

El Abasto Alimentario en las Regiones de México



Diseño: Armando García Berqueño

*Ángel Bassols, Felipe Torres y Javier Delgadillo
Coordinadores*

Coautores

*Ángel Bassols
Felipe Torres
Javier Delgadillo*

*Luis Chías
José Gasca
Eulalia Peña*

*Irma Delgado
Javier Aguilar
Flavia Echánove*



**El abasto alimentario
en las regiones de México**

**Angel Bassols Batalla, Felipe Torres Torres,
Javier Delgadillo Macías, Luis Chías Becerril,
José Gasca Zamora, Eulalia Peña, Irma Delgado,
Javier de J. Aguilar, Flavia Echánove**

El abasto alimentario en las regiones de México

**Angel Bassols Batalla,
Felipe Torres y Javier Delgadillo**
COORDINADORES



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Dr. José Sarukhán Kermez

Rector

Dr. Francisco Barnés de Castro

Secretario General

Mtro. Mario Melgar Adalid

Coordinador de Humanidades

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONOMICAS

Dra. Alicia Girón González

Directora

Mtra. Verónica Villarespe Reyes

Secretaria Académica

Lic. Roberto Guerra Milligan

Secretario Técnico

PROGRAMA UNIVERSITARIO DE ALIMENTOS

Dr. Ernesto Moreno Martínez

Director

El abasto alimentario en las regiones de México

Primera edición, 1994

© Universidad Nacional Autónoma de México
Instituto de Investigaciones Económicas
Programa Universitario de Alimentos

ISBN: 968-36-4080-X

Reservados los derechos
Impreso en México

Índice

INTRODUCCIÓN	9
CAPITULO I. EL ABASTO ALIMENTARIO COMO PROBLEMA ESPACIAL	11
Ubicación del abasto alimentario en el espacio	12
La teoría del lugar central, la región y la organización del abasto	16
El sistema agroalimentario, el espacio y el mercado	22
Rasgos estructurales y espaciales del abasto alimentario en México.	25
CAPITULO II. FACTORES Y VARIABLES QUE ESTRUCTURAN EL SISTEMA DE ABASTO ALIMENTARIO EN MEXICO	31
La cadena de comercialización	31
Los eslabones del abasto y su problemática	38
El Estado y la regulación del abasto	43
CAPITULO III. INTEGRACION REGIONAL. CENTRALES DE ABASTO Y SISTEMAS URBANOS-RURALES	65
El noroeste	66
Guadalajara y el Occidente de México	68
Monterrey: el norte y el noreste	74
El sur y la península de Yucatán	76
El abasto de frutas y verduras a la ZMCM	82
CAPITULO IV. EL TRANSPORTE Y LA COBERTURA REGIONAL DEL ABASTO ALIMENTARIO	97
Tipos y distribución geográfica de las redes utilizadas para el abasto de alimentos en México.	100
Identificación de los principales corredores de carga	108
Modelo propuesto para la estrategia regional del abasto	119

CAPITULO V. EL SECTOR MODERNO DEL ABASTO ALIMENTARIO	131
La dinámica sociourbana y las razones históricas en la conformación del sistema comercial de autoservicio	131
Caracterización y estructura de los autoservicios	136
Los autoservicios y sus vínculos con la cadena agroalimentaria	145
Estructura espacial del comercio moderno	158
Consumo alimentario y globalización de los servicios comerciales	179
 CAPITULO VI. FLUJO REGIONAL DE ALIMENTOS BASE. ESTADÍSTICA DE CENTRALES DE ABASTO POR CIUDADES 1990-1992	 187
El abasto de carne en canal	197
Mecanismos de comercialización de productos pesqueros	201
Situación de la demanda del sector pesquero en la República Mexicana. Comportamiento de la demanda. Consumo nacional aparente	226
 CONCLUSIONES	 229
 ANEXOS	 261
 BIBLIOGRAFIA	 281

Introducción

Si se trata de analizar los problemas básicos de carácter socio-económico que afectan al México actual, pocos revisten la importancia del abasto alimentario. Ello se explica porque éste último constituye en sí mismo un sistema que tiene relación no solo con el bienestar de los mexicanos, sino con toda la problemática del crecimiento demográfico, la urbanización y la política económica, de un gran impacto en la vida nacional. Sin pretender catalogar la importancia de cada uno de estos problemas, tal vez podríamos situar al abasto y consumo alimentario entre los más relevantes, incluyendo al propio empleo, la vivienda y en general los niveles de vida de las grandes mayorías.

Esta razón principal nos lleva a concluir que el presente trabajo, auspiciado por la DGAPA y por el Instituto de Investigaciones Económicas de nuestra Universidad, representa un esfuerzo colectivo de importancia, entre otras cosas por la participación en él de numerosos investigadores jóvenes, colaboradores, ayudantes y becarios que trabajaron en armonía, aportando sus conocimientos y aprendiendo al mismo tiempo, tanto por las nuevas metodologías utilizadas, como por las lecciones obtenidas a través de numerosos viajes. Se trataba entre otras cosas de organizar diversos hechos que demuestren la existencia de sistemas regionales, en este caso del abasto, que a su vez forman parte de sistemas más amplios de carácter productivo-distributivo y de consumo, en el seno de las regiones socioeconómicas.

La participación de quien firma esta introducción general se limitó a coordinar los esfuerzos de los investigadores, así como

a redactar capítulos de los libros e intervenir en discusiones y seminarios que se organizaron en el curso del período que abarcó la propia investigación. Se trataba de analizar nuevas formas en la interpretación del abasto en su sentido espacial en nuestro país y en el contexto internacional. Sin embargo, la redacción de los diversos capítulos quedó a cargo de los propios autores, conducidos con eficacia por el Corresponsable y el Coordinador Académicos. Fueron altamente meritorias las contribuciones de todos aquellos que aportaron su esfuerzo para hacer posible el éxito de este trabajo. Con ello se demuestra la capacidad de los jóvenes universitarios mexicanos, para enfrentar los nuevos retos que plantea el presente y el futuro inmediato del país.

Debe expresarse que en ningún momento se trató de redactar una investigación que fuese completa, tanto por la ausencia de múltiples estudios previos sobre estos temas, como porque lo indicado era hacer aportaciones que sean de utilidad para la solución de graves problemas en materia de abasto, no solo de las grandes ciudades sino también en las ciudades medias y en las pequeñas. Consideramos básico el enfoque cuya esencia contemple una íntima relación entre las regiones rurales productoras de alimentos y los mercados de consumo, incluyendo desde luego a las redes de distribución, los canales de comercialización, el financiamiento, los distintos tipos de acaparamiento de producto, etcétera. Por supuesto, debía incluirse el tratado de las políticas seguidas por el Estado mexicano en materia de abasto, su debilitamiento progresivo, que ha traído como consecuencia serios problemas en materia de consumo por parte de grandes núcleos de población en ciudades y el medio rural.

Se trató de abarcar los aspectos básicos del abasto alimentario, incluyendo la producción agrícola y ganadera, además de la pesquera; los sistemas de transporte y comercialización a muy distintos niveles, haciendo hincapié en los más modernos establecimientos de venta, que representan una forma nueva de expresión del capitalismo mexicano.

Insistimos en que la población nacional continúa creciendo

a un ritmo significativo, las ciudades tienden a una creciente conurbación con los poblados próximos y todo ello provoca problemas en el abasto. Por lo tanto los planificadores urbanos y regionales deberán tomar en cuenta la necesidad de integrar sistemas de abasto cada vez mejores, permitiendo con ello un acceso seguro de las clases populares a los alimentos, sean estos presentados en forma natural o transformados industrialmente. Esto será cada vez más necesario, en vista de la aparición de esos establecimientos privados de abasto, que operan con fuerte inversión de capital, incluyendo el extranjero, pero los cuales solo están destinados a un grupo minoritario. Además, la liberalización del comercio con otros países traerá inevitablemente una mayor competencia con los productos alimentarios procedentes del extranjero.

Desde luego, el abasto y su desarrollo moderno en todas las regiones del país dependerá en buena medida de la políticas económicas que apliquen, pues resultara inevitable una constante elevación de los niveles de ingreso y en general de la calidad de vida de las mayorías trabajadoras. Con mucha justicia se dice en el texto de la investigación que “el acceso a los alimentos... está determinado por el ingreso y éste es una función directa del empleo”. No nos referimos exclusivamente a un mayor consumo de alimentos sino al mejoramiento de los sistemas de transporte y a la cadena de comercialización. En este contexto, el Estado mexicano no puede hacerse a un lado de su deber como coordinador de planes y medidas de carácter social que hagan más racionales las estructuras de consumo y en general el desarrollo de los sistemas regionales.

Es obvia la relación que el abasto alimentario y la producción agrícola, ganadera y pesquera, tienen con la actual crisis ecológica, pues no se trata solamente de impulsar los volúmenes al máximo, tratando de alcanzar la autosuficiencia alimentaria, sino de utilizar racionalmente el espacio. El medio físico está sufriendo en todo el mundo un desgaste decreciente y esto tiene mucho que ver con la pobreza en el campo, la falta de financiamiento apropiado para los auténticos pequeños propietarios, ejidatarios y comuneros, según sea al caso concreto.

La ampliación indebida de la superficie agrícola a costa de terrenos de vocación ganadera y forestal, traerá mayores índices de erosión y desertificación, teniendo además en cuenta que nuestro país sufre problemas de aridez en más de tres cuartas partes de su superficie.

Consideremos que la utilidad de este estudio podrá medirse si aceptamos que uno de los retos inmediatos consiste en formular una *teoría del abasto alimentario* que sea aplicable a las condiciones de México (y tal vez de otros países de América Latina, Asia y África). La ausencia de esta teoría limita las posibilidades de que se venzan a corto plazo los innumerables obstáculos analizados en el estudio.

La presente investigación no hubiese sido posible realizarla sin el muy valioso apoyo de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico. El instituto de Geografía y otras instituciones de la UNAM. Igualmente, la H. Cámara de Diputados estuvo muy interesada en nuestros trabajos; nos invitó a participar en seminarios públicos realizados en diversas ciudades de la República y se publicó en coedición un libro. Lo mismo podría decirse del Programa Universitario de Alimentos. También colaboró la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, además de DICONSA y CANACINTRA, entre otros. Del Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM recibimos todo género de apoyo para hacer posible la culminación de este trabajo. En el caso del Programa Universitario de Alimentos fue especialmente importante el apoyo del Dr. Ernesto Moreno Martínez quien apoyó de manera especial la edición de esta obra.

Finalmente pero no por ello menos importante, deseamos reconocer el apoyo valioso de José Antonio Vega, Elías Orozco, Héctor Amador y Rodrigo Huitrón quienes fungieron como becarios durante el desarrollo del proyecto.

