución del ingreso.

Es importante mencionar que la actividad comercial puede desarrollarse bajo condiciones de competencia perfecta o imperfecta. La primera puede definirse, como aquella en la cual

la empresa acepta el precio de su producto tal y como se determina en el mercado, no puede influir en éste, y decide si le conviene o no producir, o sea, es el mercado donde existen una gran variedad de productores o vendedores y la misma cantidad de compradores de un bien al mismo precio. La segunda es el ejemplo de la Ciudad de México, la cual manifiesta una competencia imperfecta con características monopolísticas y con distorsiones en el proceso comercial, motivado por la participación de los agentes intermediarios, provocando problemas de carácter económico y social desde el origen de la producción, hasta el consumidor final.

Por lo tanto, podemos concluir, que la comercialización de productos básicos es un proceso en el cual se interrelacionan diferentes elementos y acciones que se desarrollan en una cadena de producción, que parte desde la misma producción de los productos básicos hasta la distribución y el consumo final.

El presente trabajo es elaborado bajo las condiciones y conceptos antes expuestos. El tema de comercialización de productos básicos en la Ciudad de México es una respuesta a la necesidad de proporcionar información concreta, así como dar posibles soluciones a los problemas que ya han sido tratados en planes y programas elaborados por el gobierno.

CAPITULO I

PRODUCCION Y DISTRIBUCION DE LOS PRINCIPALES ALIMENTOS DE CONSUMO BASICO

CAPITULO I

PRODUCCION Y DISTRIBUCION DE LOS PRINCIPALES ALIMENTOS DE CONSUMO BASICO

La actividad comercial en nuestro país comprende todos los procesos de transacción y distribución de los bienes que están destinados al consumo intermedio y final, por esta razón esta actividad es importante para la economía nacional, puesto que vincula la producción con el consumo.

La actividad comercial se desarrolla con problemas que tienen su origen durante la producción y repercuten hasta llegar al consumidor final.

Para efectos de un completo análisis el presente capítulo se divide en tres importante apartados:

En el primer apartado se analiza los recursos naturales con los que cuenta nuestro país, así como la conservación de los mismos para llevar a cabo la producción de los alimentos.

La agricultura ha tenido un lento y paulatino desarrollo. Una técnica de cultivo tradicional en México es el "conocido sistema de rosa", que es la tala y la quema de bosques y la siembra con coa 1 y espeque 2. Este tipo de siembra es utilizada actualmente en algunas zonas tropicales del país, pero con el incremento de la población que habita en estas regiones, ya no es posible dejar descansar la tierra el número de años suficiente para que recuperen su fertilidad. Es por ello que la forma de utilizar

1 Palo afilado y largo que servía a los indios para laborar la tierra.

2 Especie de palanca de madera utilizada para la siembra.

ésta técnica provoca que la tierra se agote y se desertifique el medio ambiente.

En áreas como el trópico húmedo el "sistema de rosa" ha sido sobre explotada por los agricultores y ganaderos, los cuales han contribuido en la acelerada desaparición de la selva mexicana.

La tendencia a la sustitución de cultivos prioritarios poco rentables por otros de mayor rentabilidad en función de las necesidades de la industria y del mercado de exportación, así como la falta de apoyo por parte del gobierno y del conjunto del sistema financiero; aunado al bajo nivel de organización por parte de los productores rurales, provoca un estancamiento en la productividad, lo que viene a demostrar que en ocasiones los productores se enfrenten a la comercialización en términos desfavorables.

El segundo apartado analiza la problemática que presenta el sistema de comercialización, que parte de una cadena que principia en la cosecha del maíz, por así decirlo hasta la elaboración de la mantequilla que termina en nuestra mesa.

La cadena alimentaria puede considerarse como un proceso complejo que abarca la producción primaria, pasa por la transformación y comercialización hasta llegar al consumo y nutrición.

Durante el proceso de comercialización de alimentos participan infinidad de personas, desde planificadores gubernamentales, hasta "coyotes", vendedores ambulantes y comerciantes de mercados, tianguis, y el pequeño comercio de la "tienda de la esquina". Dicha cadena es afectada por variables como: la capacitación, la tecnología, la inversión, el financiamiento y la organización.

Lo antes expuesto determina el papel de la comercialización de productos en zonas productoras, provoca una estructura de intermediación, que genera una triangulación innecesaria de algunos productos cuyo destino final es condicionado por las grandes centrales de abasto de nuestro país (ver el cuadro No. 1 del anexo estadístico).

El tercer apartado analiza la producción y distribución de los principales alimentos de consumo básico.

En éste apartado surge la necesidad de determinar que productos podrían considerarse como básicos, una vez determinado el cuadro de productos se establecen las bases para el análisis en materia de producción y distribución de dichos alimentos de acuerdo a su importancia.

1. CONSERVACION DE LOS RECURSOS NATURALES PARA LA PRODUCCION DE ALIMENTOS BASICOS

El hombre como todo ser vivo, necesita obtener sus alimentos para sobrevivir. Desde la época más remota la especie humana ha tomado los recursos naturales: las plantas, las raíces, los animales y peces, como parte de su principal fuente de alimentación.

El hombre durante la prehistoria, disponía de instrumentos rudimentarios para poder desarrollar la caza, pesca y recolección de frutas y poder satisfacer sus necesidades alimenticias. A través del tiempo fue desarrollando cada día más sus técnicas.

La técnica significó un cambio trascendental para la humanidad, porque nuestros antepasados aprendieron a cultivar la tierra, la agricultura fue decisiva, ya que aseguraron sus alimentos. Hacer producir la tierra permitió el establecimiento de sus pueblos.

Por la localización geográfica de nuestro país y debido a la variedad de climas así como a sus características topográficas, produce una gran variedad de productos agrícolas.

El territorio nacional posee una gran diversidad de factores físicos: el relieve, la hidrografía, el clima y la vegetación son los que determinan la abundancia o la escasez de los recursos naturales.

El clima es considerado como la interrelación de la temperatura, la humedad, la precipitación, la presión atmosférica y los vientos. Se define como el estado medio de la atmósfera en algún lugar de la superficie terrestre. Para efectos del presente trabajo sólo se analizarán aquellos factores físicos que influyan

considerablemente en la producción de alimentos básicos.

En nuestro país los factores físicos, clima suelo y agua, constituyen uno de los aspectos más importantes de la capacidad productiva de país, por lo cual tener el conocimiento indispensable acerca del tema resulta importante para orientar la producción 3.

La tierra y el agua se vinculan en cierta medida a la tecnología que se desarrolla en cada región, donde la agricultura de riego y temporal presenta características propias.

Es necesario, analizar el clima, como condición fundamental de la actividad humana, posteriormente el suelo y el agua, para poder evaluar el uso de suelo y la disponibilidad de la tierra.

El clima posee una gran importancia, puesto que no hay una porción de la superficie terrestre donde la atmósfera no esté presente y sus componentes no ejerzan su influencia en todos los elementos vivos e inanimados. Por lo tanto, el suelo, el agua, la vegetación, la fauna y las labores cotidianas del hombre son afectadas en mayor o menor medida por las condiciones climáticas. En México las actividades agropecuarias también se ven afectadas por dichas condiciones climáticas imperantes. Por esto es necesario conocer el clima y utilizar al máximo su potencialidad para evitar pérdidas innecesarias en la producción agropecuaria. Las condiciones climáticas resultan ser una combinación de factores geográficos como: la latitud, la circulación general de la atmósfera y los vientos, el relieve y la influencia oceánica;

y la interrelación de los elementos que componen el clima, como son: los regimenes térmicos y la precipitación. La acción conjunta de los factores geográficos y los elementos climáticos forman los tipos fundamentales del clima en la República Mexicana. 4

Los factores y los elementos climáticos con la acción del hombre, permiten delimitar las regiones económicas.

Algunos procesos productivos que accionan el deterioro del ambiente han venido afectando la calidad de los recursos naturales y han puesto en peligro el equilibrio ecológico de importantes regiones del país.

Por lo tanto, podemos concluir que las condiciones climáticas en México durante los últimos años han sido adversas a la actividad agropecuaria. Tanto las heladas como las sequías han provocado atraso en el campo que a la vez crea condiciones negativas para el desarrollo económico y social del país y ejerce presiones sobre la balanza de pagos, al tener que aumentar las importaciones destinadas a suplir las carencias de lo que el campo no es capaz de producir.

2. PROCESO DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS BASICOS

La comercialización de productos básicos es un proceso que comienza con la decisión de los agricultores en producir artículos vendibles y termina con la puesta del productor o comerciante en manos del consumidor definitivo.

A partir del período de cosecha o recolección, o bien de la época de siembra, el productor agrícola ya no interviene en el proceso de comercialización de la producción, la mayoría de la cosecha se encuentra en manos de mayoristas del mercado de Iztapalapa, o bien en manos de coyotes, agiotistas y medieros que operan en el medio rural.

La comercialización de productos agrícolas perecederos y, en general de los productos agropecuarios y pesqueros consiste en acopiar la producción concentrarla y enviarla hacia los centros de consumo.

La primera etapa de la cadena de intermediación es el "coyote" o comisionista, encargado de comprar directamente al agricultor, posteriormente el producto pasa por uno o varios acopiadores hasta llegar al transportista, el cual distribuye la producción hacia los centros urbanos, de acuerdo a los diversos niveles de precios y a las perspectivas de ganancias que, para los mayoristas significa especular con precios en las diversas plazas del país.

En la mayoría de los casos, la distribución se realiza mediante acuerdos entre los grandes mayoristas de Iztapalapa y los

agricultores, los primeros tienen desarrollado un sistema de información, que les permite conocer con oportunidad los niveles de precios y sus fluctuaciones prevalecientes en cada centro consumidor. Regularmente los mayoristas de Iztapalapa manejan directa o indirectamente una proporción muy elevada de la producción nacional de productos agrícolas perecederos. Dichos mayoristas tienen la capacidad adecuada para especular con los precios en los diversos centros urbanos del país, incluyendo el área metropolitana de la Ciudad de México.

Durante el traslado hacia los centros urbanos, el productor debe pagar impuestos de carácter municipal y estatal en las diferentes casetas fiscales ubicadas a lo largo de la carretera y frecuentemente estos trámites se convierten en fuertes gastos para los transportistas.

Un gran número de transportistas acercan los bienes que producen los campesinos o algunas empresas a los comerciantes de menudeo. Son pocos los productores, sobre todo los agropecuarios, que cuentan con medios para poder distribuir sus productos.

Al llegar a Iztapalapa, el introductor se encuentra frente a una gran diversidad de situaciones, dependiendo si es o no un introductor libre, ósea si tiene comprometida o vendida su producción.

Si es un introductor cuya producción ya está vendida a algún mayorista, va directamente con él, quien sólo le pagará una cantidad determinada, cuota para el cotizador de su producto, con la cual se descargará la mercancía y concluye el proceso. Si es un introductor libre, generalmente con conocimientos del mercado,

busca un "coyote conocido", con el fin de que éste le propague su producto a los mayoristas, este coyote es por lo general el agente de comercialización que más conoce la situación del mercado para los diferentes productos, además de los diversos nexos con los principales mayoristas, cuenta con una visión general de los niveles de precios, existencias en bodegas, los productos que llegan día a día al mercado así como el volumen que sale rumbo a los mercados de menudeo. Obviamente el "coyote" cobra al introductor una comisión por conseguirle un comprador.

Si se trata de un introductor libre, sin conocimientos del mercado y sin contactos entre los diversos agentes de comercialización la situación se vuelve en su contra, generalmente son pocos los casos y se trata de productores pequeños que vienen a probar suerte a Iztapalapa.

La siguiente etapa, es la recepción de los productos en manos de los mayoristas; estos llevan a cabo otras operaciones; distribuyen, almacenan o refrigeran la mercancía de acuerdo al producto que se trate. En ésta etapa los detallistas acuden a la zona de Iztapalapa para abastecerse.

Al final de la cadena de comercialización se encuentra el comercio al detalle. Es quien da la cara al consumidor y en donde terminan los problemas de producción y de intermediación. Durante el comercio al detalle queda materializada la distribución puesto que entra en contacto directo con el ama de casa, con el empleado o con el estudiante.

Respecto al comercio detallista (tiendas de abarrotes), éstas se surten por lo general en cadenas de autoservicios, tiendas

departamentales, etc., provocando la intermediación y el estancamiento de los precios en algunos productos.

En zonas de ingresos bajos las tiendas de abarrotes funcionan como una fuente de abastecimiento debido a que existen pocas posibilidades de otras alternativas, tales como autoservicios o tiendas oficiales. Por tal motivo los consumidores realizan un gran porcentaje de sus compras en este tipo de comercio, a pesar de no ser la mejor opción en términos de precios, entre otras, se encuentra, la cercanía y la comodidad para satisfacer las necesidades básicas del consumidor, así como el limitado presupuesto que tienen.

En zonas de ingresos medios las tiendas se caracterizan por tener una actitud más comercial, una estructura financiera más sólida y un mayor volumen de ventas.

En las zonas de ingresos altos las tiendas funcionan de manera complementaria a los autoservicios. Son utilizadas para efectuar compras imprevistas de productos tales como: pan, leche, refrescos, cerveza, etc., en éstas zonas las tiendas cumplen su función de forma complementaria y su desarrollo no se considera urgente.

Un gran número de detallistas, especialmente de las rutas de los mercados sobre ruedas y de tianguis y, en menor proporción de los mercados públicos, son empleados o comisionistas de los mercados de Iztapalapa.

Por lo tanto, podemos concluir que el comercio de alimentos proviene del campo, de la industria y del mar. Los productores de algunas industrias no distribuyen sus productos directamente,

sino que dejan éste trabajo a los mayoristas o bien existen fabricantes que además que producen bienes los distribuyen a los detallistas.

La producción agropecuaria tiene ciertos problemas, debido a que existe un gran número de pequeños agricultores que destinan cierta parte de su producción para su autoconsumo y por lo general posee poco o un nulo poder de negociación frente al mercado, utilizando así sus ingresos para su subsistencia.