Cd. Universitaria, D.F., 1994

Dr. Angel Bassols Batalla

Investigador Titular y Emérito del IIEc. UNAM

Director Responsable de la Investigación

El abasto alimentario como problema espacial

Interpretar la lógica económica que asume el abasto regional de alimentos en un país como México, regionalmente complejo en su estructura social y en la especificidad de su patrón de consumo, resulta un ejercicio complicado. Más aun si tal interpretación pretende enfocarse desde la perspectiva espacial.

La complejidad deviene del planteamiento mismo de la problemática del abasto. ¿Qué debe entenderse por abasto regional de alimentos en México?; ¿cómo se delimita regionalmente?; ¿a través de qué mecanismos se articulan los diversos eslabonamientos del sistema que en si mismos mantienen un comportamiento autónomo?; ¿cuáles son los roles e intereses que juegan productores, distribuidores y consumidores?; ¿en qué medida afecta la dinámica de la política económica en el corto y largo plazo al funcionamiento del sistema en conjunto?; ¿hasta dónde modifica el patrón de consumo a la estructura regional del abasto?; ¿cómo afecta la dinámica demográfica y el predomnio de los asentamientos urbanos sobre los rurales?.

Asimismo, ¿existe alguna relación entre la estructura productiva del campo y la estructura del abasto?; ¿afecta la dependencia alimentaria y la mayor apertura externa de la economía?; ¿cómo se ven modificadas las variables del abasto con las nuevas directrices jurídicas de reordenamiento del campo y con la propia crisis agrícola?

Además, ¿existe plena certeza sobre la conformación de jerarquías territoriales en la estructuración regional del abasto alimentario?; ¿quién las determina?; ¿se pueden preservar dichas jerarquías territoriales, aún con la dinámica de los cambios

internacionales?; ¿quién regula la actividad del abasto y quién los precios?; ¿existen irregularidades en el abasto de tal manera que queden demandas insatisfechas?; ¿la dinámica demográfica interviene en la conformación de jerarquías territoriales del abasto; y el ingreso; y la infraestructura?; ¿cómo influyen en el sistema de abastecimiento otros canales de distribución de corte más moderno, por ejemplo supermercados o tiendas de autoservicio?.

Evidentemente que en un estudio donde se pretende dilucidar el problema en el corto plazo, no todas las interrogantes planteadas pueden quedar resueltas satisfactoriamente. Sin embargo, es posible identificar con base en el comportamiento histórico de las regiones, su importancia económica y la dinámica que han venido observando sus núcleos urbanos de mayor jerarquía, algunos de los rasgos más visibles de la estructura del sistema de abasto en conjunto.

Desde luego que dichos rasgos se definen a través de los lineamientos de la política económica, los agentes económicos que se ven afectados a través de ella y del papel de los consumidores en el espacio y en el tiempo; pero finalmente esta interacción ocurre en un plano territorial definido y a ello nos abocamos de manera central, sin perder de vista la importancia que ocupa la región productora y la infraestructura como soporte del movimiento de los productos.

En otro sentido, no pretendemos una simple caracterización de los flujos regionales de productos alimentarios a las grandes ciudades para representarlos gráficamente, sino de encontrar la explicación económico social de estos flujos y su significado espacial. Una pregunta inicial obligada entonces consiste en saber qué determina lo espacial, y si existen planos espaciales con diferentes funciones económicas en la actividad el abasto alimentario.

Ubicación del abasto alimentario en el espacio

La temática del espacio ha sido preocupación importante de los estudiosos de la dinámica económica y social por lo menos a

partir de la tercera década del presente siglo. En la mayoría de los estudios registrados se encuentra presente la preocupación por el análisis de la dinámica urbana en relación al comportamiento territorial del comercio al menudeo. En tanto analizan las actitudes del consumidor frente a diversas opciones de compra en la ciudad, utilizan variables como la distancia entre los lugares de residencia y las concentraciones comerciales, el costo del transporte, la distribución de ingreso, la diversidad demográfica, entre otras. De esta manera llegan a diseñar modelos territoriales tomando en cuenta la expansión de la población y los cambios registrados en el uso del suelo. Con ello encuentran claras asociaciones entre los tiempos de recorrido hacia los lugares de compra y los períodos históricos en que aparece el comercio al menudeo de acuerdo con la dinámica demográfica; es decir, tomando en cuenta el costo del transporte, los consumidores eligen como opción de compra el lugar más cercano y ello empuja a la configuración de los distintos emplazamientos comerciales.

Las teorías clásicas de localización han tratado el problema de la representación cartográfica del comercio hasta ahora con gran éxito, si bien, por lo general, enfocan sus técnicas al análisis de la mecánica intraurbana de la distribución al menudeo y sólo marginalmente toman en cuenta a las regiones abastecedoras.

Poco interesa la infraestructura, menos los lineamientos de la política económica y mucho menos la influencia de la ciudad en la dinámica y en la especialización de las regiones productoras.

Podría adelantarse así la conclusión de que las teorías de localización de mayor influencia en los estudios espaciales se sesgan hacia lo “urbano” con un enfoque “espacialista” y por lo tanto más apegados a la Geografía del Marketing.

Lo anterior hace necesario llevar el análisis hacia los planos interregionales, reconociendo las jerarquías de los núcleos urbanos, la especialización productiva de las regiones, al igual que los agentes dinamizadores del espacio como factores de atracción que delimitan regiones y consolidan ciudades. Ello

reafirma a los factores económicos como **modeladores del** espacio y de las interrelaciones espaciales.

Cómo se articulan entonces la ciudad y la región dentro de una relación comercial encaminada a satisfacer las necesidades alimentarias y cuáles son las variables claves en dicha interrelación. En primer lugar debe definirse el peso de las regiones y el transporte; en segundo lugar las jerarquías urbanas de los lugares donde se asientan los consumidores, así como sus mecanismos de distribución intraurbana inherentes, tomando en cuenta su evolución histórica.

Más allá de la dinámica demográfica, la relación región-ciudad tiene una importancia fundamental en el sistema de abasto alimentario, entre otras razones porque el consumo de la ciudad condiciona la estructura de la producción regional, y la ciudad a la vez depende de las regiones; se trata de una mutua interdependencia donde la ciudad finalmente subordina a la región a sus intereses de consumo; esto implica una serie de modificaciones a la vocación productiva natural de las regiones, condicionados por factores de demanda que ocurren independientemente de que exista un espacio configurado.

Sin embargo, otras perturbaciones exógenas influyen también en la relación tradicional del abastecimiento región-ciudad; este puede ser el caso de las aperturas registradas más recientemente en la economía mexicana que tratan de incorporar el libre comercio internacional como estrategia de reactivación del crecimiento. Ello aunado al propio fenómeno de la globalización mundial de la economía, incide en una modificación de las relaciones tradicionales entre la región y la ciudad, apareciendo y consolidándose otros aparatos de distribución como son los supermercados y tiendas de autoservicio que rompen con la hegemonía que ejercía el sistema de centrales de abasto en la organización del mismo.

Las características “más urbanas” del patrón dominante de consumo rompe con viejas formas de organización de la agricultura y el abasto se organiza para ofertar más de manera inmediata, de tal suerte que pueda reproducir la vida de las ciudades sin poner en peligro la alimentación de sus habitan-

tes, aunque éstos no participen de manera directa. Las interconexiones espaciales de esta relación deben estudiarse a partir de una perspectiva teórica e histórica.

Un intento por sistematizar las diversas etapas que han dado origen al sistema moderno de abastecimiento de alimentos sugiere que en la primera se configura un intercambio comercial administrado socialmente,¹ es decir, los propios productores seguían las rutas de ferias y mercados establecidos en días fijos sin existir mecanismos de intermediación complejos. En la segunda etapa, un sistema más homogéneo de trueque y la aparición misma del dinero permitieron transacciones más definidas en el mercado dentro de las sociedades campesinas. De cualquier manera, el dualismo que caracterizaba a esas sociedades, y que oscilaba entre la economía de subsistencia y la actividad comercial, fue sustituido con la especialización económica impuesta por las economías más modernas; los mercados periódicos y las ferias son reemplazados por un sistema comercialmente articulado, la especialización elimina a la autonomía local y el equilibrio oferta-demanda asume un papel más fundamental.

Se tiene que el sistema de abastecimiento se estructuró como tal cuando ya los consumidores habían comenzado a adquirir bienes mediante mecanismos que trascendían los límites de la unidad doméstica o el grupo social inmediato, dentro de un proceso que implicó el rompimiento de los regímenes de intercambio fijados por los principios de reciprocidad en la distribución.

Así, los posibles orígenes de un sistema comercial más estructurado se establecen a partir de los cambios del sistema anterior. Un primer elemento de las nuevas formas tiene que ver con la aparición de mercados periódicos en los sistemas de comercio local; el otro se relaciona con el establecimiento de ferias en rutas comerciales de larga distancia, pero ello no altera necesariamente la economía campesina. Esto ocurre al mo-

¹ Brian J.L. Berry, *Geografía de los centros de mercado y distribución al por menor*, Edit. Vicens Vives, Barcelona, 1978.

mento que se consolida la jerarquía moderna de los centros urbanos e implica una estricta división del trabajo y una ausencia de la unidad doméstica como soporte de la vida familiar.

En el contexto anterior se desarrolló un sistema jerárquico de centros urbanos² con funciones de mercado que delimitan los alcances espaciales del comercio local, regional, interregional e interurbano. Los alcances de los centros comerciales son delimitados por la capacidad para absorber mercancías, divisiones espaciales de mercado y posibilidades de intercambio local y exterior.

De cualquier manera, la organización comercial y del abasto alimentario modernos continúan experimentando cambios en función de una economía regionalmente más descentralizada y una organización social más compleja. En tal caso, la teoría del lugar central proporciona una explicación completa de la organización de los centros de mercado y de su esfera de influencia comercial espacial en función de las regiones que los rodean. Para lograr una buena aproximación a la funcionalidad de esta teoría, se requiere sistematizar los flujos globales regionales de productos alimentarios y de esa manera obtener un panorama claro de la relación región-ciudad y de las nuevas demandas de organización espacial para el abasto que el modelo económico impone.

La teoría del lugar central, la región y la organización del abasto

Los impulsos del desarrollo, normados por las políticas públicas, impactan sólo en ciertos puntos del sistema y se transmiten a otros siguiendo el patrón de las relaciones jerárquicas interurbanas,³ La ciudad, como unidad componente del sistema económico-social ocupa una posición relevante en el conjunto

² *Idem.*

³ Graizbord, Boris y Carlos Garrocho. *Sistemas de ciudades: fundamentos, teóricos y operativos*, El Colegio Mexiquense, A.C., Cuadernos de Trabajo No. 2. México, 1987.

de asentamientos humanos que a través de interrelaciones funcionales constituyen el marco donde se realizan las acciones públicas; el desarrollo nacional y regional ocurre en buena medida dentro de la estructura de relaciones económicas interurbanas.