Ahora bien, en México la industria alimenticia al igual que otras ramas presenta características especiales. Algunos estudios señalan que ésta industria se encuentra casi en manos de capitales extranjeros que por lo general buscan su beneficio y no a la alimentación de las clases populares.

"Existe sólo en 15 de las 89 ramas industriales investigadas, cuya participación mayoritaria es de empresas de capital extranjero. 5

En la ciudad de México, como se señaló al principio, se puede decir que existe competencia imperfecta con características monopolísticas 6 con distorsiones en el proceso comercial, debido a la desmedida intervención de los agentes intermediarios los que actualmente provocan problemas de carácter económico y social presentándose desde el origen de la producción hasta el consumidor final.

5 Alimentación reto de México. BANAMEX. 1980

6 Se dice que existe una competencia monopolista, cuando existen muchas empresas, que producen un bien o servicio que está ligeramente diferenciado de los demás.

Esta problemática ha traído como consecuencia:

- Una concentración en el ingreso de los productores.
- Desaliento en la producción de productos de consumo generalizado.
- Irracionalidad en los precios, lo que trae como consecuencia una disminución del poder adquisitivo del consumidor incrementándose de esta manera el ingreso del agente intermediario.

3. PRODUCCION Y DISTRIBUCION HACIA LOS CENTROS DE COMERCIALIZACION

Existe en nuestro país una gran necesidad de incrementar la producción de alimentos básicos, que podría ser mediante un aumento en los rendimientos, y considerar si a largo plazo podría ampliarse la superficie cultivada, sustituyendo cultivos de menor prioridad, como ya se mencionó anteriormente, y utilizar mejores insumos y nuevas técnicas.

Con un incremento de la producción, mediante el uso de técnicas modernas frecuentemente origina un desplazamiento en la mano de obra hacia otras actividades; como programas laborales, artesanales industriales o de servicio.

Se considera que un incremento en la producción de alimentos básicos, deberá estar encaminada a satisfacer la demanda nacional. Crear una adecuada política de alimentación complementada con programas regionales que logre la autosuficiencia en materia de alimentos básicos.

Otro punto importante, sería el de asignar los recursos necesarios y determinar las formas de organización económica más convenientes, para producir esos satisfactores, según las necesidades sociales y no sólo al lucro de algunas empresas.

Este apartado establece, por su importancia el cuadro de alimentos que a continuación aparece:

CUADRO DE ALIMENTOS BASICOS

3.1 Granos (arroz, frijol, maíz y trigo).

3.2 Carne (Bovinos, porcinos, ovinos, caprinos y aves).

- 3.3 Huevo, pollo y leche.
- 3.4 Pescado.
- 3.5 Oleaginosas (ajonjolí, soya y algodón).
- 3.6 Azúcares.
- 3.7 Verduras.
- 3.8 Tubérculos.
- 3.9 Frutas.
- 3.10 Agua Potable.

Se debe cuidar que los instrumentos que utilice la política de fomento no eleven excesivamente los precios finales de los artículos que constituyen la dieta básica. En algunos casos, la industrialización de ciertos alimentos absorbe la producción de éstos en estado fresco, ocasionando un alza especulativa de los precios, lo que debe evitarse mediante una planeación adecuada.

Aparentemente la mayoría de los artículos incluidos en la dieta básica requieren de poca o de ninguna industrialización, sin embargo es obvio que cuando se produce una escasa capitalización y con tecnologías primitivas los rendimientos son pobres aunque la tierra sea de buena calidad.

Durante el proceso de industrialización el crecimiento urbano y la mejoría de la dieta exigen que la producción de un campesino alcance para alimentar varias familias. Este objetivo sólo puede alcanzarse cuando se aplican conocimientos científicos a la producción, o sea, cuando se utilizan procedimientos que requieren de una moderna tecnología de una capacitación más o menos intensiva y de una organización empresarial de las unidades productivas.

3.1 GRANOS (ARROZ, FRIJOL, MAIZ Y TRIGO)

La producción de granos básicos ha estado a cargo principalmente en manos de productores, con dispersión parcelaria, baja productividad, limitados niveles de organización productiva, que los imposibilita atender la creciente demanda de estos productos. Lo anterior se demuestra en el cuadro No. 2 y 2-A y en la grafica No. 1 del anexo estadístico.

Por su importancia, los granos seleccionados para su estudio son los que a continuación aparecen:

- a. Arroz
- b. Frijol
- c. Maíz
- d. Trigo

Las cifras estadísticas del cuadro No. 2 y 2-A en el anexo estadístico, muestran que la producción de granos básicos es fluctuante durante casi una década (1980-1989), con una posible recuperación para 1985, sin embargo entre los años 1986 - 1988 la producción empieza a bajar considerablemente para recuperarse en 1989 y con buenas perspectivas para 1990 (ver gráfica la No. 1 del anexo estadístico).

Ahora bien, a pesar de lo antes expuesto, las posibilidades de ser autosuficientes en granos son positivas mediante la planeación y política de precios adecuada, además es necesario que la producción y comercialización de los principales insumos y de maquinaria y equipo no se haga con un criterio mercantil sino considerando sus efectos en el producto final.

3.2 CARNE (BOVINOS, PORCINOS, OVINOS, CAPRINOS Y AVES)

Debe darse más impulso a la industria pecuaria mediante la investigación para lograr forrajes y alimentos balanceados, además la cría de ganado puede hacerse en algunas áreas inadecuadas para los cultivos agrícolas, como son las lomerías y las zonas semiáridas.

Es urgente enfrentarse al problema que significa el oligopolio ejercido por las empresas transnacionales en el terreno de alimentos concentrados, los pies en cría, sueros y vacunas que afectan también a los insumos industriales requeridos por la actividad avícola y porcícola incidiendo principalmente sobre los pequeños y medianos productores que se ven desplazados del mercado por la disminución de sus márgenes de utilidad.

Estudios de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos revelan que en nuestro país la superficie destinada a la actividad pecuaria es de aproximadamente 128 millones de hectáreas, esto es, el 65 % del territorio nacional. ²

La producción pecuaria se observa en cuadro No. 3 del anexo estadístico, así como en la gráfica No. 2 del mismo anexo con una situación similar a la de granos básicos (1986-1989) donde nos muestra un decremento en su producción, mientras que para 1990 se observa una posible recuperación .

La contradicción es que siendo México un país ganadero, su población en algunos casos no consume carne. Se explica entre otras cosas, porque la comercialización del producto está sujeta a la conocida verdad y de la cual ya hemos hablado

² Revista del Instituto Nacional del Consumidor (INCO). Julio 1984.

anteriormente, "el intermediarismo", que provoca que del rancho del productor al consumidor el precio de la carne se multiplique hasta en un 1,500 %. ^g

El proceso mediante el cual la carne llega al Distrito Federal se encarece debido al intermediarismo que sufre antes de llegar al público consumidor.

En la Ciudad de México y área metropolitana existe desde 1966 un reglamento de libre introducción que permite realizar el abasto. En la práctica, esta actividad comercial es monopolizada por un grupo de acaparadores que fijan el precio.

La cadena de intermediación comienza en el productor quien vende el kilo de carne de ganado en pie al llamado "celeador o transportista", éste engorda el ganado en sus corrales y los traslada a los principales centros de consumo para venderlos al "coyote o comisionista", posteriormente, éste se lo vende al introductor a un precio convencional, quien después de beneficiarlo lo expende al precio oficial. ^g

Entre el introductor y el tablajero se encuentra el marcador de canales y el transportista. En algunos rastros como Industrial de Abastos (IDA) el transportista cobra un cierto porcentaje de la carne que distribuye adicional al porcentaje que por costumbre le corresponde al chofer del camión repartidor.

Entre 1985 y 1986 la situación por la que atravesó la ganadería bovina fue difícil debido a que sus precios se mantuvieron por debajo de los índices de inflación por lo que se consideró un

^g Revista del Instituto Nacional del Consumidor (INCO). Julio 1984.

^g IDEM.

ajuste necesario que permitiera que esta actividad se convirtiera en una actividad rentable.

Durante 1987 el precio oficial de la carne de ganado bovino se fue ajustando a tasas de acuerdo a la inflación observada.

3.3 HUEVO, POLLO Y LECHE

Nuestro país realiza esfuerzos para lograr que la producción de alimentos básicos sea mayor que el crecimiento demográfico y poder proporcionar la cantidad necesaria de alimentos.

Huevo.- es un alimento importante, tanto por su grado de nutrición como por ser relativamente más "barato" que otros alimentos, también el alto valor proteínico.

Si bien es cierto, que el huevo es una de las fuentes más accesibles en proteínas, también es preciso advertir que tiene un alto nivel de colesterol, superior a las cantidades de esa sustancia contenidas en cualquier otro alimento.

La distribución de este producto se realiza a través de tres niveles de intermediación:

a).- El primero está constituido por los mayoristas independientes o los mayoristas representantes de los grandes productores.

b).- El segundo es el de los llamados medio mayoristas quienes funcionan como intermediarios entre los mayoristas y los detallistas.

c).- Los detallistas conforman el último nivel, al que pertenecen

las tiendas y mercados que expenden directamente al público éste producto.

Este proceso de intermediación perjudica en primer lugar al consumidor, y al mismo tiempo al pequeño y mediano productor.

La producción de este producto, indica un incremento y decremento en forma variable de 1986 a 1989, con una proyección hacia la baja para 1990 y 1991. (ver el cuadro No. 4 del anexo estadístico).

Pollo.- Actualmente el pollo es el tipo de ave que más se consume en México. Las aves provenientes del campo, criadas de manera tradicional, son más nutritivas, sin embargo, debido a la relativa libertad en la que habitan, sus músculos trabajan más que los de aquellas que se encuentran en un medio artificial, por lo que su carne es más dura y fibrosa.

Leche.- La producción de leche de ganado bovino es superior a la de ganado caprino aunque su decremento se presenta en ambos casos de 1986 a 1989 que tiende a la baja, para después recuperarse hasta 1990 (ver cuadro No. 4 del anexo estadístico).

La leche al igual que el huevo debería consumirse más por su contenido sobre todo en áreas rurales. Un mayor consumo podría lograrse con la reducción en sus precios.

3.4 PESCADO

A pesar de que México posee extensos litorales y abundancia en ríos y lagunas, el pescado no constituye uno de los alimentos principales en la dieta de la población en general. Esto se debe,

entre otros factores, a que éste producto es de fácil descomposición y no se cuenta con las instalaciones que requiere un moderno sistema de transporte, conservación y distribución, ocasionando problemas para que el pescado llegue a la población de menores ingresos y más aún a la que está localizada a grandes distancias de los centros de producción.

El proceso de comercialización depende de los productores y compradores en playa, así como de algunas empresas introductoras, las cuales tienen la capacidad para controlar el precio al menudeo lo que implica un encarecimiento del producto.

3.5 OLEAGINOSAS (ajonjolí, soya y algodón)

Las grasas ocupan un lugar importante en una dieta balanceada, por lo que es necesario fomentar la producción de semillas oleaginosas de temporal como:

Ajonjolí.- Esta semilla durante la década de estudio ha tenido una producción variable con incrementos y decrementos hasta 1985 tendientes a una baja producción hasta 1989 y perspectivas de altas para 1990 y 1991 (ver cuadro No. 5 y 5-A del anexo estadístico). Le corresponde a los ciclos primavera- verano 1987-1990 (promedio) un incremento en su producción partiendo de una buena superficie sembrada y una superficie cosechada en condiciones poco favorables, lo anterior se demuestra en la gráfica No. 3 del anexo estadístico.

Soya.- Al igual que otras semillas, la producción durante 1980-1989 observó incrementos y decrementos muy importantes con

posibles recuperaciones para 1990-1991 (ver cuadro No. 5 y 5-A del anexo estadístico). Mientras que los ciclos primavera-verano 1987-1990 (promedio) mostraron un crecimiento en su producción. Durante el mes de septiembre la producción promedio se incrementó muy considerablemente mientras que para octubre y noviembre se observó un ligero incremento para los siguientes meses. (ver gráfica No. 4 del anexo estadístico).

Por lo anterior podemos decir que la soya se perfila como un importante alimento para el consumo humano, sin embargo, requiere ser sometida a ciertos procesos industriales.

Algodón.- Su análisis resulta ser importante debido al incremento constante en su producción excepto en 1989 en donde mostró una importante baja (ver cuadro No. 5 y 5-A del anexo estadístico). Durante los ciclos primavera-verano 1987-1990 promedio, la producción también se incrementa, aunque su superficie sembrada haya sido muy superior a la cosechada, como lo muestra la gráfica No. 5 del anexo estadístico.

La industria nacional de aceites y grasas comestibles forma parte de un sector manufacturero y proporciona al consumidor productos de la canasta básica, a la vez que abastece otras ramas con productos intermedios como pastas y algunos aceites no comestibles. Los insumos más importantes de ésta industria son las semillas oleaginosas como son: la soya, el girasol, el algodón, la canola y la copra, algunas de ellas mencionadas anteriormente.

Durante la década de los 70's y la mitad de los 80's, la industria aceitera experimentó una expansión importante, puesto

que creció a una tasa anual de 4.7 % . 10

La estructura del sector se divide en dos áreas:

- La industria molinera.- obtiene aceites crudos y pastas proteínicas a partir de las oleaginosas.

- La industria integrada.- Que siendo molinera, cuenta con procesos de refinación hasta llegar al producto terminado. Pero existe una gran dependencia entre ambas, ya que el sector molinero completa el abastecimiento del sector integrado con su producto principal que es el aceite crudo.

Debido al insuficiente abasto de insumos nacionales, se importó durante 1990 el 80 % de los requerimientos de semillas oleaginosas. 11

3.6 AZUCARES

Aunque no tiene valor proteínico sino sólo calórico, se considera que en la actualidad el elevado consumo medio de azúcar no presenta problemas en abastecimiento. Sin embargo, la creciente demanda industrial de éste artículo tiende a reducir los excedentes exportables, por lo que tal vez, en un plazo de cinco años, la producción deje de ser suficiente para atender la demanda internacional.

10 Aceites y Grasas de Origen Vegetal. Monografía. SECOFI. 1991.

11 IDEM.

3.7 VERDURAS

No se presentan problemas difíciles en la producción y consumo de jitomate, cebolla, chile, calabacitas y otras especies de gran demanda.

Jitomate.- Es una verdura que más se utiliza en la preparación de alimentos y en alguna ocasión en jugos.

Su importancia radica en el hecho de que durante 1984 participó con el 35.5% del volumen del valor de la producción nacional de las principales hortalizas. 12

Durante los últimos 15 años, la producción del jitomate en México muestra un comportamiento ascendente, excepto el período 1985-1986.

Las principales zonas productoras que abastecen a la Ciudad de México son: Sinaloa (Culiacán), Baja California Norte (Ensenada), Morelos (Atlatlahuacan, Cuautla, Tlalnepantla, Tlayacapan, Totolapan y Yautepec), San Luis Potosí (Aristas), y Jalisco (Autlán).

El consumo de jitomate en el Distrito Federal se estimó durante 1986-1987 en una cifra cercana a los 550,000 ton. al año, (ver el cuadro No. 6 del anexo estadístico).

Chile.- El chile se consume en México en mayor cantidad que en cualquier otro país del mundo. Esta verdura fue una de las aportaciones principales del nuevo mundo a la cultura universal.

El chile se puede encontrar en cualquier época del año, ya sea fresco, seco o molido. Su producción es variable, se incrementa o se decrementa durante el período de estudio 1980-1989. (ver el cuadro No. 6-A del anexo estadístico).

12 Dirección General de Estudios y Estadística Sectorial. SARH. 1987

3.8 TUBERCULOS

El origen de la papa se pierde en la antigüedad, pero fue realmente conocida cuando los españoles encontraron en América del Sur, extensos cultivos que los indígenas destinaban para su alimentación, en especial en los altiplanos de Bolivia y Perú, en Colombia y en las regiones costeras de Chile.

A fines del siglo XVI fue introducida a España de donde se extendió a Italia y poco después llegó a Inglaterra.

La papa es el tubérculo de una planta herbácea de la familia de las solanáceas, con bajo contenido de proteínas. Contiene mucha agua, aproximadamente un 78%

En virtud de los alentadores resultados que han tenido las investigaciones relacionadas con la conservación de la papa, así como de precios relativamente reducidos de esta y otras raíces feculentas, puede constituir una buena fuente de suministro de carbohidratos, sobre todo para los sectores de bajos ingresos. Como se menciona anteriormente la papa ha sido básica en la dieta de muchos países europeos, pero siempre acompañada de huevo o de alguna carne, la falta de éste complemento puede explicar el hecho de que el consumo de papa no esté muy difundido en México.

3.9 FRUTAS

La fruticultura es una actividad muy compleja, que requiere de fuertes inversiones y de una aplicación casi constante de mano de obra, pero los rendimientos que proporciona son mas elevados que los de otros cultivos. A las frutas en general se les ha

considerado como golosinas o como artículos de lujo, cuando en realidad son buenos nutrientes, pues además de suministrar calorías, poseen un alto contenido de vitaminas y minerales.

En términos generales la fruta no siempre es barata, es más en ocasiones su costo se eleva bastante, pero si tomamos en cuenta que para cada una de ellas existe su temporada, la situación se torna favorable. En temporada alta, la producción sube y por lo tanto los precios tienden a bajar y es cuando el consumidor debe adquirir los montos que les correspondan.

El INCO publicó en una de sus revistas un calendario frutícola para adquirir frutas de estación, el cual se menciona a continuación:

CALENDARIO FRUTICOLA

Enero.- Aguacate mejorado, granada, fresa, tejocote, chicozapote, coco, guanábana, lima, limón, mandarina, naranja, papaya, plátano, tamarindo y zapote negro.

Febrero.- Aguacate mejorado, aguacate criollo, fresa, ciruela del país, chicozapote, coco, guanábana, lima, limón mexicano, mandarina, mamey, marañón, naranja, papaya, piña, plátano, tamarindo, y zapote negro.

Marzo.- Aguacate mejorado, aguacate criollo, granada, fresa, ciruela del país, chicozapote, coco, guanábana, limón, melón, mango, naranja, papaya, piña, plátano, sandía, tamarindo, zapote negro.

Abril.- chabacano, limón mexicano, fresa, mandarina, naranja, papaya tamarindo, plátano, mamey, mango, melón, piña y sandía.

Mayo.- Higo, fresa, mamey, mango, melón, mandarina, naranja

(cajera), naranja para jugo, papaya, plátano, piña, sandía, tamarindo y pera.

Junio.- Guayaba, manzana, toronja, uva, aguacate, capulín, ciruela amarilla, ciruela roja, chabacano, granada roja, higo, limón mexicano, mamey, mango y melón.

Julio.- Dátil, nuez de castilla, aguacate, capulín, ciruela amarilla, ciruela roja, chabacano, granada roja, durazno, guayaba, higo, limón mexicano, mango, manzana, melón, membrillo, mandarina, naranja cajera, naranja para jugo, papaya, plátano, pera, piña, sandía, tamarindo, toronja y uva.

Agosto.- Aceituna, aguacate, capulín, ciruela amarilla, ciruela roja, chabacano, dátíl, durazno, granada roja, guayaba, higo, lima, limón, mango, manzana, melón, membrillo, mandarina, nuez de castilla, naranja cajera, naranja para jugo, papaya, plátano, pera, sandía tamarindo, tejocote, toronja y uva.

Septiembre.- Aceituna, aguacate, capulín, ciruela amarilla, guayaba, higo, lima, limón, mango, manzana, melón, membrillo, mandarina, naranja, nuez de castilla, papaya, plátano, pera, sandía, tamarindo, tejocote, toronja y uva.

Octubre.- Aceituna, aguacate, chicozapote, dátíl, durazno higo, granada roja, guayaba, lima, limón, manzana, membrillo, mandarina, naranja (cajera y para jugo), nuez de castilla, papaya, plátano, pera, sandía tamarindo, tejocote, toronja y uva.

Noviembre.- Aceituna, chicozapote, dátíl, guayaba, lima, limón, mandarina, naranja cajera y para jugo, nuez de castilla, papaya, plátano, tamarindo, tejocote y toronja.

Diciembre.- Aceituna, chicozapote, dátíl, guayaba, lima, limón

mexicano, mandarina, naranja (cajera y para jugo), papaya, plátano, tamarindo, tejocote y toronja.

Estudios elaborados por la Coordinación General de Abasto y Distribución del D.D.F. señalan que son 14 frutas las que sobresalen por su importancia en cuanto a su producción y consumo y dentro de las cuales se pueden mencionar las siguientes:

Aguacate.- El aguacate es un fruto altamente perecedero, por esto debe comprarse el mismo día que vaya a consumirse, cuando mucho unos días antes, dependiendo de su estado de madurez.

Plátano.- puede llegar a ser un alimento básico, porque tiene cualidades semejantes a la papa y los cereales.

Naranja.- es una de las frutas mexicanas que más consume la población. Según datos estadísticos, cada persona consume al año 23.8 Kg. de este producto. 13

La magnitud que adquieren los indicadores asociados al cultivo de éste cítrico en nuestro país pone en manifiesto la importancia que tiene en la alimentación de la población.

La naranja por su consumo, sobre sale de las catorce frutas más importantes que la población utiliza en su dieta.

Los principales estados productores de naranja son: Veracruz, Nuevo León, San Luis Potosí y Tamaulipas.

Durante los meses de julio y agosto se reduce considerablemente la producción en el estado de Veracruz, que se destina principalmente a la satisfacción de la demanda interna.

La mayor parte de este producto se consume en estado fresco, mientras que una pequeña parte se destina a la industria para la

elaboración de derivados, cuyo destino se dirige tanto al mercado nacional como al internacional.

3.10 AGUA POTABLE

El agua es uno de los recursos naturales más usados por el naturismo, ya sea interna o externamente. Es la bebida ideal (desde luego hervida).

El agua es un elemento esencial de la vida, la cantidad mínima indispensable que requiere el ser humano es de 2.5 lts. al día la que ingiere en forma de bebidas o como parte de otros alimentos. La cantidad de agua consumida varía de acuerdo con los factores de carácter socioeconómico, cultural y climatológico.

CAPITULO II

ESTRUCTURA COMERCIAL Y

FUNCIONAMIENTO DE LOS PRINCIPALES

CANALES DE DISTRIBUCION

CAPITULO 11

ESTRUCTURA COMERCIAL Y FUNCIONAMIENTO DE LOS PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCION

Para la Ciudad de México, una de las urbes más poblada del mundo, el abasto y distribución de los alimentos resulta ser una tarea difícil. Sin embargo, posee los elementos necesarios para analizar como se encuentra integrada la estructura del comercio en el Distrito Federal.

El presente capítulo se analiza en 6 apartados, debido a que la distribución de los productos de consumo básico presenta diversas características, de acuerdo al giro y/o canal de comercialización; las actividades que se realizan en los mercados públicos, tianguis, mercados sobre ruedas, y autoservicios aparece en los cuatro primeros apartados de éste capítulo. Las causas que dieron origen a la central de abasto así como su estructura y funcionamiento aparece en el quinto apartado.

Para los productos agrícolas perecederos y no perecederos, se cuenta con las instalaciones de la central de abasto en la Delegación Iztapalapa, que anteriormente realizaba sus actividades en el centro de la ciudad (La Merced), así como en el Mercado de Jamaica.

Los productos pesqueros tienen su principal centro de distribución localizado en la calzada de La Viga, 1 mientras que los productos pecuarios su principal centro de distribución se

1 Este centro de distribución realizó sus operaciones hasta febrero de 1993, posteriormente fué trasladado a la central de abasto.

localiza en el Rastro de Ferrería. ²

Con respecto a los autoservicios, éstos pueden ser de carácter privado y oficial. Dentro de los primeros pueden distinguirse diferentes tipos que varían de acuerdo a los volúmenes de venta, sus costos de operación y los niveles de ingreso vigentes en la zona donde operan. Los segundos cuentan con características similares a los primeros, con la diferencia que tienen clientela específica, esto es, son para dar servicio a trabajadores de algunas dependencias o de empresas paraestatales.

El último apartado analiza al pequeño comercio, que también forma parte de nuestra estructura comercial y es considerado como comercio detallista. El pequeño comercio resulta ser es el último eslabón en la cadena de distribución, como se menciona en el capítulo anterior, segundo apartado, es quien literalmente le da la cara al consumidor.

² Las funciones del rastro fueron modificadas durante el primer semestre de 1992, la matanza de ganado ya no se realizó en este centro de distribución. 44

1. MERCADOS PUBLICOS

El mercado ha sido en México, desde Tlatelolco, una institución fuerte y magnífica. A principios de la época colonial, el Mercado de la Merced, empieza a ser el mercado mayorista más importante de México.

Ahora bien, también existían ferias, una costumbre en la época colonial, que continuó durante el periodo independiente, muchas de las que ahora conocemos como la de San. Marcos, que se iniciaron en aquél entonces.

Posteriormente a los desajustes de producción y comercialización provocados por la guerra de independencia siguió un periodo de expansión. Consumada ésta, el Estado autorizó la libre importación de toda la mercancía requerida con el fin de proporcionar el desarrollo de la incipiente industria de nuestro país.

Sin embargo, no fue sino hasta 1933 cuando el presidente en turno, Abelardo L. Rodríguez inició un plan para mantener la actividad comercial en condiciones favorables. En los años siguientes cada gobierno dedicó una parte importante de los recursos a la creación de nuevos mercados que contarían con: cámaras de refrigeración, amplios pasillos, iluminaciones, sanitarios, comedores y hasta guarderías.

Es conveniente recordar que en 1940 la Ciudad de México tenía un millón 750 mil habitantes y contaba con 8 mercados públicos.

Actualmente tiene 8 millones 235,744 habitantes y 318 mercados. 3

(ver cuadro No. 7 del anexo estadístico).

Entre 1940 y 1949 la población aumentó y el número de mercados no pasó de ocho, lo que provocó un gran problema urbano debido a la falta de servicios y equipamiento comercial.

Durante los años 50 los órganos del gobierno capitalino decidieron tener una participación más efectiva en el ámbito comercial y pusieron énfasis en la modernización de las instalaciones y en medidas tendientes a reglamentar el funcionamiento de los mercados. A partir de entonces se inició la construcción a gran escala y se edificaron los mercados de La Merced, La Lagunilla y Jamaica, entre otros. Se elaboró el Reglamento de Mercados Públicos para regular su funcionamiento.

Sin embargo, las medidas tomadas no fueron suficientes para evitar la aparición de grupos que controlaron el abasto de la Ciudad de México y que decidían los precios de las mercancías en forma unilateral. Tampoco se podía controlar el crecimiento de una intermediación excesiva. Motivado por la demanda de establecimientos, el Departamento del Distrito Federal construyó entre 1950 y 1970 ciento setenta y ocho mercados y modernizó los existentes. Sin embargo, esto no solucionó el problema de abasto. Por lo cual entre 1971 y 1989 se construyeron 108 mercados más.

Los mercados públicos poseen las siguientes características:

- a) Están localizados en lugares determinados, lo que significa que tienen clientela mas o menos determinada y constante;
- b) El volumen potencial de estos mercados depende del nivel de ingreso de la zona;
- c) Por lo general el grueso de la venta es de productos sin procesar;

d) Existe competencia, debido a que se encuentran dentro del mercado varios puestos que venden una misma línea de productos.

Regularmente, en las grandes Ciudades se encuentra uno con varios mercados importantes que realizan las labores de mayoreo y menudeo. De ahí llegan a surtirse varios mercados municipales o locales, así como pequeños comerciantes.