Las ciudades reflejan el dinamismo de una región en todos los países del mundo, aunque este dinamismo puede variar en el tiempo de acuerdo con el rol o la especialización económica que les corresponda asumir; las relaciones entre ciudades actúan como un sistema,⁴ de esta manera se conforma el sistema urbano que responde a un conjunto de ciudades en cierta área geográfica y más particularmente, las relaciones que estas ciudades tienen entre si y con las zonas rurales que las rodean.

La teoría que mejor explica la importancia de la ciudad, su jerarquía interespacial y la influencia que ejerce sobre su entorno regional inmediato es la del lugar central. Esta teoría supone que las ciudades actúan como centros que reúnen y exportan los productos y servicios que exige el campo. La centralidad se refiere a la importancia relativa de un lugar respecto a su región circundante, es decir, a la cantidad de bienes y servicios con que la ciudad provea a esa región. La centralidad no puede ser medida por el tamaño de la localidad, sino por los bienes y servicios que ofrezca y que sean consumidos por la población que vive hasta donde alcanza su ámbito de influencia. La nodalidad explicaría la importancia absoluta de un lugar, o sea de la suma de todos los servicios que produce sin importar si los consume la propia ciudad o la región circundante.

El origen de los lugares centrales, según las teorías analizadas por Brian J.L. Berry,⁵ señala que los centros de mercado surgieron sólo cuando ya los consumidores habían comenzado

⁴ *Idem.*

⁵ Véase al respecto B. Berry, *Geografía de los Centros de Mercado y distribución al por menor*, Ed. Vives Vives, Barcelona 1978; *Spatial analysis a reader in statistical geography*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey 1969.

a adquirir los bienes mediante sistemas comerciales que trascendían los límites de la unidad doméstica o el grupo social, inmediato, reemplazando el régimen de intercambio regido por los principios de reciprocidad o de redistribución. Sin embargo, el proceso de las revoluciones (agrícola, industrial, comercial, política) que han afectado el desarrollo social, económico, cultural y político de las sociedades en el mundo a lo largo del tiempo, han transformado la especialización y terminado por eliminar la economía local, dando lugar a la aparición de las relaciones comerciales a larga distancia, donde las ciudades o centros regionales juegan un papel complejo de interrelaciones de importancia tal, que han surgido redes de producción regional y comercial altamente interdependientes.

La región o conjunto de regiones, abastecen a un lugar central en la medida de la importancia económica y productiva de éste, pero a la vez resulta dependiente de los bienes y servicios del lugar central, que incluso pueden ser productos agrícolas. En sentido inverso, el mercado de sus productos depende de las necesidades que el lugar central crea, con lo cual se establece una doble dependencia.

La distribución de los lugares centrales en el espacio constituyen una red y cada lugar central provee todos los bienes y servicios a otros lugares centrales de nivel inferior. El rango de un bien dependerá del nivel del lugar que lo proporcione, del poder de compra de los consumidores y del tipo de producto ofrecido.⁶

Cada centro tendrá una área de mercado a la cual sirve de acuerdo con los bienes y servicios que ofrece. En este proceso se desarrollan una serie de centros, los cuales tenderán a dispersarse comunicando áreas de mercado de igual tamaño; éstas cubrirán todo el territorio sin producir empalmes que pudieran reflejar ineficiencia económica. El comportamiento de flujos económicos que resultan de la interconexión de las áreas llevará a la conformación de espacios interrelacionados, explicándose así el hecho de que un centro importante jamás

⁶ B. Berry, *op. cit.*

se encuentra gravemente desabastecido, salvo en casos de contingencia social.

El equilibrio que se logra con la satisfacción de las necesidades de productores y consumidores se expresa en un sistema de lugares centrales dominados por áreas de mercado hexagonales que Lösch denomina regiones económicas.⁷ Este sistema organizado constituye una verdadera región económica, donde la jerarquía de los lugares centrales se corresponde con sus áreas de mercado, por lo cual el análisis sobre abasto alimentario debe considerar, además de la región, el sistema de ciudades.

Las ciudades de cierto rango ejercen una influencia intensa sobre las áreas rurales que las rodean, hasta el punto que organizan sus hinterland formando verdaderas regiones funcionales. La variedad y complejidad de las relaciones entre la ciudad y el hinterland provoca que los límites de éste no puedan ser definidos con precisión.

El límite del hinterland de una ciudad termina donde comienza el área de influencia de otra. El punto donde termina un hinterland y comienza el otro es un punto de equilibrio o indiferencia, ya que la población allí asentada es atraída en igual proporción por un centro u otro, de tal manera de son indiferentes respecto a donde vender o adquirir bienes y servicios.

La interrelación de la ciudad con su hinterland o zona de abastecimiento ocurre en un espacio regional y es independiente de la validez de un modelo territorial para medir los flujos que se establecen a partir de un producto y de los puntos de inflexión que marcan dichos flujos. Esto nos lleva a reconocer la existencia de una regionalización funcional donde se establecen los movimientos y las formas de interconexión con otras regiones.

La regionalización funcional supera cualquier esquema rígido que atribuyen al sistema de distribución una conexión simple de oferta y demanda, más aún cuando se trata de describir la complejidad del sistema de abasto alimentario donde

⁷ August Lösch, *Regional development and planning*, MIT, PRESS, 1964.

interactúan diversos planos espaciales y en el que a partir de la jerarquía del centro, este puede tener relación con varias regiones a la vez, aunque su hinterland base sea uno.

Para ubicar la regionalización funcional del abasto alimentario, en el caso de México, es necesario partir de una regionalización socioeconómica más general y los distintos elementos que intervienen en su delimitación. Se reconoce la existencia de dos tipos de grandes regiones económicas en nuestro país:⁸ 1) regiones económicas reales sobre base municipal, que en ocasiones abarcan parte de uno o varios estados de la Federación y 2) regiones económicas para fines de planeación que siempre respetan los límites estatales; de aquí resultan los mapas de grandes regiones que incluyen a su vez a las regiones medias. Finalmente, Bassols llega a la delimitación de ocho grandes regiones económicas que unen varios estados y a su vez se subdividen en regiones medias, subregiones, comarcas, distritos, etc.

Los criterios de regionalización usados por el autor señalado, y que a la fecha constituyen el esquema clásico para analizar las regiones de México, parten de la idea de que “las regiones económicas de cualquier país existen objetivamente en la realidad y son producto de la interconexión naturaleza-sociedad, del impacto del hombre sobre el medio físico y de éste sobre el medio social, a través de relaciones determinadas de producción y usando medios concretos; lo cual se expresa en un modo socioeconómico predominante”.⁹ En igual sentido, reflejan las distintas etapas de desarrollo del modo de producción; estructuran sistemas con base en sus diversos recursos naturales, divide los límites naturales y son casi siempre franjas de transición. La región natural puede coincidir con la región económica principalmente en los países de menor desarrollo, sin embargo, no cualquier región natural es una región económica; el hombre participa como parte de una expresión

⁸ Bassols Batalla, Angel, *México: Formación de regiones económicas*. Edit. UNAM, México, 1993 (reimpresión).

⁹ *Idem*.

social; son “económicas para la planeación” por su especialización productiva vigente dentro de una gama de actividades que integran el “todo” económico de la región; y, la especialización es resultado de la historia económica que a través del tiempo conforman un perfil regional.¹⁰

Por tanto, existen regiones estructuradas por el ámbito de su especialidad productiva, y a partir de ésta se define su interrelación con otros planos espaciales como complementariedad económica y de satisfacción de necesidades, si bien en algunos sectores productivos, como el agrícola, satisface el consumo de un centro urbano importante, esto ocurre en forma desequilibrada y desfavorable a tal sector, salvo en las regiones donde existe una agricultura capitalista avanzada.

Lo antes mencionado lleva, en países como México, a la conformación de un esquema de relación monocentrista (donde salvo raras excepciones existe sólo un centro de atracción económica poderosa) y surgen núcleos extraordinariamente débiles entre el núcleo central y los territorios periféricos. Ello conduce a una mayor concentración de la producción en zonas relativamente desarrolladas, a un desequilibrio más profundo en la integración regional y quedan sin utilizar grandes recursos potenciales naturales y de trabajo.¹¹

De cualquier manera, lo anterior no es exclusivo de países atrasados, también se observa en países industrializados, por ejemplo en Francia, y dentro de cada región existen diferentes grados de desarrollo que evoluciona y cambia históricamente la jerarquía de las regiones y de sus especialidades, por lo cual no existen regiones homogéneas sino complejas cuyos complejos productivos territoriales forman la región económica. La región aparece como el producto de las relaciones interregionales, y éstas como una dimensión de las relaciones sociales.

Por tanto, la delimitación regional constituye la base para de-

¹⁰ *Idem.*

¹¹ J. Alaev, *La planificación regional en los países en desarrollo*, en Ciencias Sociales No. 4, Moscú, 1974. Citado por Bassols, *op. cit.*

finir los planos espaciales que corresponden a cada ámbito de especialización del abasto alimentario: dónde se produce, quiénes producen, hacia dónde se trasladan las mercancías, quiénes consumen, etcétera.

El sistema agroalimentario, el espacio y el mercado

La interconexión producción-comercialización-consumo de productos agrícolas y alimentarios conforma el llamado sistema agroalimentario, donde si bien el concepto implica una generalidad¹² puede delimitar un complejo conjunto de relaciones y flujos que articulan diversos componentes de la producción y comercialización de alimentos. Esta noción trasciende el ámbito de lo estrictamente económico y hace referencia a un cuerpo de relaciones políticas donde los aparatos estatales, grupos de presión, organismos nacionales multilaterales, etc., desempeñan un papel fundamental ya sea directamente, o mediante organismos internacionales, en la definición de relaciones espaciales de producción y consumo.

El concepto de sistema asume, en este último caso, la presencia de un proceso de homogeneización e integración de mercados a escala internacional, que no sólo determina los precios que rigen en diversos países, sino también los niveles de calidad de los productos. Existe un sistema agroalimentario mundial con distintas expresiones regionales en el plano de la producción, el mercado y el financiamiento que surge como resultado de las relaciones de poder entre los agentes múltiples y heterogéneos que son las empresas, las agencias internacionales, los estados, los productores agrícolas y agroindustriales, la fuerza de trabajo y los consumidores. El esquema de abastecimiento se ve influenciado en gran medida por el patrón internacional, sobre todo si un país depende de importaciones en alto grado.

¹² Arroyo, Gonzalo *et al.*, *Agricultura y alimentos en América Latina, El poder de las transnacionales*, UNAM-ICI, México, 1985.

El sistema agroalimentario se clasifica a la vez en subsectores determinados por la categoría de productos alimenticios que son objeto de la actividad económica; de aquí surgen clasificaciones que responden a una función realizada en la producción, transformación y distribución (subsectores funcionales); aunque también puede obedecer al rubro específico de la organización para la producción: artesanal, cooperativa y pública (subsector social).

En todo esquema de abasto alimentario, visto más allá de la interconexión espacial mecánica, interviene la empresa agroalimentaria como unidad económica fundamental donde se incluyen no sólo las empresas de índole capitalista, sino también las cooperativas artesanales y públicas cuya cifra de venta está integrada principalmente por operaciones referidas a productos agroalimentarios. La especialización por función de las empresas que se encuentran al interior de una cadena agroalimentaria, o de una línea de producto, determinará a su vez los subsectores funcionales de que consta la cadena o línea (por ejemplo existen empresas especializadas en la producción, transformación o distribución de leche, carne, pan, etc.).

La identificación al interior del subsector agroalimentario de estratos, cadenas y líneas de productos deberá hacerse, en lo esencial, atendiendo a la tendencia de integrar funciones (producción primaria, transformación y distribución) de sus actividades.

Bajo el proceso expuesto se conforman las cadenas agroalimentarias que inciden en la distribución y consumo; vale decir que en el proceso de abastecimiento no sólo participan las empresas formales, sino también distintos agentes de comercialización (intermediarios) cuya función no es la producción o transformación, pero su papel resulta relevante en el abastecimiento de centros urbanos, particularmente en el rubro de productos agrícolas de consumo directo que no requieren un procesamiento previo.

La cadena agroalimentaria aparece claramente permeada por el factor espacial cuando analizamos su estructura a partir de la identificación de su núcleo de poder. La cadena se rela-

ciona con los itinerarios seguidos por los bienes agroalimentarios en el aparato de producción-transformación-distribución y con los diversos flujos que ocurren al interior de ese aparato (consumo de energía, trabajo, capital, etc.). El núcleo contribuye a la identificación de cadenas.¹³ Existe una etapa desde la cual ciertos agentes económicos pueden ejercer su dominio sobre el resto de las etapas y los agentes que toman parte en ella. El control de la etapa clave confiere a ciertas empresas la calidad de líderes, así como la capacidad para apropiarse parte del excedente generado por la totalidad de la cadena; su poder puede derivar de factores tan variados como el dominio de nuevas tecnologías, el mercado o las fuentes de financiamiento.

En el sentido anterior, las empresas líderes integran sus propias redes de abastecimiento, apoyadas en líneas propias de transporte y sistemas de mercado. De esta forma pueden cubrir espacios de consumo más amplios que los sistemas de abasto convencionales de productos básicos, integrando monopolios que abarcan tanto espacios rurales como urbanos. De cualquier manera, generalmente se ubican en centros urbanos donde pueden captar mayor volumen de consumidores, y salvo casos particulares, no importa a que distancia se encuentran las zonas de abastecimiento de materias primas.

De acuerdo con la lógica de operación de la empresa agroalimentaria, el sistema de abastecimiento comienza mucho antes que la distribución de alimentos hacia el consumidor; además, su influencia espacial va más allá del hinterland de aprovisionamiento de los centros urbanos.

De acuerdo a ello, la cadena agroalimentaria se integra a partir de los eslabonamientos siguientes:¹⁴ a) producción “hacia arriba” de la finca, de insumos industriales utilizados por las actividades agropecuarias; b) producción agropecuaria; c) procesamiento de productos agropecuarios (de primera y segunda transformación); d) distribución de productos procesados has-

¹³ *Idem.*

¹⁴ *Idem.*

ta el consumo final; y, e) servicios tales como crédito, asistencia técnica, servicios tecnológicos y de publicidad (articulado a todos los eslabones).

Sin embargo, para operar en un espacio dado y poder influir en el sistema de abasto, la empresa agroalimentaria requiere de cierta infraestructura relacionada con la definición de funciones territoriales y la orientación demográfica. De esta manera participa en forma importante en la satisfacción de las necesidades de consumidores urbanos, complementando la red de abastecimiento que se conforma con los productores agrícolas, mediante el sistema conocido en México como centrales de abasto, la participación del Estado y también de los intermediarios privados que no participan en ningún canal formal.

Tal y como señalamos líneas arriba, el Estado a través de la definición de políticas públicas participa en la orientación de las funciones espaciales donde se inserta el sistema de abasto y la empresa agroalimentaria.

Rasgos estructurales y espaciales del abasto alimentario en México

El sistema de abasto alimentario en México se estructura de acuerdo con la concentración del consumo de la población asentada en los principales centros urbanos actuales y emergentes, un rasgo importante es que deja desprotegida a la población rural en términos de precios y calidad de la oferta.

En el mismo sentido, inscrito en una economía de mercado, el sistema es incapaz de sustraerse de la distorsión que provoca una desigual distribución territorial del ingreso que desemboca en la concentración física de las mercancías, por lo cual el abasto resulta costoso a los consumidores de las ciudades, pero más aun a la población rural que paga un doble costo ante la reexpedición de productos como expresión de la concentración del sistema.

El sistema integra excesivas etapas de intermediación entre

la producción y el consumidor. Estudios detallados¹⁵ indican, en el caso de algunas frutas y legumbres, que existen once mecanismos diferentes de distribución y hasta doce etapas de recorrido antes de llegar al consumidor final; los mayores márgenes de comercialización se observan en el mayoreo cuyo promedio oscila en alrededor de 113%, a pesar de que en ese tramo sólo existen tres etapas de intermediación.

Entre el mercado central y el consumidor se observan hasta ocho etapas y el margen de comercialización es de 59%.

El intermediarismo es un factor estratégico presente en el sistema de abasto en México. Una de sus causas de origen es la gran atomización de la población consumidora en el territorio nacional, sumado a la concentración de la industria procesadora de alimentos y de la distribución de abarrotes en las grandes ciudades, particularmente hacia la ciudad de México.¹⁶ Tal estructura repercute en la definición de precios, ya que en el conjunto de la cadena de intermediación se obtiene un margen de comercialización de hasta 50%.

De acuerdo en el enfoque espacial y de centralidad, la ciudad de México aparece como el lugar central de primer orden, ya que genera bienes industriales y de servicios que exceden con mucho sus propias necesidades, pero se convierten en mercancías y servicios de “exportación” para todo el territorio nacional.

Asimismo, algunas de las grandes ciudades observan un proceso creciente de metropolización, por ejemplo la ciudad de México, con lo cual su influencia gravitacional rebasa la región inmediata de donde se abastecía originalmente. La metropolización tiene claros efectos sobre la distribución intraurbana. En primer lugar porque surgen nuevos asentamientos suburbanos que demandan productos alimentarios y redefinen la orga-

¹⁵ Culebro, Javier, *El abasto alimentario como instrumento de desarrollo municipal*, en Estudios Municipales No. 7, Centro Nacional de Estudios Municipales, Secretaría de Gobernación, México, 1986.

¹⁶ Rello Fernando y Demetrio Sodi, *Abasto y distribución de alimentos en las grandes metrópolis, el caso de la ciudad de México*, Ed. Nueva Imagen, México 1987.

nización espacial del comercio intraurbano; lo cual genera además una mayor influencia de la metrópoli en las áreas rurales. Surge así, la región metropolitana.

En la región metropolitana la especialización sustituye a la articulación que caracterizaba al ordenamiento jerárquico de los lugares centrales. Algunos de los centros continúan en su función de lugar central, otros se transforman en colonias residenciales o pueblos-dormitorio. Se crean nuevas plazas comerciales planificadas lejos del centro y las nuevas colonias y áreas comerciales se extienden a lo largo de las carreteras. Las zonas englobadas dentro de las regiones metropolitanas en expansión generan nuevas fuerzas de distribución espacial y otras formas de interdependencia. Las clásicas estructuras espaciales caracterizadas por la jerarquía de los lugares centrales desaparecen y son reemplazadas con las estructuras espaciales que ya de por sí caracterizaban internamente a las ciudades.¹⁷

Según Berry, se conforma progresivamente una estructura económica nacional a base de un conjunto de regiones metropolitanas interdependientes. Dentro de cada una de ellas ocurre una alta especialización, en lugar de la subdivisión excesiva en regiones más pequeñas destinadas a articular de modo efectivo la distribución minorista de bienes y servicios. A medida que la población de las regiones metropolitanas crece y se redistribuye, los establecimientos de venta al por menor se desarrollan más en zonas donde el número de habitantes aumenta, observándose el fenómeno inverso donde la población disminuye. La expansión y redistribución de la población explica el cambio espacial total experimentado por el comercio al menudeo dentro de la región metropolitana. Desde luego que estos cambios son más lentos en países subdesarrollados, pero en México son dinámicos de tal forma que en la actualidad se reproduce el mismo esquema en las tres principales ciudades del país y aun en otros de crecimiento acelerado reciente.

La Ciudad de México impone el modelo territorial de abastecimiento alimentario que impera en todo subsistema

¹⁷ B. Berry, *op. cit.*

nacional de ciudades. Este consiste en un sistema de comercio a larga distancia¹⁸ que conecta una gran urbe con diversidad de zonas productoras a través de un solo mercado regional que hace las veces de concentrador de la producción agropecuaria. Las zonas abastecedoras se especializan en un doble sentido: producen uno o dos artículos para el consumo urbano y, además, para enviarlos generalmente a una sola ciudad; de tal manera que las zonas están comercialmente vinculadas con un solo mercado urbano.

Existen excepciones, sobre todo de regiones con grandes excedentes que pueden abastecer varias ciudades, pero el esquema predominante es el anterior. Sin embargo este modelo observa una contratendencia en su organización regional, ya que en la medida que se consolidan ciudades del interior y surgen grupos comerciales fuertes, comienzan a manifestar una autonomía del centro y buscan formas de comercialización con casi todas las regiones del país de manera autónoma.

De cualquier manera, el esquema central nacional se reproduce hacia el resto de las ciudades y, dependiendo de su jerarquía como lugares centrales, su hinterland puede abarcar una sola región, parte de ella, o varias regiones a la vez, sobre todo para cubrir déficits comerciales de productos que no se encuentran debido a la especialización productiva regional.

En esta esfera de la distribución interurbana se conforma un patrón comercial combinado donde persisten rasgos de las etapas intermedias y avanzada característico del proceso histórico que ha observado el abasto a nivel mundial. Ello se expresa en el tipo de establecimientos comerciales: en México la mayoría son minúsculos y caen dentro de la categoría de familiares, ya que 370 mil (70% del total) tienen una participación baja en las ventas (6%) y en el valor agregado del comercio (7.5%). En el otro extremo se ubican 1,405 comercios gigantes (0.3% del total), pero que contribuyen con el 37% de las ventas y 35% del valor agregado. Los negocios pequeños concentran el 19% de los establecimientos.

¹⁸ Rello y Sodi, *op. cit.*

En cuanto a los agentes comerciales, se observa su inserción funcional al sistema de abastecimiento vigente. A nivel nacional persiste el mayorista tradicional que responde a las características de los mercados rurales y a las estructuras operativas de comerciantes menudistas.¹⁹ El mayorista tradicional es un intermediario que tiene gran capacidad de comprador en mercados rurales atomizados y también como vendedor oligopólico. Se especializa en uno o pocos productos y abastece a otros mayoristas menores, al igual que a otras plazas de ciudades pequeñas. De hecho inducen criterios regionales de producción, acopio y comercialización, aunque adaptados a las necesidades de los grandes centros urbanos de consumo.