En el caso de la Ciudad de México nos encontramos con algunos mercados importantes, como son; San Juan, Jamaica, Tepito, Sonora, el casi extinto de La Merced.

El mercado de Jamaica es el encargado de la venta de frutas, verduras, abarrotes y dulces; el rastro de ferrería para el abastecimiento de carne, así como los mercados de Tepepan y La Viga para la distribución de pescados y mariscos. También existen otros mercados, como el de San Camilito, situado en el Centro Histórico de la Ciudad, el cual trabaja durante las 24 horas; los 75 locatarios ofrecen servicio de alimentos típicos a los vecinos y visitantes de la Plaza Garibaldi, éste tipo de mercados es por lo regular para turistas.

Los mercados públicos de menudeo tienen una importancia que depende del papel que desempeñan en el comercio urbano. Por un lado sus ventas de ciertos productos no son tan altas que se les considere como los primeros lugares en los canales de distribución. Pero, por el otro existen productos como frutas, verduras flores o carnes, que encuentran en los mercados públicos una importante manera de llegar al consumidor final.

Los mercados públicos han generado más comercio, pues sin contar

con una infraestructura adecuada se establecen a sus alrededores una serie de establecimientos que ofrecen sus servicios.

En los mercados públicos los locatarios tienen una serie de gastos, por la renta de sus locales, pago a empleados y, en menor proporción, las mermas de sus productos. Debido a estas condiciones, al volumen reducido de sus ventas determina la necesidad de los locatarios de obtener márgenes de comercialización superiores a otros canales de distribución, lo que se convierte en precios de venta más altos. En estas circunstancias y en vista de la fuerte competencia por otros canales de distribución, un gran número de locatarios en los mercados públicos han abandonado total o parcialmente sus locales, para dedicarse a vender sus productos en los tianguis o mercados sobre ruedas.

2. TIANGUIS

Los tianguis resultan ser otra de las formas en que se presentan los mercados temporales.

La arraigada costumbre en México (que arranca desde la época prehispánica), de hacer mercado al aire libre, persiste en el Distrito Federal, algunos en versión más moderna, que son los "mercados sobre ruedas".

Existe en nuestra ciudad tianguis dominicales (en diferentes días de la semana) con vigor e importancia de antaño, algunos de ellos de chatarras y de objetos usados; turistas, artistas, intelectuales y coleccionistas que concurren con frecuencia a los tianguis de La Lagunilla, entre otros 15 o 20 dominicales se organizan en distintos rumbos del Distrito Federal (como el de Tepito, el de la colonia San Felipe de Jesús, el de doctor Norma especializado en refacciones usadas, herramientas y chatarra, el de Portales y otros más).

En el caso de tianguis para la venta de productos alimenticios, estos canales de distribución se establecen en diferentes lugares cada día de la semana; lo que significa que su clientela se multiplique siete veces. Por lo tanto se deduce que éstos canales de distribución logran mayores ventas por cada locatarios que los mercados públicos. (ver cuadro No. 7 del anexo estadístico).

En los tianguis, concentraciones, mercados públicos y pequeño comercio el control de precios consiste en la competencia que se ejerce en la oferta a través de mercados sobre ruedas.

Es importante mencionar que los mercados públicos y los tianguis, resultan ser líderes, en cuanto a que el 60 % del total de su

mercancía sale de la Central de Abasto. 4

La Coordinación General de Abasto y Distribución del Departamento del Distrito Federal reinició el programa de "Jornadas de Abaratamiento" en varias delegaciones durante 1990. Estas Jornadas promovidas por la Dirección de Mercados Móviles de la Subcoordinación de Modernización Comercial, que consiste en lograr que los comerciantes de los tianguis puedan ofrecer hasta un 30 % de descuento durante los cuatro primeros meses se consiguió alcanzar el objetivo en la diferentes rutas de los tianguis por semana. 5

4 I Congreso sobre Comercialización de Productos Agropecuarios, Central de Abasto (CEDA), Noviembre, 1988.

5 Coordinación de Abasto D.D.F. (COABASTO). Revista No. 5 1991.

3. MERCADO SOBRE RUEDAS

Durante diciembre de 1969 para experimentar nuevos métodos de comercialización, que permitieran mediante un trato directo entre "productores y consumidores" un abatimiento sensible en los precios de los productos de primera necesidad empezó a operar el Programa de Mercado Sobre Ruedas.

Dentro de las medidas adoptadas por la Secretaría de Industria y Comercio, para llevar a cabo un mejor funcionamiento, fueron:

- a) Se suprimieron algunos giros comerciales por no considerarse productos de primera necesidad.
- b) Se definieron requisitos, de acuerdo a cada giro comercial que las personas que los soliciten deberán cumplir para la venta de sus productos.
- c) Se mantiene un sistema diario de cotizaciones con la finalidad de fijar los precios en las rutas, para vigilar su cumplimiento existe un equipo de supervisores para el adecuado cumplimiento de precios y calidades.
- d) En el renglón de inspección sanitaria, dio principio un Plan Conjunto con la Secretaría de Salubridad, para el control principalmente de carnes, huevo, lácteos, pescados y mariscos.

Este tipo de mercado al igual que los tianguis se establecen en diferentes lugares durante la semana, y debido a esto su clientela también se incrementa. Por lo tanto sus ventas en los diferentes giros comerciales que tienen resultan ser satisfactorias. El número de mercados sobre ruedas en la Ciudad de México aparece en el cuadro No. 7 del anexo estadístico.

En los mercados sobre ruedas, sus precios de venta están

controlados de acuerdo a una política de abaratamiento del costo de la vida.

Otra característica común a estos canales de distribución consiste en los elevados costos de abastecimiento que tienen los locatarios, por concepto de intermediación a través de las centrales de abasto, esto es, tienen gasto de renta de camionetas para el transporte de sus productos, gastos por concepto de uso de "diablos", pago de macheteros, etc.

Después de analizar algunas características de los mercados sobre ruedas podemos concluir que para el caso de algunas Ciudades como el Distrito Federal surgen algunos inconvenientes:

- Los vendedores de los mercados sobre ruedas, son tan sólo comerciantes como lo son los de los mercados públicos y tianguis y no productores o campesinos al mismo tiempo.
- En el Distrito Federal existen otras formas de satisfacer la demanda de bienes alimenticios, como son: mercados públicos, autoservicios, tiendas oficiales, etc.
- En algunas ocasiones los mercados sobre ruedas y los tianguis que se ubican en la vía pública provocan problemas de tráfico y suciedad.
- Por último si uno de los objetivos de estos canales de distribución es ayudar a la economía familiar, resulta cuestionable ver algunas rutas de tianguis y sobre todo de mercados sobre ruedas en colonias de alto nivel socioeconómico.

4. AUTOSERVICIOS

Las cadenas de autoservicios presentan una estructura de costos diferente a los anteriores canales de distribución, y se dividen en:

- Privados.- Estos están ubicadas generalmente en zonas de ingresos medios o elevados o bien con posibilidades de atraer grandes volúmenes de clientela.

En términos generales, los autoservicios utilizan "ofertas" con el propósito de atraer clientela a la compra de la mayor parte de sus productos. Sus ventas por lo general son elevadas en volumen aunque sus márgenes de comercio son relativamente reducidos.

En estos canales de comercialización el cliente tiene la libertad de escoger el producto que busca, de esta forma los autoservicios realizan la distribución de giros de tal manera que permiten satisfacer las necesidades de la clientela.

Los autoservicios por lo regular, poseen sus sistemas de abastecimiento desde el productor. Esto puede significar que sus márgenes totales de comercio son más elevados, puesto que son del precio al menudeo al precio al productor.

- Oficiales.- Las cadenas oficiales de comercialización (CONASUPO, ISSSTE, SECRETARIAS, ETC.) tienen establecidas sus tiendas para un determinado sector de la población de acuerdo a sus atribuciones. Las cadenas de autoservicio poseen un 15 % del total de productos que egresan de la Central de Abasto. 6

Dentro de los autoservicios oficiales, es necesario por su

importancia, mencionar a la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO).

El sistema CONASUPO se inicia aproximadamente en 1937 cuando se establece el Comité Regulador del Mercado de Trigo que funcionó solamente un año, más tarde entre 1940-1941, funcionó el Comité Consultivo de los Artículos de Consumo Necesario. De 1938 a 1961 operó la Compañía Exportadora e Importadora Mexicana, S.A. (CEIMSA).

El 25 de marzo de 1961 se constituye la Compañía Nacional de Subsistencias Populares, S.A.(CONASUPOSA), para sustituir la antigua CEIMSA la cual operó hasta 1965, y por último por decreto presidencial publicado el 10 de abril de 1965, se creó la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO) como organismo público descentralizado del Gobierno Federal, que persigue como objetivo regular las relaciones de intercambio del mercado de las subsistencias populares entendida como la reducción y estabilización de los márgenes de comercialización, considerando que éstos están integrados por las diferencias entre los precios al agricultor, al industrial, al comerciante y al consumidor final. 2

En el siguiente capítulo se analizará más a fondo el Sistema Conasupo como Acción reguladora del Estado.

5. CENTRAL DE ABASTO

El Mercado de La Merced, fue considerado como el más grande de la Ciudad de México y del país, actualmente tiene los siguientes límites: al norte la calle de General Anaya (continuación de República del Salvador); al oriente la del Rosario; al sur la de Adolfo Gurrion; al poniente la de Cabaña, que es un espacio abierto en su mayor parte hacia anillo de circunvalación. Las partes principales del mercado son: La nave mayor que contiene puestos para la venta de frutas, verduras y legumbres; la nave menor con expendios de abarrotes, carnes y pescados, y un anexo con comercios de hojalatería, tabaquería y jarciería. Frente a la nave mayor hay 3 secciones: la destinada a juguetería popular y diversos artículos típicos, la de venta de flores y plantas de ornato y el mercado de dulces (hasta 1991).

La Merced había sido desde antes de la dominación española un lugar en donde nuestros antepasados realizaban el trueque de productos. El intercambio y la venta de mercancías se realizaba sobre una superficie de 40 mil 142 metros cuadrados llegando a albergar más de 10 mil 200 comerciantes. Este mercado lo inauguró en 1957 el entonces regente de la Ciudad Ernesto P. Uruchurtu, durante el período del presidente Adolfo Ruiz Cortínez. B

Con el paso de los años las condiciones higiénicas, las facilidades para la compra de mercancías eran desfavorables y se empezaron a formar lacras sociales e inseguridad general. La Merced llegó a ser el núcleo comercial más importante de país

debido a que además de satisfacer el consumo de la Ciudad de México intervenía en el abasto y la distribución de otros mercados y centro financiero de siembras nacionales.

El crecimiento demográfico de la últimas décadas, provocó grandes deficiencias comerciales y multiplicó los defectos del inadecuado sistema comercial vigente. Las características físicas y ambientales llegaron a impedir el desarrollo moderno y económico de las operaciones comerciales.

Ante la necesidad de reordenar los mercados mayoristas, obligó al Gobierno de la Ciudad a analizar la situación, durante 1968 para edificar una Central de Abasto. Así en 1980 se aprueba el plan para construirla y en mayo de 1981 dan comienzo las obras para que en noviembre de 1982 se inician las operaciones en esa Central de Abasto. (ver plano de la Central de Abasto en el anexo estadístico, gráfica No.6) Para satisfacer la demanda de más de 20 millones de habitantes de la Ciudad de México y zona conurbada, es necesario interrelacionarse con la totalidad de entidades federativas del país y agentes que intervienen en la cadena alimentaria.

El crecimiento de la Ciudad de México ha llevado a la central a comercializar el 40 % de la producción nacional de hortifrutícolas y satisfacer directamente el 80 % de los requerimientos del Distrito Federal. 2

Durante Agosto de 1985 se crea la Dirección General de la Central de Abasto con la finalidad de reestructurar la organización y funciones, integrar el manejo de los recursos humanos, materiales y financieros.

2- I bid. op. cit. pág. 53.

La Central de Abasto puede expresarse de dos formas diferentes:

a).- La cuantitativa, por su gran volumen de operaciones comerciales del país.

b).- La cualitativa, porque relaciona sus actividades con otras centrales de abasto que tienen diferentes estructuras productivas. (ver el cuadro No.8 del anexo estadístico.

Centrales de Abasto Latinoamericanas).

Es importante mencionar que la Central de Abasto se está consolidando poco a poco operativa y financieramente, por su variedad y su calidad de servicios, el uso de suelo y distribución (ver el cuadro No. 9 del anexo estadístico).

Este centro mayorista posee una infraestructura e indicadores importantes que reflejan sus operaciones más eficientes y funcionales en beneficio del proceso comercial de los productos alimenticios que requiere la Ciudad de México; cuenta con 1,828 bodegas un frigorífico de 15 mil metros cuadrados, se comercializan 16,000 ton. al día de abarrotes, frutas y legumbres, ingresan 1,640 vehículos diarios, existen aproximadamente 6,000 comerciantes establecidos, su operación genera más de 40,000 empleos permanentes y concurren más de 200 mil personas de manera cotidiana (ver el cuadro No. 10 del anexo estadístico).

Por lo anterior se resume que por la Central de Abasto de la Ciudad de México pasa más del 40 % de la producción nacional de frutas y verduras, que finalmente se convierte en consumo para la población de esta área y zona conurbada.

6. PEQUEÑO COMERCIO

El pequeño comercio ha subsistido en medio de serios problemas y dificultades. Los pequeños establecimientos conforman el 80% del número de comercios de todo el país. 10

Sus servicios son heterogéneos, puesto que van desde lo indispensable, como son los comercios de productos alimenticios: abarrotes y misceláneas, tortilleras, expendios de pescado y mariscos, expendios de vísceras, recauderías y expendios de frutas y legumbres. Existen también giros comerciales como: tlapalerías, ferreterías, materiales de construcción, etc., que forman parte del pequeño comercio.