Existen otros mayoristas menores que no tienen contacto directo con los productores, pero que ofrecen servicios de mercado de productos y venden cantidades adecuadas al pequeño comercio. En síntesis, atienden necesidades de canales minoristas tradicionales.

Desde la perspectiva de distribución del espacio, el sistema mayorista que aprovisiona a la ciudad de México, y a otros lugares centrales del país asume las formas combinadas de patrón dendrítico y solar de abastecimiento, es decir, una apropiación del territorio que implica relaciones directas a través de un solo mercado regular, y de exclusividad-subordinación de la ciudad como su hinterland.

Una evaluación del patrón de abastecimiento en México nos lleva a considerar que es funcional en la medida que no deja prácticamente desabastecida a la población consumidora, pero la primacía hacia la centralización origina regiones poco articuladas entre sí, con transportación intrarrural costosa, zonas rurales mal abastecidas y sistemas comerciales poco desarrollados. A medida que aumentan las distancias de los centros urbanos se encarecen y escasean los alimentos. Igualmente, resulta ineficiente en la redistribución fuerzas competitivas de mercado que puedan abaratar precios. Las grandes urbes y comerciantes mayoristas tienen hinterlands exclusivos. Este

¹⁹ *Idem.*

sistema comercial opera en México a base de la descapitalización perenne de campesinos y del encarecimiento de productos hacia el medio rural.

El sistema de abasto predominante impacta en el patrón de consumo. Por conducto del mercado, se han trasladado a la estructura de la producción agropecuaria las modificaciones de la demanda alimentaria y de las materias primas que acarreo el proceso de urbanización, la concentración del ingreso y la importación de un patrón de consumo dominado por la proteína de origen animal que en la actualidad se revela contrario a las posibilidades de explotación racional y consumo de nuestros productos agrícolas.²⁰

Además, el crecimiento de la demanda de los estratos de población de ingresos medios y altos, sobre todo en las ciudades, impacta de manera profunda en la estructura de cultivos. La naturaleza de la demanda altamente concentrada e intensiva, impulsa el desarrollo de productos nuevos que requiere elevados gastos de inversión en detrimento de cultivos tradicionales.

El crecimiento acelerado y desordenado de las ciudades ha hecho cambiar las antiguas estructuras de abasto, que al no acompañarse de una modernización de los canales comerciales y de la propia infraestructura de mercado, genera, en algunos casos, procesos de intermediación exagerados que distorsionan la formación de precios, se apropia de la mayor parte del valor agregado y lesiona el beneficio de productores y consumidores.

Un hecho indiscutible es que actualmente existe una clara subordinación de las zonas productoras hacia los centros consumidores; estos en última instancia conforman su propio entorno regional de abastecimiento e imponen una especialización de la producción regional, de acuerdo con la estructura de la demanda urbana.

²⁰ Vidali, Carlos, *La importancia de la demanda en el proceso de planeación agropecuaria. Los efectos de los mercados mayoristas en las estructuras agrícolas y comerciales*, Conferencia de la Unión Mundial.

Factores y variables que estructuran el sistema de abasto alimentario en México

La cadena de comercialización

Antes de analizar la especificidad regional del sistema de abasto alimentario, es necesario ubicar su problemática histórica en el contexto del mercado nacional de productos agrícolas, la accesibilidad real de la población a los alimentos, así como los reacomodos que sufre el sistema en el contexto del modelo económico dominante.

El abasto alimentario en México, si bien funcional a las necesidades que presentan las distintas concentraciones regionales significativas de población, enfrenta problemas de la más diversa jerarquía cuya génesis debemos situarla más allá de la venta.

Los problemas del abasto involucran necesariamente al conjunto de la cadena de comercialización y varían en relación a la propia naturaleza de cada eslabón. Por ejemplo, al finalizar la cosecha de granos, en la fase de acopio no se logra, debido a problemas de saturación, acondicionar y secar adecuadamente los productos. Debido a ello, transfiere al almacén plagas e impurezas que inciden directamente en las pérdidas post-cosecha y que bien pudieron haberse resuelto con anticipación.

El almacenamiento trata de remontar factores adversos de tipo técnico e insuficiencias de capacidad que algunas veces obligan a ventas precipitadas, contribuyen a las pérdidas, bloquean la distribución y sus efectos adversos se dejan sentir principalmente sobre los pequeños productores.

El transporte cuenta con un número insuficiente de unidades

especializadas, además de que por su estructura monopólica resulta especulativo y perjudica a productores consumidores, dada su elevada contribución al precio final de los productos. Falta asimismo, un sistema logístico suficientemente desarrollado que evite el llamado “turismo de granos” hacia zonas donde existe mayor diferencia estacional de precios.

La venta al menudeo tiene canales específicos de comercialización que se conforman de acuerdo a la distribución geográfica interurbana de la población. Esto provoca la existencia de un canal comercial para estratos de mayores ingresos (principalmente autoservicios) y otro para estratos de menores ingresos (concentraciones, tiendas públicas tipo CONASUPO, mercados públicos, tianguis, entre otros), aunque supeditados ambos al control que ejerce el gran mayorista, quien condiciona el comportamiento del conjunto del sistema.

Algunos de ellos pueden dominar incluso ciertos eslabones que operan hacia atrás de la cadena, por ejemplo en la producción de frutas y hortalizas donde prestan a los productores asistencia técnica y créditos; aunque no ocurre así en eslabones como el almacenamiento y el transporte donde el control ocurre por la vía del manejo de volúmenes y la imposición de precios. No obstante que la venta al menudeo tiene una relación estrecha con los eslabones precedentes, este aspecto requiere un tratamiento específico.

Los problemas arriba señalados confluyen en la estructuración de un sistema de comercialización de alimentos orientado a satisfacer las necesidades alimentarias de la población urbana, predominantemente de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México y las otras principales ciudades que le siguen en importancia. Además, prácticamente toda la infraestructura del abasto se localiza en las grandes ciudades y de ahí deriva el carácter concentrado del sistema que en algunos casos, conjugado con problemas de dispersión y accesibilidad, deja desprotegida a regiones rurales enteras donde se enfrenta la disyuntiva de “importar” los alimentos que muchas veces produce y que fueron concentrados en los grandes centros urbanos, o quedarse desabastecidas.

Se reconoce que cada ciudad o pueblo conforma históricamente su propia zona de abastecimiento²¹, pero si rebasa la posibilidad de autoabastecerse, sea por el excedente demográfico o por un giro en las actividades económicas principales derivadas del proceso de urbanización, entonces requiere la intervención del Estado y otros agentes económicos que configuran el sistema de comercialización.

A medida que el sistema de comercialización se amplía físicamente, conforma una red compleja de abastecimiento, donde a pesar de que el Estado se autoasigna el papel de regulador, ello no evita que surjan agentes a distintas escalas que participan dentro del abasto obedeciendo a la propia lógica de la estructura económica y social que rebasa cualquier posibilidad de regulación estatal, incluyendo a los agentes que teóricamente no pueden ser determinantes como los almacenistas y los transportistas; sin embargo, una parte importante del sistema de comercialización se sostiene en ellos.

Por tanto, para ubicar el núcleo de la problemática del abasto, no podemos sustraernos de estudiar a la cadena de comercialización conformada como un sistema, aun cuando por requerimientos metodológicos sea a través de eslabones.

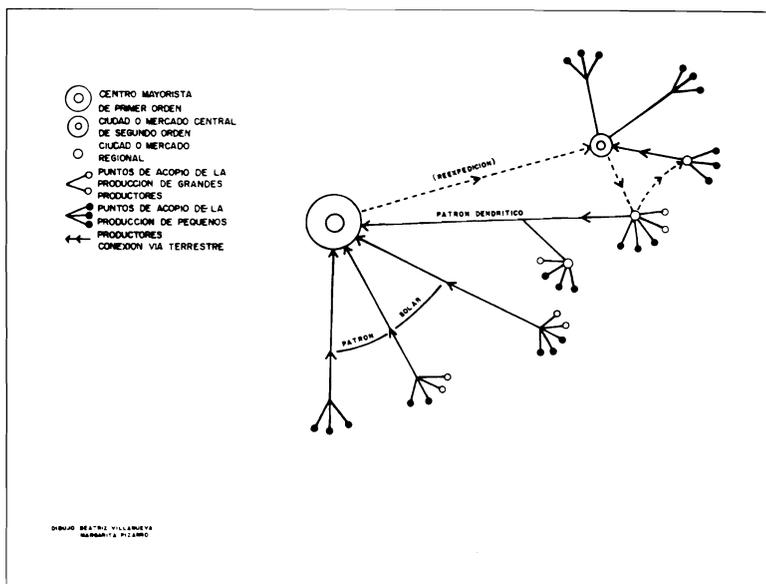
La comercialización no sólo representa el acto de vender, sino también una serie de condiciones impuestas al productor y el entorno de ambos, donde a lo largo del proceso producción-comercialización debe realizarse una serie de actividades económicas y productivas como el acopio, la selección, el procesamiento y el beneficio, la presentación, la conservación, el transporte, la distribución, etc.

De acuerdo con el enfoque funcional se han logrado identificar dos sistemas de comercialización: a) el sistema centralizado que corresponde al tipo tradicional, donde el flujo del productor al consumidor, sigue canales de variada complejidad y participan uno o muchos intermediarios, pero en general se caracteriza por la centralización urbana de todo el proceso; b) sistema descentralizado, el cual se distingue por el despla-

²¹ Rello, F y D. Sodi, *Abasto y distribución de alimentos...* op. cit.

Diagrama I

Sistema regional de abastecimiento de alimentos en México



Fuente: Rello, Fernando, "El abasto de frutas y legumbres en México", en *Comercio Exterior*, Vol. 39, Núm. 9, México, Sep. 1989.

zamiento del poder mayorista al detallista y por la práctica secuencial de las diversas funciones del mercado, especialmente acopio, clasificación y procesamiento dentro de las mismas líneas de producción. Cada producto o grupo de productos afines, cuenta con sus propios sistemas de comercialización dentro de un determinado mercado; por ejemplo los sistemas de comercialización del café, vino, granos, frutas y hortalizas, entre otras, constituyen unidades distintas e interdependientes entre sí. Algunos de estos productos participan a la vez integrados al sistema de Centrales de Abasto, pero por lo general conforman canales unidimensionales y se relacionan directamente con autoservicios o cuentan con sus propios canales de ventas.

Otro criterio de clasificación, quizá más amplio, considera que la comercialización parte de tres aspectos fundamentales: el institucional, el funcional y la satisfacción del consumidor. El institucional explica la comercialización en términos de las organizaciones y métodos involucrados bajo determinada estructura comercial, donde por un lado se ubica a los productores o fabricantes mayoristas y por otro a los consumidores; el funcional define a los grupos de actividad que constituyen la comercialización y de las relaciones que éstos guardan entre sí, entendiéndose que dentro del proceso mercadológico se maneja la compra, el empaque, la fijación de precios y finalmente la exhibición de la mercancía; la satisfacción del consumidor considera que la necesidad del consumidor es una parte fundamental del proceso de abasto y visualiza la comercialización como la etapa que satisface la demanda en términos de las preferencias del comprador.²²

Sin que neguemos que dentro del proceso de comercialización en México existen rasgos de cada uno de los planteamientos anteriores, el esquema dominante ha sido sin duda el centralizador, dada la orientación de la política económica y regional que sigue nuestro país. Esto representa inconvenientes de operación de diversa índole; en primer lugar, que las grandes ciudades sin ser directamente productoras de alimentos, acaparen la mayor parte de la producción nacional y aún de las importaciones; que el medio rural no cuente con opciones diversificadas de abasto; que las ciudades concentren la mayor oferta, disponibilidad y diversidad de productos y que al mismo tiempo, los centros urbanos sean los beneficiarios principales de los subsidios que el gobierno destina para disminuir el precio de algunos productos básicos.

El esquema centralizador, que actúa independientemente de la capacidad de regulación del Estado y más bien es alentado por este a través de algunas políticas específicas que benefician al consumidor urbano, provoca a la vez el surgimiento

²² Muldoon, Juan y Daniel Servitje, *El consumo de alimentos en México, presente y futuro*, Edit. Trillas, México, 1984.

de grupos comerciales que emergen tanto del interior de los centros urbanos de distribución, como de las propias regiones productoras, en conjunto cubren un espacio creado por la propia conformación de la estructura social. En ambos casos, el financiamiento y el crédito se convierten en elementos centrales para la concentración del poder comercial.

Mediante el aprovisionamiento del crédito, los comerciantes establecen una amplia red de relaciones al interior del sector comercial. Ello permite una rápida operación de compra con control de calidad, llegándose a establecer, en algunos productos, verdaderos sistemas de clanes familiares. A través de este mecanismo se entiende por qué algunas familias han logrado establecer monopolios regionales y nacionales, mediante lo cual tienden a eliminar sucesivamente a otros grupos con menor poder de financiamiento y establecen a la larga un mercado de compraventa único en la región o en el producto. Independientemente de las relaciones familiares que establecen los comerciantes a través de varios años, trabajan como cualquier otra empresa capitalista.²³ Conforme avanza el proceso de integración comercial vía TLC, buscan grandes asociaciones en capitales externos como garantía de sobrevivencia, pero sin enfrentar su competencia directa.

De acuerdo con la versión estatal, la cadena alimentaria se conforma en México por la producción, el acopio, el almacenamiento, la transformación y el consumo; y las etapas propiamente de comercialización intraurbana que también involucran el acopio, almacenamiento, distribución y comercialización.²⁴

El Estado mexicano reconoce que la actividad comercial se desarrolló en la posrevolución atendiendo los requerimientos del patrón global de acumulación, que privilegió la expansión industrial concentrada y el crecimiento acelerado de los princi-

²³ Oswald, Ursula (compiladora), *Mercado y dependencia. Dimensión del mercado bajo el capitalismo*, Centro de Investigaciones Superiores INAH-Nueva Imagen, México, 1979.

²⁴ Secofi, *Modernización comercial y abasto popular 1982-1988*, México, 1988.

pales centros urbanos del país. El comercio interior se conformó así, marcado por la heterogeneidad y la concentración; la primera fue resultado de un crecimiento espectacular y desproporcionado de las ramas comerciales beneficiadas por la expansión de una demanda solvente y diversificada; la concentración ocurrió a su vez por el surgimiento y consolidación de instancias oligopólicas de distribución, ante las cuales permaneció supeditada la generalidad de los agentes comerciales, que a la vez controlaron los espacios privilegiados del consumo en las grandes ciudades.

El esquema concentrador se origina en una deficiente vinculación entre la producción primaria y la industrial, pero basado además en relaciones de intercambio desigual en perjuicio de la primera. Bajo este supuesto es que se consolidan los agentes intermediarios quienes cubren una deficiencia estructural de relación entre planos espaciales distintos debido a problemas de comunicación.

Por lo que toca a los procesos de abasto, tenemos que la desarticulación de las fases ocurre por el insuficiente desarrollo de los mercados regionales y la inadecuada infraestructura de almacenamiento y demás servicios propios de la cadena a nivel local; aunque algunas veces obedece a la escasa capacidad de compra en algunas regiones que impiden economías de escala dentro del comercio.

La ausencia de mercados de origen controlado por los propios productores ha propiciado que desde la misma fase de acopio se generen condiciones para la proliferación de formas de intermediarismo ineficientes e imperfectas; de igual manera, el limitado dinamismo observado por los lugares de destino, en cuanto a la diversificación de mercados, facilitó la consolidación de un proceso de concentración y control de los bienes por unos cuantos agentes que inciden adversamente en la estructura de precios.

Se conformó así una distribución desequilibrada del almacenamiento con respecto a los centros de producción, en cambio la distribución al menudeo mantiene una cobertura amplia debido al control de grandes mayoristas que prefieran las gran-

des concentraciones urbanas. La cadena de comercialización tuvo que adecuarse al carácter heterogéneo y disperso de las actividades de acopio, a la preexistencia de una fuerte concentración de la distribución mayorista en los grandes centros urbanos y, a la conformación de un grupo de agentes transportistas que condicionaron en función de sus expectativas, la vinculación de las fases anteriores.

Los eslabones del abasto y su problemática

El funcionamiento del sistema de comercialización, debe ser integral, es decir equilibrado en cada una de las fases que lo conforman para atender con eficiencia y oportunidad el abasto, la regulación del mercado interno y la conformación de una reserva lógica y estratégica que asegure la disponibilidad de los productos agrícolas, mientras no se cuente con la cosecha del ciclo de producción inmediato posterior.

El planteamiento oficial del momento es, siguiendo los lineamientos de la política global, lograr la modernización integral del abasto. Consideramos sin embargo que para alcanzar esta meta, debe partirse primero de resolver la problemática del almacenamiento y conservación de productos agrícolas, y no sólo eso, sino de ampliar la cobertura para que tengan éxito medidas como por ejemplo, la propuesta para crear la Bolsa Agropecuaria. El sector oficial puede, mediante la integración de un programa que involucre a la SECOFI, CONASUPO, SARH e incluso el sector privado, lograr que se amplíe la capacidad de almacenamiento, al igual que incorporar iniciativas de avance tecnológico para el mejoramiento de la postcosecha y con ello encaminarse a ejercer, al menos controlando un eslabón clave, una regulación real del abasto.

Por tanto, debemos definir un sistema de comercialización integral de alimentos donde participen también las disciplinas sociales en el diagnóstico de las causales y que permita, además de garantizar el abasto del medio rural y urbano, resolver aspectos negativos de eslabones artificialmente relegados a las

áreas técnicas, como son la preservación de granos y semillas, con lo cual se lograría alcanzar parte de nuestra seguridad alimentaria.

Resulta lamentable que no exista al menos una base mínima de información necesaria para elaborar propuestas de solución a las condiciones de deterioro en que se encuentran determinados eslabones de la cadena alimentaria. Tampoco existen condiciones para establecer un diagnóstico preciso a través del cual se puedan tomar iniciativas de planeación adecuadas al conjunto de la cadena. Por ejemplo, se presentan reiteradas quejas de la insuficiente infraestructura para el acopio que repercute en cuantiosas pérdidas postcosecha, pero a la fecha se desconoce el monto exacto de tales pérdidas, o no existe claridad ni continuidad en los registros estadísticos que permitan cuantificarlas.

A nivel internacional se considera aceptable una pérdida anual del 5% en las cosechas de granos, sin embargo el dato debe manejarse con reservas, ya que sólo es representativo de aquéllos países con infraestructura agrícola muy desarrollada; en la India y algunas regiones suramericanas y del trópico tales pérdidas alcanzan hasta el 30% de la producción global de granos.

En México no existe consenso al respecto, mientras los cálculos de algunos especialistas²⁵ oscilan entre el 20 y 30%, la CONASUPO, principal institución almacenadora del país, sólo reconoce un 2% como pérdidas anuales en sus bodegas; otras estimaciones elaboradas por expertos de la FAO consideran que se pierde entre el 10 y 25% de las cosechas totales de granos en el país.

Aun si aceptamos un porcentaje conservador del 20% en las pérdidas nacionales de granos, esto representa por si solo una fisura importante en la economía, ya que tales pérdidas afectan fundamentalmente a productos cuyo destino final es el consu-

²⁵ Moreno M. Ernesto, *El Sistema de manejo postcosecha de granos en México*, Segundo curso sobre conservación de granos y semillas en almacén, Pual, UNAM, México, 1988 (mimeo).

mo popular y la industria procesadora de alimentos; de resolverse este aspecto podría atenuarse las crecientes importaciones de alimentos que venimos realizando desde hace⁴ por lo menos dos décadas.

Los problemas más importantes que enfrenta la cadena de comercialización antes de llegar a la venta al menudeo, pueden quedar englobados en los aspectos siguientes: a) heterogeneidad en las formas de almacenar (silos y bodegas mecanizadas pero sin el mantenimiento adecuado a sus instalaciones, almacenamientos rústicos no mejorados, etc.); b) insuficiente capacidad de almacenamiento, observable sobre todo al final de cada ciclo de producción; c) centros de acopio insuficientes, dispersos y sin infraestructura técnica; d) déficit y deterioro de las unidades de transporte requeridas para la cosecha (insuficiencia, deterioro y prácticas monopólicas en el transporte de carga, lentitud y fallas técnicas en barcos y furgones de ferrocarril, etc.). También se presentan fallas de tipo administrativo, escasez de personal capacitado, carencia de equipo e inadecuada difusión de la información técnica existente, nula incorporación del avance tecnológico a la conservación de alimentos, entre otras.

Con todo y que no existen cifras oficiales sistematizadas que permitan captar la dimensión de las carencias en almacenamiento, se han logrado conjuntar datos que permiten una idea aproximada. Hasta 1984 la capacidad nacional de los almacenes de granos y semillas era de aproximadamente 20 millones de toneladas; esto hace pensar que existía un déficit del 30% sólo para la producción interna, independientemente del volumen importado que en promedio representa 9 millones de toneladas anuales. Diez años después esta proporción deficitaria se reduce un poco debido a la participación que comienzan a tener los mismos empresarios agrícolas y las almacenadoras privadas.