Dentro de este contexto el pequeño comercio es muy importante, tanto por el número de establecimientos, como por la magnitud del abasto y fuente de empleo que representa. En 1984 existían en el país unos 500 mil locales destinados al pequeño comercio, los cuales daban ocupación a dos millones 500 mil personas, las ventas ascendían a 40 mil millones de pesos anuales. 11

Ahora bien, las tiendas de abarrotes se ubican en zonas rurales alejadas, y en áreas urbanas marginadas en donde no se establecen supermercados y centros comerciales. Con respecto a las tiendas en el Distrito Federal su distribución es de acuerdo a los niveles de ingreso, mencionadas en el capítulo anterior.

El ramo de abarrotes, que abastece a una gran parte de familias mexicanas, tanto de alimentos como de productos de uso continuo

10- Revista del Consumidor INCO No 143. 1989.

11- IDEN.

para el hogar, se integra por dos tipos de establecimientos: las misceláneas y tiendas de abarrotes. Las primeras disponen generalmente de un local de 3 a 9 metros cuadrados de superficie; cuenta con mostrador, estante y hielera; las atiende una sola persona. Las tiendas de abarrotes son, en ese sentido, más grandes; su extensión es de aproximadamente unos 10 a 20 metros cuadrados y tienen una superficie mayor, puesto que a su vez expenden, latería, artículos, de uso personal y lácteos. Además cuentan con una pequeña bodega y atienden, en promedio dos personas. 12

12 El comercio de alimentos en México, de Juan Mondoorn y Daniel Servitje. Ed. Trillas 1985.

CAPITULO III

INTERVENCION DEL ESTADO EN LA COMERCIALIZACION Y EL ABASTO

CAPITULO III

INTERVENCION DEL ESTADO EN LA COMERCIALIZACION Y EL ABASTO

El abasto de las ciudades es una de las acciones prioritarias del Estado. Cuando éstas crecen en desproporción y pueden romper el equilibrio entre la oferta y la demanda de bienes necesarios para la subsistencia de la población, ya sea por producción insuficiente o por una distribución defectuosa, dicho órgano debe participar en su solución.

En ambos casos el Estado interviene para sanear la situación y poder alcanzar los objetivos que él fije y que le permitan adquirir fluidez de los alimentos de la milpa a la mesa.

La Ciudad de México es una metrópoli sometida a todos los impactos que generan un crecimiento caudaloso que ha superado ciertas proyecciones. En tan sólo 40 años, de 1950 a 1990, la superficie urbanizada pasó de 23 mil hectáreas a 63 mil. Si se suman las áreas conurbadas que corresponden a la zona metropolitana, la cifra llega a 126 mil hectáreas. ¹

Para efectos de un análisis completo, este capítulo se divide en dos apartados. El primero presenta la reglamentación en materia de comercialización, desde lo más sobresaliente de la época independiente, hasta lo más importante de la década de los 80's. Regular el mercado de los alimentos básicos y garantizar su abasto entre la población, en especial la de escasos recursos, constituye la premisa central del Estado, en cuanto a la comercialización se refiere; y para el cumplimiento de éste

¹ Ciudad de México D.D.F. COABASTO. Revista No. 1. agosto 1990.

objetivo ha impulsado formas de regulación.

Para llevar a cabo la distribución equitativa del bienestar social, formula leyes, decretos, acuerdos, etc., que es una forma de regulación normativa.

El segundo apartado analiza el Sistema Conasupo como acción reguladora del Estado. Esta regulación es reconocida como operativa y se ejerce a través de la creación de empresas e instituciones públicas.

A partir de los años treinta se fue desarrollando la regulación normativa del estado en materia de subsistencias populares. La creación de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, anteriormente Secretaría de la Economía Nacional y Secretaría de Industria y Comercio, fueron creadas por el Estado así como otros organismos e instituciones de apoyo para la participación directa en el campo de la alimentación.

1. ANALISIS DE LOS PLANES Y PROGRAMAS DE MODERNIZACION DE LA COMERCIALIZACION Y EL ABASTO

Desde la época independiente la reglamentación estaba presente a través del funcionamiento de los mercados capitalinos, quienes deberían conservar sus horarios de funcionamiento. La ley del 16 de enero de 1841, establecía en su artículo 8^o que estarían "abiertos todos los días desde la 5.00 a.m. a las oraciones de la noche". 2

Dentro de otras disposiciones vigentes en 1864 señalaban que los cafés cerrarían a las 11:30 p.m., las tiendas mestizas podrían permanecer abiertas hasta las 10:00 p.m. 3

También establecieron reglamentación de expendios de bebidas alcohólicas el 10. de febrero de 1904, después de establecer que su comercio requería de una licencia previa de gobierno.

Posteriormente la producción agropecuaria se vio afectada por la lucha revolucionaria de 1910, descendiendo a niveles muy bajos. Rehabilitar las diferentes actividades económicas fue una tarea difícil de la revolución, y así en cuanto se terminó el movimiento se comenzaron a diseñar estrategias.

El reparto agrario fue la base para sustituir el régimen de propiedad que existía y sobre el se tenía que establecer nuevas políticas.

La Secretaría de Agricultura fue creada en 1917, con el propósito de poder coordinar los planes y encauzar los recursos presupuestales.

2. Los mercados de la Ciudad de México de Diego G. López Rosado. SECOFI. 1983.
3 IDEN.

Para alentar a los agricultores, el gobierno importó maquinaria agrícola, plantas y semilla mejorada, y concedió exenciones y estímulos fiscales.

De acuerdo con lo estipulado en la Constitución de 1917, el gobierno participó en la creación de una infraestructura que fue considerada como la base de un desarrollo económico; formuló programas de inversiones presupuestales para construir caminos y obras de riego; estableció centros de almacenamiento de alimentos; instituciones de crédito agrícola y de seguros. A su vez recibió impulso la enseñanza y la investigación agropecuaria; asesoró a los agricultores en el combate de plagas y en la mecanización de las labores del campo.

A partir de 1920, comenzó la recuperación que había sufrido la producción de alimentos básicos con el movimiento revolucionario lo cual significó un importante avance en las nuevas tierras de cultivo, las que recibieron en una proporción estimable los beneficios de las obras de riego, el uso de maquinaria, fertilizantes y semillas seleccionadas.

Existe una ley importante promulgada por el Presidente Plutarco Elías Calles, la Ley sobre Pesas y Medidas del 15 de mayo de 1928 que sustituyó a la del 29 de junio de 1895, expedida por el Presidente Porfirio Díaz. Tanto la Ley como el Reglamento, describen las unidades de longitud, masa, tiempo, ángulo, superficie, volumen, capacidad, fuerza, pesa, presión, trabajo y energía, temperatura, calor, potencia, densidad, eléctricas y fotométricas y señala sus unidades básicas, así como sus múltiplos, submúltiplos y patrones nacionales.

Posteriormente, con el crecimiento demográfico del país, la necesidad en el incremento de la producción de alimentos se hizo presente. El volumen total de maíz, frijol, arroz y garbanzo cosechado en 1940 apenas fue superior en 10.6% del alcanzado en 1911, mientras que la población se había incrementado en un 30.5% durante el mismo período. ⁴ Cabe señalar que la producción no pudo ser mayor debido a la guerra civil que se prolongó durante la década de los veinte, influyendo también heladas, sequías, inundaciones, plagas, enfermedades y otras causas que determinaron la pérdida de las cosechas.

El proceso de modernización de la agricultura se inició a partir de la década de los cuarenta. La construcción de pequeñas y grandes obras de riego beneficiaron durante 1940 a un total de 267 mil hectáreas. ⁵

Durante 1941 el gobierno estableció un programa cooperativo con la fundación Rockefeller a través de la Secretaría de Agricultura, cuyo objetivo era incrementar la producción de los alimentos.

Las reformas esenciales en los planes y programas de estudio, integraron un sistema de enseñanza agrícola cuyo objetivo era proporcionar servicios de asistencia técnica a los agricultores del país.

Así una nueva ley de crédito agrícola dividió a las entidades públicas relacionadas con el crédito agropecuario en:

⁴ IDEM.

⁵ IDEM.

instituciones generales que incluían los Bancos de Crédito Agrícola, de Crédito Ejidal, de Comercio Exterior y Agropecuario; en instituciones especiales como el Fondo de Garantía y Fomento a la Agricultura, la Ganadería y la Avicultura, el seguro agrícola, la Aseguradora Nacional y las uniones de crédito indirecto y, por último las instituciones de crédito indirecto de función específica o auxiliares, tales como Nacional Financiera, Financiera Nacional Azucarera, el Banco de Fomento Cooperativo, la CONASUPO y los Almacenes Nacionales de Depósito.

Ahora bien, podríamos seguir anotando más acerca de la reglamentación, pero sólo señalaremos aquéllas en donde su existencias muestra las medidas que el gobierno ha dictado para estabilizar los mercados de productos básicos, precios de garantía y demás acciones que regulan la producción y el consumo de artículos básicos.

En 1938 se creó el Comité Regulador de Mercado de Subsistencias, que sometió a reglamentación productos como: harina de trigo, masa de nixtamal, arroz y eventualmente pescado seco, cárnicos, azúcar y sal. En el mismo año la Secretaría de Economía determinó que se fijaran los precios de los comestibles de uso generalizado.

La Ley Sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica expedida en 1950 contempla disposiciones de orden público e interés general, que determinan la acción del Estado y su participación en las tareas de abatir el costo de la vida y redistribuir la riqueza mediante la creación de los instrumentos legales para intervenir en la vida económica del país. Esta ley

es aplicable a quienes efectúen actividades industriales o comerciales de artículos alimenticios de consumo generalizado, tales como: maíz, harina de trigo, masa de trigo, tortillas de maíz, frijol, arroz, trigo, sal, manteca, grasas vegetales alimenticias, leche condensada, evaporada y en polvo; medicinas de todas las clases; pescado, productos alimenticios, conservas en envases de cualquier naturaleza y productos para la rehidratación de la leche.

Faculta al Ejecutivo Federal para imponer otras medidas como: fijar precios al mayoreo o menudeo y fijar las tarifas de los servicios o disponer para que no se eleven la tarifas vigentes en fechas determinadas, sin previa autorización oficial y poder determinar la forma en que se deba realizar la distribución de los productos, cuando el volumen de mercancías sea insuficiente en relación con la demanda; para definir el uso que deba darse a las mercancías y dictar las disposiciones sobre la organización de su distribución a fin de evitar las intermediaciones innecesarias que causen encarecimiento en los productos. Esta ley dio origen a la Dirección General de Precios, que dependía de la Secretaría de Economía 6, facultada para fijar precios de un número considerable de mercancías; vigilar su cumplimiento y llevar a cabo estudios e investigaciones necesarias para fijar los precios máximos de los artículos sujetos a control.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

6 La Dirección General de Precios fue sustituida por la Dirección General de Política de Comercio Interior en marzo de 1989 y sus funciones cambiaron debido a la liberación en los precios de los productos sujetos a control. 66

seleccionó de sus artículos dos tendencias relacionadas con la participación del Estado en la actividad económica:

- La primera.- Fortalece el sistema liberal de las garantías individuales, especificado en el título primero.
- La segunda.- Que instituye un régimen de derechos sociales, en donde, en esencia, el interés de la Nación queda supeditado al interés de los particulares.

De ahí nacen las facultades de rectoría del Estado en materia económica. Facultades que, a través del tiempo, han encontrado su expresión en diferentes ordenamientos, así como en la creación de diversos órganos del propio Estado, algunos con carácter normativo y otros con carácter operativo y de abierta participación en el mercado.

El Estado, desde el precepto constitucional, hasta el más modesto ordenamiento, cuenta con elementos para una intervención en las actividades comerciales.

El artículo 28 Constitucional prohíbe todo tipo de monopolios y la fracción X del 73 faculta al H. Congreso de la Unión a legislar en materia de comercio. Al amparo de éste ordenamiento surgieron:

- a. La Ley Orgánica del Artículo 28 Constitucional en materia de Monopolios;
- b. La Ley sobre Atribuciones del Ejecutivo Federal en Materia Económica y su Reglamento; así como:
- c. Las reformas a la legislación mercantil incorporados al Código de Comercio; más recientemente y con el fin de proteger a los consumidores surgió:

d. Una ley importante que no podemos pasar por alto, entró en vigor el 5 de febrero de 1976, ésta instituyó la Procuraduría Federal de Defensa del Consumidor, más tarde el Instituto Nacional para el Consumidor que empezó a realizar labores de orientación al público.

Existen otras disposiciones de otro orden, que pretenden normar la actividad comercial como:

- El artículo 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal;
- El decreto que crea el Sistema Nacional de Abastos, así como otras disposiciones de orden administrativo.

Al mismo tiempo el Estado ha creado un gran número de empresas públicas a las que ha encomendado la regulación y el abasto de productos considerados como social y nacionalmente necesarios.

El primer intento dirigido a contemplar íntegramente el problema de la regulación de subsistencias, se realizó el 25 de marzo de 1961, al crearse la Compañía Nacional de Subsistencias Populares Conasupo, en sustitución de CEIMSA.

Almacenes Nacionales de depósito; CONASUPO y sus filiales en la esfera de almacenamiento (BORUCONSA), en la producción (ICONSA, TRICONSA, LICONSA Y MINSNA), la distribución al mayoreo (IMPECSA), y al menudeo (DICONSA), los órganos de comercialización de productos específicos como azúcar (UNPASA), café, (INMECAFE), pesqueros (RETESA), constituyen algunas manifestaciones de esta forma de intervención estatal en los procesos comerciales.

Por otro lado, la creación de programas y fondos financieros de apoyo, ha hecho más importante la participación estatal a través

del Sistema de Crédito Preferencial.

Los alimentos perecederos o manufacturados, el vestido y el calzado, los artículos para el hogar y los medicamentos constituyen los productos necesarios para el logro de un mínimo de bienestar. Cada uno de ellos representa una compleja problemática, en función de los diferentes canales a través de los cuales se comercializa.

El abasto como la serie de mecanismos tendientes a lograr que los productos lleguen en cantidad suficiente, en calidad adecuada y a precios justos a la mayoría de la población, se convierte así en una prioridad en que la acción del Estado tiene que ser determinante.

Las acciones que a continuación aparecen, constituyen esfuerzos normativos que el Estado ha realizado para conducir la actividad comercial:

- Políticas de precios al productor;
- Establecimiento de los grados aceptables de intermediación;
- Políticas de precios para el consumidor;
- Determinación de las normas de calidad en materia de fabricación;
- Determinación de normas de pesos y medidas, de controles de materia de forma de entregar los bienes;
- Determinación de usos prioritarios para ciertos alimentos;
- Protección al consumidor contra vicios de la comercialización.

Las acciones que a continuación aparecen pertenecen a la esfera de la regulación de mercados y políticas de abasto:

- Los sistemas oficiales de almacenamiento de granos básicos y materias primas estratégicas, para la producción de alimentos,

industrializados de productos en forma directa, o la promoción de la misma a través de estímulos fiscales,

- Comercialización a través del sistema de tiendas más difundido del país y de otros canales oficiales;
- Compras de materias primas e insumos a nivel nacional y con importaciones complementarias;
- Aprovechamiento de sistemas crediticios diseñados ex-profeso.

Ahora bien, durante la época de los 80s y bajo el impacto de la crisis, continúa el interés por el estudio de los problemas del campo y en particular, por la comercialización de algunos productos básicos.

Por lo anterior resulta importante analizar los planes y programas, así como los estudios que de alguna manera se relacionan con las fases de la producción, comercialización, transformación, distribución y consumo.

Como acciones gubernamentales el Plan Global de Desarrollo plantea los siguientes puntos:

- Marco legal.- Revisar las disposiciones legales del sector para adecuarlas a las exigencias de la vida comercial moderna. En especial, revisar el marco jurídico del sistema nacional de abastos para poder determinar los límites y la intensidad de la intervención del Estado, elaborar la definición política y económica de los subsidios al consumo, así como precisar la participación de los particulares en dicho sistema.
- Infraestructura física.- Elegir una infraestructura física del sistema comercial, para ampliar red de bodegas y frigoríficos al servicio, sobre todo, de los pequeños y medianos

productores de productos agrícolas importantes y operar una red integrada por mercados de origen, centrales de abasto y mercados de destino, con la coordinación del sector de obras públicas y con el transporte y comunicaciones, se agilizan los servicios proporcionados por puertos y fronteras.

- Sistema nacional de centrales de abasto.- Crear un sistema nacional de centrales de abasto, integrado por información sobre precios y calidades para estimular la producción y facilitar la operación de precios de garantía y precios máximos oficiales.
- Servicios del Estado.- Fortalecer los servicios oficiales del Estado a través de las operaciones de reservas reguladoras y el abasto complementario de materias primas, insumos y productos básicos, así como también otorgar apoyos financieros a la comercialización.
- Bienes básicos.- Ampliar y aprovechar la capacidad instalada, principalmente la de la industria estatal, para llevar a cabo la producción y la distribución de los bienes básicos. Incrementar la diversidad calidad y cantidad de los artículos marca "alianza" y establecer programas uniformes de distribución.
- Precios.- Impulsar una política de precios que promueva la oferta de bienes de consumo básico, así como de insumos estratégicos.
- Modernización del comercio.- Procurar que la modernización de técnicas y procesos comerciales, la transferencia de subsidios y la supresión de prácticas ilícitas. Apoyar la modernización

del pequeño y mediano comercio, así como las cooperativas de consumo y del comercio social que permitan reducir los costos de operación.

- Sistema de mercado.- Reorganizar las operaciones de los mercados públicos, para hacer variables los mercados y establecer claramente la estandarización de los productos. Reforzar el sistema de mercados sobre ruedas, con la finalidad de reducir el alza de precios y evitar la intermediación.
- Protección y capacitación al consumidor.- Vigilar el cumplimiento de las normas de calidad, garantía y peso, y en general, reglamentar en forma más amplia la Ley de Protección al Consumidor, combatir las prácticas monopólicas, informando y capacitando al consumidor y en particular a grupos marginados, orientándolos acerca de sus hábitos de consumo adecuados a sus necesidades y a su capacidad económica.

Respecto al Reglamento de Mercados en vigor, corresponde otorgar las concesiones al Departamento de Mercados de la Tesorería del Distrito Federal: "vigilar el cumplimiento de las disposiciones legales en los mercados públicos, sean o no propiedad del Departamento del Distrito Federal".

El Departamento de Mercados otorga las concesiones a los comerciantes permanentes, temporales y ambulantes, incluyendo a los que utilizan vehículos para el desempeño de sus obligaciones. También le corresponde determinar las zonas de mercados y las instalaciones de los puestos permanentes o fijos y los temporales, así como fijar los días y horas en que deberán celebrarse los "tianguis" en cada mercado público.

Para vigilar y controlar a los comerciantes, el Departamento está a cargo de su empadronamiento y registro; de fijar los horarios; del cobro de derechos y las normas de seguridad interna; del aseo y del mantenimiento adecuado de los puestos y de la distribución para la venta de los diversos tipos de mercancías que estén autorizados.

Al hacer un análisis de las leyes, reglamentos y organismos que intervienen en la legislación del comercio interior en México nos conduce a las siguientes conclusiones:

1. Existe una excesiva provisión de leyes y reglamentos que afectan la intermediación, lo que dificulta su seguimiento y hace costosa su legalidad.
2. Existe un gran número de oficinas públicas encargadas de la vigilancia de las leyes, así como de la realización de trámites, lo que eleva los costos y el mantenimiento de las operaciones comerciales.
3. Las disposiciones legales y reglamentarias no deben ser modificadas con gran frecuencia, para no hacer difícil su manejo.
4. Los trámites burocráticos, asociados a la obtención de licencias y la política de precios controlados dan margen a la aparición de un comercio subterráneo.
5. La estructura y el funcionamiento del comercio interno han provocado la aparición del poder monopólico en el mayoreo de los perecederos. Para el comercio al menudeo se ha impulsado la concentración de las ventas en hipermercados en detrimento del desarrollo de establecimientos medianos.

2. CONASUPO COMO REGULADORA DEL ESTADO

En 1937, Cárdenas estableció el Comité Regulador del Mercado de Trigo, antecedente directo de la actual Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO); al siguiente año se amplían sus funciones al crearse el Comité Regulador del Mercado de las Subsistencias o Comité Consultivo de los Artículos de Consumo Necesario.

Por otra parte, desde 1937 se había creado la Compañía Exportadora e Importadora Mexicana, S.A. (CEIMSA) y en 1941 se establece la Nacional Distribuidora y Reguladora, S.A. de C.V. (NADYRSA), ambas se integraron en 1949 en la figura legal, modificada de (CEIMSA).

La evolución y ampliación de las funciones de esa compañía la llevaron a convertirse en CONASUPO, sociedad anónima, en 1961, y cuatro años más tarde, el 10. de abril de 1965 fue sustituida por organismo público federal al servicio social, CONASUPO.

Por lo tanto, cabe señalar que CONASUPO no es un improvisado brote burocrático, sino un organismo que tiene más de 50 años de experiencia en materia de comercialización de productos básicos. El progreso en las formas de intervención del Estado en la regulación del mercado alimentario ha alcanzado con el Sistema CONASUPO la consolidación de una acción integral, a través de sus empresas almacenadoras, de transformación industrial, de distribución, un fondo de financiamiento para la pequeña y mediana industria, un fideicomiso y una empresa matriz, (ver cuadro No. 11 del anexo estadístico). Se ha creado una infraestructura capaz de hacer efectiva la política comercial en

materia de alimentación que busca, en la producción agropecuaria, asegurar su ingreso a los productores del campo, y a la transformación industrial fortalecer e inducir el desarrollo de las pequeñas y medianas industrias; así como garantizar el abasto suficiente de los productos básicos y proteger el poder adquisitivo de los consumidores, especialmente los de menores recursos.

El gobierno participa a través de CONASUPO en la comercialización de productos básicos, regulando el mercado a la vez que fija ciertos objetivos:

- Proteger el ingreso de ejidatarios y pequeños propietarios, a través de los precios de garantía (fijados por el gabinete agropecuario) adecuados a la realidad del mercado.
- Eliminar a los intermediarios y acaparadores, ofreciendo ayuda a los campesinos.
- Comercializar las cosechas de productos básicos, redistribuir geográficamente la producción y almacenarla para meses sin cosecha.
- Ofrecer "subsistencias baratas" a las clases más necesitadas, a través de las empresas filiales que operan en el sistema.
- Participar en el comercio exterior de los productos básicos de manera particular en las importaciones complementarias a la producción nacional de los alimentos que presentan déficit.

CONASUPO cuenta también con programas importantes que podrían agruparse en cinco puntos y complementar los objetivos del sistema:

- * El comercio agropecuario como punto principal del desarrollo del sector.

- * El abasto industrial para dotar de materia prima a los programas de productos básicos.
- * El de fabricación de artículos de consumo generalizado para introducir acciones paralelas del programa de productos alianza.
- * El comercio al medio mayoreo y al detalle de los productos de consumo necesario para apoyar el desarrollo y modernización del mediano y pequeño comercio.
- * El almacenamiento y distribución de los bienes que maneja para integrar el sector oficial.

En 1980, CONASUPD, manejaba directamente el 50% del maíz comercial para su transformación en tortillas, controlaba el 100% del trigo que se transformaba en harinas, pan galletas y pastas alimenticias para el consumo humano. Compraba en el campo nacional e importaba el 60% del frijol que requería la demanda nacional; comercializaba hasta el 20% del arroz procesado; controlaba el 100% de las oleaginosas principales para fabricar aceites y grasas comestibles y de pastas para alimentar animales; aportaba la tercera parte del sorgo destinado a los desarrollos de la avicultura, la porcicultura, la ganadería lechera y la carne. 2

A la vez industrializaba el 48 % de harinas de maíz destinadas al consumo nacional e iniciaba el control del 52% restante; fabricaba el 8% de las harinas de trigo y el 18% de los aceites y grasas derivadas de las oleaginosas; provenia más de un millón de

Lts. diarios de leche reconstituida para la alimentación de los sectores más marginados de la población.

CONASUPO durante 1980 operaba una red comercial integrada por 4,789 tiendas rurales, 1,760 tiendas urbanas, 118 minicentros comerciales, que arrojaban un total de 6,667 unidades en todo el país que daban servicio a cerca de 7,500 poblaciones.

La comercialización de bienes de consumo básico a través de CONASUPO creció a partir de 4,000 tiendas de venta al menudeo que existían en 1976, pues a finales de 1981 operaban dos sistemas: Uno de las ventas al menudeo, integrado por establecimientos DICONSA (distribuidora Conasupo) y otro, COPLAMAR, que operaba 11,330 canales de distribución de ventas al menudeo que manejaba principalmente Impulsora del Pequeño Comercio (IMPECSA), con 200 almacenes ubicados en las principales ciudades del país y prestaba servicios a aproximadamente 48,000 pequeños comerciantes que beneficiaban a más de seis millones de habitantes. §

Para el cumplimiento de sus objetivos CONASUPO producía en sus plantas los alimentos necesarios para la comercialización:

- 1,500 millones de lts. de leche al año, lo que representa un 18% del consumo nacional.
- 168,000 ton. de aceites vegetales.
- 69,000 ton. de manteca.
- 308,000 ton. de harina de trigo.
- 700,000 ton. de harina de maíz.
- 11,000 ton. de galletas populares.
- 33,000 ton. de detergentes.

§ Los mercados de la Ciudad de México. de Diego G. López Rosado. SECOFI. 1983

- 383,000 ton. de alimentos balanceados para la industria pecuaria productora de huevo, leche y carnes.

Estos alimentos producidos por las empresas filiales CONASUPO fueron distribuidos principalmente en las 18,000 tiendas que tenia en todo el país, en donde también se venden otros productos de uso generalizado.⁹

La evolución e integración del Sistema Conasupo se refleja en el cuadro No. 12 del anexo estadístico, en donde el Estado ha aplicado en materia de regulación y abasto de productos básicos su política, y muestra los progresos en uno de los campos estratégicos y prioritarios para el desarrollo de la economía nacional.

La acción de Conasupo en las etapas de acopio, comercialización, transformación y distribución de productos básicos, apunta hacia la consolidación de un aparato productivo-distributivo capaz de otorgar una cobertura amplia a la población del país. Los requerimientos de la acción reguladora, del comportamiento de precios, de suficientes volúmenes ofertados y de eficaces canales de distribución, implicaron la conformación de una estructura operativa y administrativa apropiada.

El tránsito entre el Comité Regulador de Mercado de Trigo de 1937 al moderno Sistema de CONASUPO, expresa una evolución de cambios, reflejo de los progresos que ha tenido el sector alimentario es un hecho que consolida la intervención del Estado en 50 años de lucha por la alimentación (1937-1987) (ver el cuadro No. 12 del anexo estadístico).

⁹ Datos correspondientes a 1986. I Congreso Nacional sobre Comercialización de Productos Agropecuarios. CEDA. 1986,

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- El comercio de alimentos en la Ciudad de México puede considerarse, durante la década de los 80.s, como polifacético, debido a los problemas y contrastes durante las prácticas comerciales.

- La producción, el abasto y comercialización de la mayoría de productos básicos se desarrolla bajo la manipulación periódica de productores, introductores y el gran comercio.

Estos problemas no sólo se presentan durante la producción y la comercialización de los productos, sino que se van multiplicando conforme se desarrolla la cadena distributiva, el almacenamiento deficiente y el transporte monopolizado e irracional que encarece las mercancías.

- Los productores industriales no canalizan en su totalidad los apoyos y estímulos otorgados a la producción de básicos sino a productos más rentables. Mientras que el productor agropecuario posee poca o nula utilidad, debido entre otros factores, a los altos incrementos en sus costos: crédito de avío, transporte, fertilizantes, seguro agrícola y precios de garantía. En el caso de productores de ganado, ante esta situación les es más redituable exportar su producto provocando desabasto al mercado nacional.