El déficit de capacidad se complica con la escasa versatilidad tecnológica de las bodegas y su alto grado de improvisación que impide un manejo adecuado de las cosechas. Este cuadro es complementario a la existencia de diversos tipos de almacenistas tanto privados como estatales, cada cual con sus propias

políticas de comercialización, técnicas para muestreo y análisis de los productos, criterios de normalización y diversas tecnologías para el almacenamiento que varían desde las instalaciones de bodegas, equipo de manejo, materiales empleados en la preservación, etc. ANDSA, BORUCONSA, bancos y bodegas privadas juntas no han logrado resolver el problema del déficit, lo cual tiene fuertes repercusiones en el conjunto de la cadena de abastecimiento. Aunque ANDSA se encuentra el proceso de privatización, una empresa de este tipo por sí sola no resuelve el problema, ya que más bien se requiere construir un mayor número de bodegas y reducir los tiempos de almacenamiento de los granos.

El déficit también es patente en los centros de acopio, Los centros de acopio pertenecientes al Estado contaban hasta 1986 con una capacidad de manejo anual de 6.6 millones de toneladas, insuficiente en sí mismo para recibir la cosecha al final de cada ciclo, con lo cual se suscitan saturaciones en los principales centros almacenadores del país y una afectación significativa a la estructura logística del abasto.

El déficit de transporte se agudiza igualmente al final de cada ciclo agrícola en prácticamente todos los cultivos; esta situación se corresponde con la necesidad de los productores de dar salida a todas sus cosechas al mismo tiempo. A la insuficiencia de unidades del transporte de carga se suma el carácter anacrónico y burocratizado que priva en el transporte ferroviario, donde frecuentemente se observa una inmovilidad de furgones. El transporte de carga ha conformado grandes monopolios y los intermediarios no han sido capaces, en la mayoría de los casos, de resolver por incosteable.

Los granos se trasladan internamente desde los centros de acopio a las grandes bodegas a través de furgones de ferrocarril o camiones de tránsito federal. Estos últimos sólo tienen capacidad para transportar entre 20 y 70 toneladas por viaje, lo cual impide movilizar los productos en las fases críticas, independientemente de los ciclos regionales diferenciados de cosecha.

El transporte especializado del país se reduce a 245 trailers-tolva cuya capacidad promedio apenas alcanza las 30 tonela-

das; además sólo resultan operativos en bodegas mecanizadas. En bodegas donde no existe tal posibilidad, el proceso resulta más lento y altera los ritmos normales que se requieren para esta tarea.

Dentro del embarque por ferrocarril se conjugan diversas situaciones que ponen al descubierto la necesidad de reestructurar su funcionamiento global y ya existen propuestas de modernización que no necesariamente deberían quedar inscritas en un proyecto de privatización; dichas situaciones pueden sintetizarse en la tarea de manejar grandes volúmenes de productos en tiempos breves; lentitud de maniobras; períodos largos de ocupación de vehículos y equipo de tracción debido a las grandes distancias que recorren, pero fundamentalmente, por la presencia de un número indeterminado de carros caja que resultan obsoletos en términos de agilidad y no son congruentes con la dimensión de las necesidades que presentan hoy en día las grandes concentraciones urbanas.

Aproximadamente el 68% de la producción comercial de granos se transporta a través de furgones de ferrocarril. Sin embargo, las operaciones realizadas desde los centros de acopio a las bodegas, demanda una gran cantidad de furgones vacíos en las zonas productoras y provoca que las operaciones de carga y descarga se realicen en forma manual.

En el transporte interno de granos dependemos fuertemente del exterior; Ferrocarriles Nacionales de México contaba hasta 1986 con 24,500 furgones para el manejo de la producción agrícola a nivel comercial y la tendencia en número es decreciente por lo tanto debía alquilar en el extranjero aproximadamente 30,500 furgones y cubrir, con elevados gastos, el déficit del transporte nacional en este rubro.

Por otra parte, nos encontramos ante una insuficiencia numérica de puertos comerciales que cuenten con instalaciones adecuadas para recibir las importaciones agrícolas, así como de equipo necesario para el tratamiento de los productos debido a falta de instalaciones como almacenes, laboratorios de prueba, sistemas mecanizados de descarga, entre otros. Ello propicia que se almacene improvisadamente en patios, o bien se car-

ga precipitadamente el producto al ferrocarril, lo cual requiere una reserva de furgones vacíos. Por falta de dicha reserva, en algunos casos, los granos permanecen en puertos durante períodos prolongados y se generan pérdidas importantes por infestación de plagas.

Se calcula que durante 1984 las pérdidas de productos alimentarios agrícolas alcanzaron la cifra de 100 mil millones de viejos pesos y han seguido aumentando.

El Plan Nacional de Almacenamiento estimaba que para 1988 las necesidades globales de almacenamiento en zonas productoras ascenderían a 4 millones, 344 mil 925 toneladas, más de la capacidad con que se disponía en 1980. Las zonas urbanas registran un saldo deficitario de 105,435 toneladas, ya que tenía una oferta total para productos agrícolas de 1 millón 144 mil 664 toneladas contra una demanda entre 1 millón 250 mil 980; las zonas más afectadas por falta de almacenamiento son el Distrito Federal y su área metropolitana, Torreón, Guadalajara, Tampico, Ciudad Madero y Monterrey.

El Estado y la regulación del abasto

La comercialización transita históricamente por diversas formas de organización a fin de adecuarse a las necesidades de abastecimiento que presenta una sociedad cada vez más urbanizada. En cada una de ellas el Estado tiene una función administrativa y reguladora considerable encaminada a tratar de impedir el desabasto.

Durante la época colonial surgió el pósito como una institución de carácter municipal destinada al acopio de granos para posteriormente prestarlos en condiciones módicas a los labradores y vecinos durante los meses de menos abundancia. Por ejemplo el pósito de la ciudad de México fue una institución de servicio social cuyo capital se destinaba a contener las injustas alteraciones de precio que se registraban ante la escasez de productos estratégicos en la alimentación, como en el caso del maíz.

La alhóndiga a semejanza de los pósitos, fue una institución

organizada para cumplir la función de granero, pero los virreyes la concibieron como una forma de eliminar a los acaparadores que ya desde la colonia surgieron como figuras centrales del comercio. Las principales actividades de las alhóndigas consistían en almacenar granos en depósito público, aprovisionar granos y harinas para los habitantes de la ciudad, controlar todo el grano producido y vendido en la comarca de su jurisdicción, vender el grano encargado bajo consignación, regular los precios, funcionar como bolsa, habilitar a corto plazo y coleccionar fondos para el pósito.²⁶

Un hecho que desestructuró el modelo típico del abasto en la época prehispánica y que consistía en el intercambio directo entre productor y consumidor, o entre productor y productor a través del trueque, es que las necesidades de la demanda europea, por ejemplo el consumo de trigo, lácteos y carne, alteró la estructura del mercado y con ella la de los medios sociales de producción. Se comienza a formar un mercado dependiente caracterizado por la intervención externa.

Para contrarrestar los efectos sumamente negativos de los intercambios desiguales provocados por el mercado central en los países dependientes, el gobierno colonial intervino en la comercialización de los productos básicos; a partir de la etapa de independencia lo hizo el gobierno federal.

En la época independiente el mecanismo regulador y de control pasó a los graneros de las haciendas conocidos como trojes; de ellas se surtían las tiendas de raya que suministraban víveres a los trabajadores y peones. De las trojes se abastecían también las comunidades circunvecinas a las que se transportaba el grano, en carretas. Cuando había escasez, los hacendados obtenían grandes ganancias mediante la especulación de granos puesto que no se ejercía ningún control sobre los precios. Esta situación prevaleció por un siglo hasta que la revolución se encargó indirectamente de liquidar dicho mecanis-

²⁶ Esteva, Gustavo, *La experiencia de la intervención estatal reguladora en la comercialización agropecuaria 1970-1976*, en Oswald (compiladora), *op. cit.*

mo al paso de los revolucionarios por las haciendas acompañado del asalto a las trojes.²⁷

Durante mucho tiempo el Estado intervino de manera aislada y con efectos regionales muy restringidos sobre el abasto; ello demuestra una incipiente organización administrativa a través de la cual se pudiera contrarrestar la fuerza que habían adquirido los agentes privados.

De cualquier manera, la idea de un organismo regulador de los precios en el mercado rural surgió desde inicios de la revolución. En el proyecto constitucional de 1913, el vicepresidente Pino Suárez señalaba el propósito de buscar la mejor fórmula par mejorar el abastecimiento.

El Estado viene, mucho después de terminada la revolución de 1910, no a cambiar el esquema que ya tenía la comercialización desde la época colonial, solamente la readecúa a las nuevas condiciones sociales y políticas y trata de intervenir más en la fijación de precios para legitimarse entre sus bases. Se preocupa más por satisfacer la demanda de los grupos desprotegidos, que en modernizar las estructuras donde ya participaban los distintos agentes comerciales.

Ello correspondía con los lineamientos de una política económica orientada para proteger el consumo de la población trabajadora en los grandes centros urbanos. Este planteamiento reforzó la tendencia concentradora del abasto, en tanto que el comerciante persigue, históricamente, aquellos espacios con alta densidad de población donde puede obtener el margen más alto de ganancias. Tal situación indica también que el Estado no puede modificar con su sola presencia la lógica económica natural del mercado.

La intervención reguladora del Estado invariablemente se ve supeditada al hecho de que la producción y distribución de subsistencias es siempre una respuesta política y social, decisivamente condicionada por la correlación de fuerzas sociales existentes, debido a que habrá fuerzas que exigen la intervención, en contraste con otras que se oponen a ella. Por esta razón

²⁷ *Idem.*

su impacto resulta social y espacialmente restringido y con oscilaciones en el tiempo; depende de que tanto la estructura del modelo económico exija la participación estatal.

La constante aludida se observa ante la necesidad del gobierno revolucionario por participar en la regulación institucional del abasto. La primera medida consistió en la creación de un comité regulador, éste desapareció para crearse durante los gobiernos de Cárdenas y Avila Camacho, la Compañía Importadora y Exportadora Mexicana (CEIMSA) y la Nacional Distribuidora y Reguladora (NADYRSA).

La primera se ocupó de aspectos globales de regulación a través del comercio exterior, realizando importaciones al presentarse déficit en la producción nacional, y exportaciones si aparecían excedentes; más concretamente, intervino en el volumen global de la oferta para protección de los productores (en caso de excedentes) o de los consumidores (en caso de déficit). NADYRSA se ocupó de la distribución urbana sin embargo su gestión no fue muy prolongada ya que se fusionó a CEIMSA, ésta a la vez fue absorbida por CONASUPO, creada en 1961 y organismo público descentralizado desde 1965. La fusión y desaparición de instancias reguladoras habla tanto de una escasa claridad del Estado en cuanto a regulación, como de su débil participación en la integración de la cadena comercial.

La política del Estado ya en su fase más consolidada a través de la CONASUPO ha sido, antes de iniciar su desincorporación y privatización, la de mantener el equilibrio entre oferta y demanda; garantizar el abastecimiento de grandes centros urbanos como el Distrito Federal y regular la cantidad y precio de los productos agrícolas básicos.