- El proceso de abasto y distribución de los principales productos alimenticios está en manos del mercado mayorista más importante: la Central de Abasto, en donde se llevan a cabo las principales transacciones.

- Dentro del sistema comercial se presenta el intermediarismo, definido como el agente económico cuya actividad consiste en vender bienes que no son producidos por él, sino comprados a cualquier otro agente económico.
- El intermediarismo a la vez provoca: una contradicción en el ingreso de los productores, desaliento en la producción interna de los productos de consumo básico, descapitalización en el sector productivo afectando principalmente al sector primario.
- Por lo anterior, se concluye, que aún existen deficiencias en la infraestructura y servicios de apoyo, lo cual ha favorecido a la intermediación, incrementando los costos de distribución y elevando los precios al consumidor final.
- Respecto a las políticas que el Estado ha establecido sobre la producción, abasto y distribución de productos básicos, podemos decir que se han establecido metas, objetivos, programas de acciones, instrumentos, creación de organismos, entre otros, de tal forma que se ha desarrollado una infraestructura organizativa, por medio de la cual se aplican estímulos fiscales, técnicos y financieros desde la producción hasta la comercialización, regulando operativamente a través de empresas y organismos públicos.
- No obstante, con el paso de los años se han acumulado un gran número de leyes, reglamentos, decretos y demás, estas disposiciones pueden tener una justificación, pero no dejan de representar trabas para la operación del comercio. La legislación que regula la actividad comercial resulta ser excesiva.
- Es importante señalar que existen planes y programas que no

fueron tratados en el trabajo y que son importantes en materia de comercio, esto se debe al periodo elegido para su análisis 1980-1990; dentro de los cuales destacan el Programa Nacional de Modernización del Abasto y del Comercio Interior 1990-1994, la nueva Ley de Protección al Consumidor publicada en diciembre de 1992 en el Diario Oficial de la Federación.

- Estos últimos, presentan una estructura diferente, basados en las condiciones de vida de los años 90'S, puesto que revisan los problemas que caracterizan al abasto y al comercio interior poniendo mayor interés en la reglamentación de los diferentes eslabones de la cadena productiva, la infraestructura comercial y el pequeño comercio.

RECOMENDACIONES

Con respecto a las conclusiones antes expuestas es recomendable analizar, que tan bueno sería crear un modelo de desarrollo que diera más importancia a la producción de alimentos básicos y que efectos favorables tendría sobre la estructura agroindustrial del país con la posibilidad de un desarrollo más estable e independiente al abatir las presiones sobre los precios y sobre la balanza de pagos.

Por lo tanto parece inútil insistir en la conocida verdad de que el desarrollo agrícola no sólo es la clave para escapar de la más peligrosa dependencia, la alimentaria, ya que como se menciona en el presente trabajo, existen periodos en donde se importa productos alimenticios de los cuales el campo no es capaz de

producir, además es la condición indispensable para el crecimiento de otros sectores de la economía.

Una recomendación a los comerciantes es que; éstos deben captar la información necesaria acerca de los gustos y las necesidades de los consumidores, poner los bienes en el lugar y con la oportunidad que se les requiera, además deben de realizar funciones de almacenamiento, conservación, mantenimiento y clasificación de los bienes, garantizando al consumidor el buen estado de los productos, éste objetivo sólo puede alcanzarse con la responsabilidad de los comerciantes.

Por otro lado, es importante mencionar la necesidad que tiene el consumidor de productos básicos en planear sus compras para satisfacer sus necesidades alimenticias, desafortunadamente, no lo hace y además no cuenta con suficientes recursos económicos.

Finalmente, podemos decir que con la participación efectiva de los productores directos, transportistas, comerciantes, consumidores finales y órganos de gobierno en todos sus niveles y áreas que les correspondan, se logrará una mejor retribución para el productor, ganancias razonables para el comerciante, precios accesibles al consumidor y la convicción de la responsabilidad cumplida por el Estado, con el compromiso de alcanzar los objetivos que los planes y programas de abasto y distribución en materia de comercialización de productos básicos se fije.

ANEXO ESTADISTICO

MEXICO: ESTADOS DE LA REPUBLICA QUE CUENTAN
CON CENTRAL DE ABASTO

Cuadro No. 1

UBICACION	LOCALIDAD	TOTAL DE CENTRALES
Aguascalientes	Aguascalientes	2
Baja California	La Paz	1
Baja California	Mexicali	1
Guanajuato	Leon	1
Cosahuila	Torreón	1
Distrito Federal	Iztapalapa	1
Jalisco	Guadalajara	1
México	Ecatepec	1
México	Toluca	1
Michoacán	Morelia	1
Morelos	Cuautla	1
Nuevo Leon	Monterrey	1
Puebla	Puebla	1
Sinaloa	Cullacán	1
Sonora	Ciudad Obregon	1
Sonora	Hermosillo	1
Tabasco	Villa Hermosa	1
Yucatán	Merida	1
Zacatecas	Zacatecas	1
TOTAL		20

Fuente: COABASTO D.D.F. 1992.

MEXICO: SUPERFICIE SEMBRADA, COSECHADA Y PRODUCCION
DE GRANOS BASICOS

Cuadro No. 2

GRANOS BASICOS	1980			1981			
	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	
ARROZ	153,694	127,477	445,364	ARROZ	193,374	174,792	651,947
FRUJOL	1,967,162	1,551,352	935,174	FRUJOL	2,400,069	1,990,669	1,331,305
MAIZ	7,597,251	6,766,479	12,374,400	MAIZ	8,699,949	7,668,692	14,550,074
TRIGO	777,298	727,804	2,784,914	TRIGO	940,259	854,830	3,192,954
TOTAL	10,495,395	9,173,112	16,639,852	TOTAL	12,241,651	10,688,983	19,725,280
	1982			1983			
	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	
ARROZ	207,393	155,945	519,351	ARROZ	165,145	133,326	415,703
FRUJOL	2,438,999	1,605,122	993,916	FRUJOL	2,204,935	1,957,801	1,285,171
MAIZ	8,567,562	5,823,920	10,766,730	MAIZ	8,448,508	7,421,317	13,187,718
TRIGO	1,106,392	1,009,076	4,403,935	TRIGO	899,562	857,043	3,463,296
TOTAL	12,320,346	8,594,063	16,683,932	TOTAL	11,718,150	10,369,487	18,251,888
	1984			1985			
	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	
ARROZ	145,458	125,896	484,024	ARROZ	269,840	216,466	807,529
FRUJOL	2,028,299	1,679,426	930,692	FRUJOL	2,079,702	1,782,341	911,908
MAIZ	7,931,629	6,892,682	12,780,809	MAIZ	8,365,957	7,589,537	14,103,454
TRIGO	1,079,247	1,033,854	4,505,245	TRIGO	1,273,531	1,217,082	5,214,316
TOTAL	11,184,632	9,731,858	18,700,770	TOTAL	11,989,030	10,805,426	21,037,205

MEXICO: SUPERFICIE SEMBRADA, COSECHADA Y PRODUCCION DE GRANOS BASICOS

Cuadro No 2-A

	1986			1987		
	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION
ARROZ	196,946	157,565	545,157	ARROZ	184,569	154,814
FRUJOL	2,322,217	1,820,395	1,084,890	FRUJOL	2,323,206	1,787,304
MAIZ	8,077,192	6,417,151	11,721,468	MAIZ	8,293,631	6,801,159
TRIGO	1,201,652	1,201,373	4,769,731	TRIGO	1,040,850	988,097
TOTAL	11,878,007	9,596,484	18,121,186	TOTAL	11,842,286	9,731,374
	1988			1989		
	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION
ARROZ	175,237	126,463	455,811	ARROZ	228,014	185,127
FRUJOL	2,343,840	1,946,717	857,187	FRUJOL	1,725,612	1,313,094
MAIZ	8,028,758	6,506,267	10,599,503	MAIZ	7,561,102	6,468,069
TRIGO	965,373	912,259	3,664,828	TRIGO	1,204,896	1,144,715
TOTAL	11,513,208	9,491,706	15,577,329	TOTAL	10,719,623	9,112,005

Fuente: Direccion General de Policia Sectorial SPS y SARH

MEXICO: SERIE HISTORICA DE PRODUCCION PECUARIA

Cuadro No. 3

CONCEPTO	1986	1987	1988	1989	1990	1991
CARNE (MILES DE TON.)	2,942	2,917	2,795	2,551	2,602	2,567
BOVINOS	1,248	1,272	1,217	1,162	1,114	935
PORCINOS	959	915	861	726	757	791
OVINOS	24	22	24	25	25	25
CAPRINOS	38	35	39	37	36	39
AVES	673	672	654	611	750	777

Fuente: Dirección General de Estadística, SARH.

Nota: 1990 (preliminar)

1991 (Programado)

MEXICO: SERIE HISTORICA DE LA PRODUCCION DE LECHE Y HUEVO

Cuadro No. 4

CONCEPTO:	1986	1987	1988	1989	1990	1991
LECHE (MILLONES DE LTS.)	6,538	6,350	6,281	5,709	6,266	6,613
BOVINOS	6,373	6,201	6,159	5,577	6,142	6,479
CAPRINOS	165	149	122	127	124	134
HUEVO (MILES DE TON)	998	975	1,090	1,047	1,010	950

Fuente: Dirección General de Estadística. SARH.

Nota: 1990 (preliminar)

1991 (Programado)

MEXICO: SUPERFICIE SEMBRADA, COSECHADA Y PRODUCCION
DE OLEAGINOSAS

Cuadro No. 5

	1980			1981		
	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION
AJONJOLI	290,980	263,999	136,636	160,407	143,483	67,374
ALGODON	365,166	355,330	572,323	359,916	348,810	507,545
CARTAMO	434,696	416,250	475,692	473,726	398,820	330,570
SOYA	159,900	154,037	322,205	379,447	361,789	706,697
TOTAL	1,250,742	1,189,616	1,510,856	1,373,576	1,252,902	
	1982			1983		
	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION
AJONJOLI	131,746	89,403	32,725	183,089	165,529	86,769
ALGODON	201,403	197,066	318,089	237,389	233,077	465,185
CARTAMO	224,967	190,140	239,108	485,657	348,838	276,694
SOYA	420,174	382,771	661,061	416,124	391,133	687,595
TOTAL	978,370	859,460	1,250,982	1,322,259	1,138,577	1,516,243
	1984			1985		
	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION
AJONJOLI	156,224	132,760	62,909	161,217	142,031	74,607
ALGODON	333,396	316,239	454,022	208,129	197,461	317,383
CARTAMO	258,535	226,710	209,410	302,934	234,004	151,585
SOYA	425,644	388,696	684,921	504,837	476,084	928,616
TOTAL	1,173,799	1,064,405	1,411,262	1,177,117	1,049,580	1,472,191

**MEXICO: SUPERFICIE SEMBRADA, COSECHADA Y PRODUCCION
DE OLEAGINOSAS**

Cuadro No. 5-A

	1986			1987			
	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	
AJONJOLI	117,435	102,033	58,792	AJONJOLI	129,577	88,649	51,216
ALGODON	160,724	157,240	225,522	ALGODON	225,764	221,826	413,746
CARTAMO	258,124	204,373	160,843	CARTAMO	320,318	276,502	219,437
SOYA	405,023	380,502	708,724	SOYA	497,862	470,480	828,210
TOTAL	941,306	844,148	1,153,881	TOTAL	1,181,521	1,057,457	1,512,609
	1988			1989			
	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION	
AJONJOLI	102,545	77,142	33,584	AJONJOLI	73,436	65,626	31,750
ALGODON	303,214	299,045	490,612	ALGODON	194,737	188,771	254,609
CARTAMO	224,873	200,482	247,130	CARTAMO	179,558	148,898	141,519
SOYA	154,773	139,075	226,305	SOYA	507,010	490,125	992,408
TOTAL	785,405	714,744	997,631	TOTAL	955,541	893,420	1,420,286

Fuente: Direccion General de Politica Sectorial SPS y SARH

**MEXICO: SUPERFICIE SEMBRADA, COSECHADA
Y PRODUCCION DEL JITOMATE**

Cuadro NO. 6

AÑO	SUPERFICIE SEMBRADA	SUPERFICIE COSECHADA	PRODUCCION
	HA	HA	TON.
1980	72,491	69,472	1,320,628
1981	64,295	61,224	1,310,151
1982	65,697	63,108	1,456,851
1983	67,279	63,809	1,482,265
1984	76,466	72,521	1,687,946
1985	73,676	69,329	1,616,394
1986	60,357	55,470	1,453,623
1987	74,883	68,285	1,671,787
1988	76,379	71,616	1,960,113
1989	82,771	75,460	1,889,407

FUENTE: Dirección General de Economía Agrícola. SARH.

**MEXICO: SUPERFICIE SEMBRADA, COSECHADA
Y PRODUCCION DEL CHILE VERDE**

Cuadro No. 6-A

AÑO	SUPERFICIE	SUPERFICIE	PRODUCCION
	SEMBRADA	COSECHADA	TON.
	HA	HA	
1980	72,491	69,472	1,320,628
1981	64,295	61,224	1,310,151
1982	66,697	63,108	1,456,851
1983	67,279	63,809	1,482,265
1984	76,466	72,521	1,687,946
1985	73,678	69,329	1,616,394
1986	60,357	55,470	1,453,623
1987	74,883	68,285	1,671,787
1988	76,379	71,616	1,980,113
1989	87,771	75,460	1,883,407

FUENTE: Dirección General de Economía Agrícola. SARH

**MEXICO: CANALES DE DISTRIBUCION DE ALIMENTOS
EN EL DISTRITO FEDERAL**

Cuadro: No. 7

TIPO DE CANAL DE DISTRIBUCION	NO. DE CANAL
MERCADOS PUBLICOS	318
MERCADO SOBRE RUEDAS	57
TIANGUIS	280
TOTAL DE CANALES	655

Fuente: COABASTO. 1992.

**COMPARACION LATINOAMERICANA
DE COMERCIALIZACION**

Cuadro No. 8

INDICADOR MERCADO	BUENOS AIRES ARGENTINA	SAO PAULO BRASIL	CONTAGEM BRASIL	BOGOTA COLOMBIA	CEDEA MEXICO
AREA TOTAL (ha)	550	70	92	82	328
AREA RESERVADA (ha)	455	7	70	40	153
AREA DE VENTA (y m³)	11,510	194,358	95,416	81,610	409,900
No. MAYORISTAS	891	1,529	4,368	3,200	3,100
FRUTAS Y LEGUMBRES (miles de ton.)	n/d	2,467	485	1,043	4,680
INDICE DE UTILIZACION (ton/m² año)	n/d	16.20	17.80	22.40	11.44
HABITANTES (MILLONES)	10.8	16.6	n/d	6.2	18.7*

* Incluye zona metropolitana

Fuente: Central de Abasto D.D.F. 1990

MEXICO: USO DE SUELO EN EL DISTRITO FEDERAL
CENTRAL DE ABASTO CEDA*

Cuadro No. 9

CONCEPTO	Hectáreas	%
A) Comercialización de productos alimenticios y otros	44.90	13.69
Frutas y legumbres	30.65	
Abarrotes y víveres	3.31	
Andén de subasta	10.34	
Frigorífico	0.60	
B) Servicios internos complementarios	12.61	13.84
Restaurantes	3.25	
Bancos	0.69	
Correos y telégrafos	0.10	
Sanitarios	1.51	
Otros	7.06	
C) Estacionamiento y vialidades	56.37	17.19
Estacionamientos	20.44	
Vialidades internas	27.00	
Vialidades externas	8.93	
D) Zona externa de servicios complementarios	61.57	18.77
E) Área reservada	152.55	46.51
Superficie total en hectáreas	328.00	100

Fuente: COABASTO D.D.F. 1983.

**MEXICO: INFRAESTRUCTURA E INDICADORES MA IMPORTANTES
DE LA CENTRAL DE ABASTO DEL DISTRITO FEDERAL**

Cuadro No 10

1. CAPACIDAD INSTALADA	13,500	ton/día
BODEGA DE FRUTAS Y VERDURAS	99,500	ton/día
BODEGA DE ABARROTOS Y VIVERES	36,000	ton/día
2. COMERCIALIZACION	16,000	ton/día
ABARROTOS	3,000	ton/día
FRUTAS Y LEGUMBRES	13,000	ton/día
3. TOTAL DE BODEGAS	1,828	
FRUTAS Y LEGUMBRES	1,499	
ABARROTOS Y VIVERES	329	
4. TOTAL DE BÓDEGAS POR SECTORES	1,828	
SECTOR PRIVADO	1,628	
SECTOR SOCIAL	125	
SECTOR PUBLICO	86	
5. TOTAL DE LOCALES EN OPERACION	1,124	
RESTAURANTES Y VENTA DE ALIMENTOS	300	
SANITARIOS PUBLICOS	52	
SERVICIOS BANCARIOS	41	
OTROS	731	
6. PARTICIPACION EN EL MERCADO	100	
PRODUCCION NACIONAL HORTIFRUTICOLA	40	
AREA METROPOLITANA	80	
7. CAMARAS DE REFRIGERACION	75	m³ 10'15, 0'30m³
8. ANDENES PARA PRODUCTORES	4	(12,500m²el)
9. FRIGORIFICO COMUN PARA EL AREA DE FRUTAS Y LEGUMBRES (10 cámaras)	15,000	m³
10. MERCADO DE ENVASES VACIOS	8,000	m³
11. CAPACIDAD INSTALADA DE ESTACIONAMIENTO	10,500	
CAJONES PARA CAMIONES	5,500	
CAJONES PARA AUTOMOVILES	5,000	
12. AFLUENCIA MENSUAL DE CAMIONES	55,000	unidades
13. FUERZA DE TRABAJO	40,000	
14. POBLACION FLOTANTE	250,000	pers/día
15. GENERACION DE BASURA	800	ton/día

Fuente: Central de Abasto D.D.F. 1990.

MEXICO: SISTEMA CONASUPO COMO REGULADORA DEL ABASTO

Cuadro No. 11

PRODUCCION AGROPECUARIA	TRANSFORMACION INDUSTRIAL	DISTRIBUCION COMERCIAL
<p>Compra limitada de granos básicos a precios de garantía</p> <p>Almacenamiento, conservación y movilización de cosechas e importaciones complementarias</p> <p>Mantenimiento de reservas reguladoras para garantizar el abasto nacional</p> <p>Impulso a la producción agropecuaria y apoyo a la comercialización ejidal</p>	<p>Elaboración de productos básicos de alta calidad derivados de maíz, trigo, leche y oleaginosas</p> <p>Regular el mercado y complementar la oferta de productos básicos industrializados</p> <p>Impulso al desarrollo tecnológico y sustitución de importaciones</p> <p>Mejorar el nivel nutricional de los alimentos</p>	<p>Garantizar el acceso de los bienes de consumo a la población</p> <p>Fortalecer el abasto a las zonas rurales y las áreas marginadas urbanas</p> <p>Impulsar a la modernización comercial</p> <p>Apoyar financieramente a la pequeña y mediana industria productora de bienes básicos</p>
<p>BORUCONSA</p> <p>ANDSA</p> <p>FICOPROCOSA</p>	<p>LICONSA</p> <p>ICONSA</p> <p>MICONSA</p>	<p>DICONSA</p> <p>IMPECSA</p> <p>FIA</p>

Fuente: Distribuidora Conasupo Metropolitana S.A. 1988

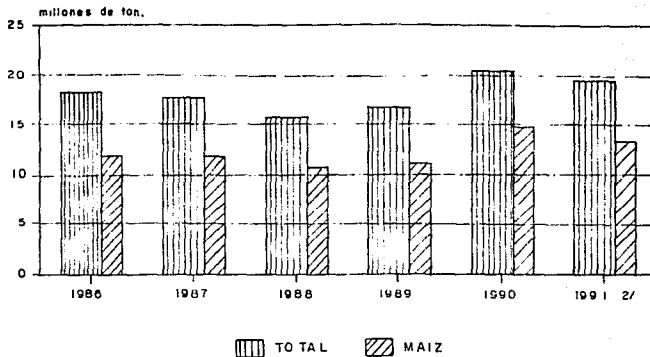
MEXICO: EVOLUCION E INTEGRACION DEL SISTEMA CONASUPO

Cuadro No. 12

1937	1947	1957	1967	1977	1988
		Comité Regulador del Mercado del Trigo			
Nacional		Comité Regulador del Mercado de las Subsistencias			
Distribuidora y					
Reguladora, S.A.					
CEIMSA					
			CONASUPOSA		CONASUPO
	Maíz				
	Industrializado S.A.				MICONSA
	Lechería				
	Nacional S. A.		Leche		LIGOSA
	Leche rehidratada Ceimsa		Rehidratada		
			Conasupo		
Compañía Distribuidora de Subsistencias Populares					
Compañía Distribuidora de Subsistencias Conasupo					DIGONSA
		Comisión promotora			
		para el mejoramiento			
		rural			FIGOPROCONSA
	Comisión Operadora de Graneros del Pueblo				BORUCONSA
		Panificadora			
		Conasupo			TRICONSA
		Centros de capacitación			CEGONSA
					ARCONSA
					MACONSA
					IGONSA
					IMPECSA
					FIA
1937	1947	1957	1967	1977	

Fuente: Distribuidora Conasupo Metropolitana S. A. 1988

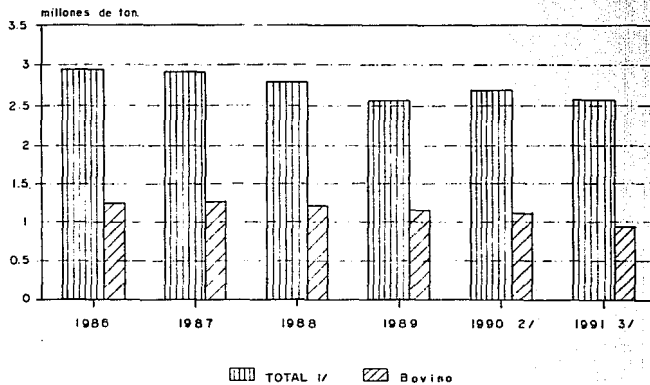
GRANOS BASICOS I/ SERIE HISTORICA DE PRODUCCION 1986-1991



1/ Incluye: Arroz, Frijol, Maiz y Trigo
2/ Preliminar

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA "S.A.R.H."

PRODUCCION DE CARNE SERIE HISTORICA 1986-1991

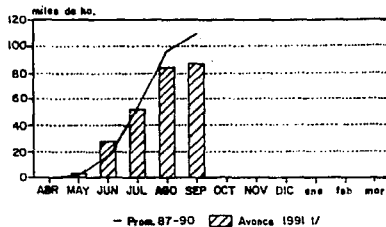


1/ incluye carne de bovino, porcino,
ovino, caprino y aves
2/ preliminar 3/ programa

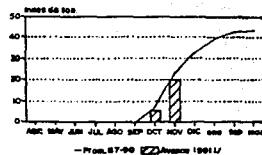
FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA "S. A. R. H"

AJONJOLI
CICLOS PRIMAVERA/VERANO
PROMEDIO 1987-1990 VS AVANCE 1991

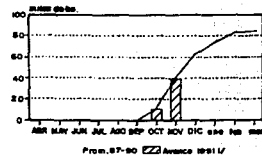
SUPERFICIE SEMBRADA



PRODUCCION



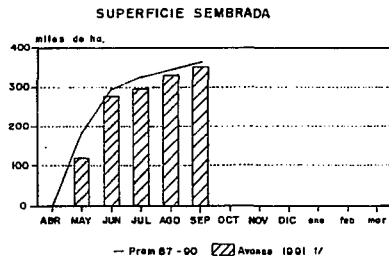
SUPERFICIE COSECHADA



I/ AVANCE AL ULTIMO DE NOVIEMBRE

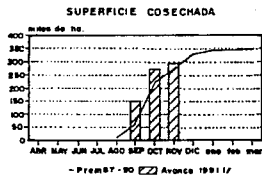
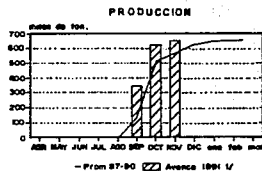
FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA "S. A. R. H."

SOYA
CICLOS PRIMAVERA / VERANO
PROMEDIO 1987 - 1990 VS AVANCE 1991

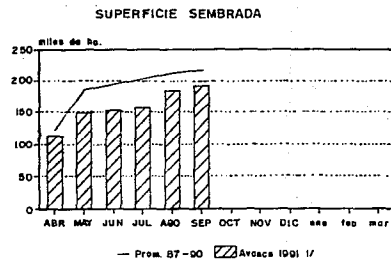


1/ AVANCE AL ULTIMO DE NOVIEMBRE

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA "S.A.R.H."



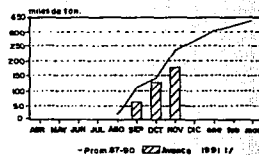
ALGODON
CICLOS PRIMAVERA/VERANO
PROMEDIO 1987-1990 VS AVANCE 1991



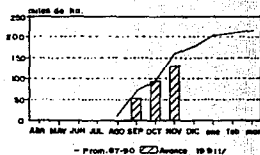
I/ AVANCE AL ULTIMO DE NOVIEMBRE

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA "S. A. R. H."

PRODUCCION



SUPERFICIE COSECHADA



BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

TEXTOS:

- Los mercados de la Ciudad de México. SECOFI. 1985
- Evolución del control de precios. SECOM. 1982
- Sistema de precios y asignación de recursos. Ed. Interamericana. de R. H. Leftwich. 1984.
- La comercialización de granos básicos. SECOM. 1982.
- El comercio en la economía mexicana. Comercio y Desarrollo. 1977.
- Estructura del poder de los comerciantes mayoristas de abarrotes de la Ciudad de México. Instituto de Investigaciones sociales. UNAM. 1980.
- El abastecimiento de alimentos en la Ciudad de México. CEPAL. Salvador Novo.
- Intervención del Estado en la actividad comercial. CONASUPD. 1985.
- Programa sectorial. Modernización comercial y abasto popular. SECOFI. 1983- 1988.
- I Congreso sobre Comercialización de Productos Agropecuarios. Central de Abastos. 1986.
- El comercio de alimentos en México. Juan Mondoñ y Daniel S. Ed. Trillas. 1985.
- Acción Reguladora de Conasupo. Enrique Díaz Ballesteros. CONASUPD 1985.
- Historia del Comercio en la Ciudad de México. Canaco. 1970.
- Breve historia de SECOFI y las instituciones que la precedieron. SECOFI. 1989.

- Historia General de México 4 tomos. Centro de Estudios Históricos de la Ciudad de México. Colegio de México. 1976.
- XII Censo General de Población y Vivienda del Distrito Federal. INEGI. 1990.-

REVISTAS:

- Revista del Instituto Nacional del Consumidor. Julio 1984.
- Aceites y grasa de origen vegetal. monografía SECOFI. 1991.
- Revista de la Coordinación General de Distribución del D.D.F. Sistema producto: naranja, jitomate. COABASTO. 1989.
- Revista de la Coordinación General de Distribución del D.D.F. No. 1 agosto 1990.
- Revista de la Coordinación General de Distribución D.D.F. No. 6. enero 1991.

PLANES Y PROGRAMAS:

- Sistema Estatal para el abasto. Gobierno del Estado de México.
- Programa Nacional de Modernización del Abasto y del Comercio Interior. SECOFI. 1990-1994.
- Programa de Abasto Popular. Central de Abasto de la Ciudad de México. D.D.F.
- Sistema Nacional para el abasto. Poder Ejecutivo.