La CONASUPO presenta algunos vaivenes dentro de la política de regulación del abasto. Su función principal consistió al principio en la compra-venta interna de productos como maíz, arroz, frijol y sorgo a precio de garantía. A partir de 1975 consolida su aparato administrativo y funda filiales para la rehidratación de la leche (LICONSA), distribución de productos básicos (DICONSA) e industrialización de maíz y trigo (MINSA y TRICONSA); también se había destacado por hacer más

práctico el subsidio que el gobierno federal destinaba a la alimentación bajo la forma de precios bajos en masa, tortilla, pan blanco y leche; aunque debe reconocerse que tal política sólo benefició a algunos centros urbanos y no impactó de manera importante en la estructura de precios del medio rural.

Al fomentarse la agricultura comercial, los sectores relegados del campo, los llamados actores de la agricultura tradicional de autosubsistencia, requirieron de una intervención estatal cada vez mayor con la cual logran asegurar su supervivencia. Durante los sexenios de Echeverría y López Portillo se acrecentaron y diversificaron las actividades de CONASUPO; hubo reformas al pago y las condiciones generales de compra; los propios campesinos se ocuparon del sistema de compra en sustitución del personal de la institución; las bodegas CONASUPO prestaron asistencia técnica y asesoría mediante pláticas de orientación y capacitación. Con la creciente inflación, de principios de la década de los 70 CONASUPO amplió sus actividades entre los consumidores urbanos vendiéndoles ropa, calzado, productos perecederos, etc.

Los aspectos anteriores fueron reacciones de emergencia ante las condiciones críticas que ya presentaban la población rural y los estratos urbanos de bajos ingresos; una en grave riesgo de extinción y otros severamente afectados por la inflación, esto refleja las contradicciones y luchas entre el sector del gran comercio, las agroempresas transnacionales y la población trabajadora,²⁸ que finalmente son recogidos por la política de regulación para normativizar los criterios de intervención, sin afectar intereses creados y dar respuesta a las demandas populares.

No obstante lo anterior, la intervención del Estado nunca ha sido vista con simpatía por los grupos comerciales dominantes; por tanto, existe ahora una presión desbordada para conseguir la desaparición total de CONASUPO justificada en la tendencia reprivatizadora de la economía, situación que ya casi se ha logrado consumir.

²⁸ *Idem.*

En 1984 se inició el programa para la estructuración, operación y desarrollo del Sistema Nacional para el Abasto (SNA) cuyos objetivos generales fueron: fomentar la integración, ordenación y modernización del proceso comercial de productos alimenticios de consumo generalizado en las fases de acopio, acondicionamiento, industrialización, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización; incrementar la disponibilidad de alimentos, mejorar la calidad de los productos alimentarios; aumentar el ingreso y el poder adquisitivo de los consumidores; procurar el arraigo de los productores a su lugar de origen; racionalizar la distribución de alimentos en el territorio nacional y reestructurar y modernizar los canales de comercialización. Sin embargo sus objetivos son apenas normativos y su impacto nulo, al igual que la comercializadora estatal ASERCA, en el esquema de abastecimiento, el cual se ha dejado al libre juego de las fuerzas del mercado, incluyendo la apertura externa previa a la implantación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

No es novedoso hablar del carácter reprivatizador actual de la economía, sobrados ejemplos así lo demuestran, pero tocar la única alternativa de abasto que hoy tienen buena parte de la población rural y urbana, puede llevar a una pérdida de perspectiva entre lo que debe ser el ejercicio de las libres fuerzas del mercado y el debilitamiento del consumo popular.

Hoy en día se observa un decrecimiento gradual de la participación de CONASUPO en el consumo popular. El organismo se enfrenta a presiones constantes inscritas dentro de la reorientación del gasto gubernamental y el “ajuste estructural” que obliga a un recorte presupuestal sistemático de los programas sociales.

La intervención del Estado en el abasto se está reestructurando; se comienza por una redefinición y restricción de las funciones de CONASUPO al enfatizar las necesidades de dar un giro a las actividades de regulación, separándolas del abasto masivo a la industria e induciendo la concurrencia del sector privado a los mercados agrícolas y a la innovación en el campo. El subsidio a la alimentación se restringe a fases terminales del

consumo en productos específicos y para consumidores selectivos.

Por ello se crearon los Comités Participativos de Comercialización para granos, forrajes, trigo, maíz, oleaginosas, arroz y frijol. Los comités, coordinados por SECOFI, se constituyeron en instancias de coordinación, conciliación, concertación y racionalización de los procesos de abasto; así como de regulación de granos básicos delimitando los niveles de concurrencia para la adquisición de cosechas nacionales e importadas y las responsabilidades económicas, administrativas y operativas de los sectores público, privado y social.

Los “comités” han permitido que aumente la presencia de la empresa privada en el abasto, su participación pasó del 31% del volumen total internado en 1985 al 75% en 1990. La CONASUPO relega su atención a la demanda de la pequeña y mediana empresa de la industria alimentaria, que enfrenta mayores dificultades operativas y de logística para realizar su abasto directo.

La justificación del giro observado en las funciones de la regulación estatal estriba, según el planteamiento oficial, en el hecho de que este cambio operará en favor del fortalecimiento de CONASUPO. Se plantea que al reducir las compras a poco más de la mitad de los volúmenes operados y al emplear más racionalmente la logística del abasto y los recursos económicos, CONASUPO fortalece sus actividades y baja sus requerimientos fiscales.

La cancelación de la participación estatal en el abasto se encuentra ya en marcha, de hecho está liquidada; en primer lugar se procedió a la liquidación de los Centros CONASUPO de Capacitación (CECONCA), así como de TRICONSA, la transferencia de plantas y programas del Fideicomiso Comisión Promotora CONASUPO del sector social y gobiernos de los estados, y posteriormente, de acuerdo con la resolución del ejecutivo federal publicada el 22 de mayo de 1987, su proceso de liquidación.

La tendencia reprivatizadora de la empresa comenzó con una reestructuración del subsidio, blanco preferente del sector privado para presionar al retiro del Estado de la regulación del

abasto y del comercio. La reestructuración de subsidios incluye la cancelación total de los que se otorgaban en forma permanente a la industria y la disminución del diferencial de precios, compra-venta de las materias primas (trigo, arroz, pasta para sopa y granos forrajeros) dejando su aplicación sólo para casos de contingencia del Pacto de Estabilidad y Crecimiento Económico.

El subsidio se concreta cada vez a menos productos. En el sistema maíz-tortilla se trasladó al producto final; una primera fase incluyó el programa de distribución de tortilla envasada a partir de diciembre de 1984; en diciembre de 1985 la SECOFI diseñó el programa de distribución de cupones de tortillas subsidiadas; en agosto de 1987 se suscribió el convenio para el programa de abasto de trigo subsidiado en zonas rurales a fin de disminuir el costo de tortilla de trigo en 40%. Actualmente el programa se restringe a la dotación gratuita de una porción del consumo de tortillas. En el caso de la leche, que presenta una lógica similar, el subsidio sólo alcanza a una décima parte de su precio comercial pero con dotaciones también restringidas.

Los programas de leche mantienen un carácter aparentemente contradictorio, la red de lecherías creció de 611 a 1469 y el número de familias beneficiadas se incrementó de 742 mil a 1 millón 900 mil cubriendo 11 entidades federativas; de cualquier manera los subsidios se redujeron en 80% al incrementarse el precio por litro. El saldo neto de la deuda de CONASUPO descendió de 2,831 millones de dólares en 1983 a 704 millones de dólares en 1988. En este contexto conviene plantearse cual es el futuro del abasto desde la perspectiva de su reorganización comercial, en que medida se satisfacen las necesidades de los consumidores marginales y cuáles son los impactos regionales de una medida política.

La evolución de la comercialización de productos agrícolas en México, es un fenómeno que no puede entenderse sin un examen previo de las políticas económicas instrumentadas para orientarla.

En general, la política económica es el manejo deliberado de

medios e instrumentos para obtener ciertos fines, e influir así en el campo de la producción, de la comercialización propiamente dicha y del consumo final en la sociedad humana. Nos referimos aquí a la política económica que diseña el Estado y que regula la actividad productiva.

Si examinamos el Plan Nacional de Desarrollo, el Programa Nacional de Modernización del Campo y el Programa Nacional de Modernización de Abasto y del Comercio Interior, que se instrumentan para el período presidencial que terminará en 1994, podemos constatar que el gran marco en el que se centran todas sus disposiciones, está ligado a una concepción liberal del desarrollo donde se determina que éste se rija por las libres fuerzas del mercado.²⁹

Para alcanzar los objetivos de la política económica del país, se propone una estrategia que plantea la modernización del Estado y de las actividades productivas y comerciales. Esto parte de reconocer que contamos con un rezago significativo en diferentes ámbitos y que la economía debe funcionar por sí sola y prácticamente sin la intervención del Estado.

Por su parte, tanto el Plan Nacional de Desarrollo (PND), como el Programa Nacional de Modernización del Campo (PRONAMOCA) contienen algunas disposiciones que pretenden incidir en la esfera de la comercialización. Sin embargo, por las características de las disposiciones y por la manera en que han sido implementadas, más que orientar el comercio de productos agrícolas, se trata de un intento por justificar el pretendido retiro del Estado de la actividad comercial.

La política propuesta, al menos en que lo que a abasto alimentario se refiere, omitió presentar en toda su amplitud al sistema de mecanismos que, de manera integral y consistente, pretenderían inducir el funcionamiento autónomo del proceso de comercialización. Veamos por qué.

²⁹ Véase al respecto Poder Ejecutivo Federal, *Plan Nacional de Desarrollo 1984-1994*, México, 1989; Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, *Programa Nacional de Modernización del Campo 1990-1994*, México 1990. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, *Programa Nacional de Abasto y del Comercio Interior 1990-1994*, México, 1990.

En primer término la comercialización es un proceso formado por varias etapas y actividades económicas. Este proceso permite la unión de la producción agrícola con el consumo final; en realidad, es un conjunto de relaciones económicas que funcionan como un puente que hace posible vincular la oferta con la demanda final. Cada actividad contiene un alto grado de complejidad y se rige por leyes muy específicas. Sin embargo, el estado deja muchas de las ramas de la comercialización de productos agrícolas al “libre juego de la oferta y la demanda”, sin que medie un período de transición donde se instrumenten los mecanismos para facilitar el desenlace de las transformaciones deseadas.

En primer lugar parecería que el principio del “laissez faire” ha sido tomado de manera mecánica, pues se supone que los mercados se autoregulan y alcanzan “el equilibrio” de manera automática. En realidad, los mercados también evolucionan y se desarrollan en forma gradual. Por otra parte, necesitan de instrumentos de política que induzcan la dirección y el ritmo hacia donde se les requiere orientar.

En el segundo lugar, cuando se concibe el empleo de algunos instrumentos de política para apuntalar el desarrollo de los llamados servicios de apoyo a la comercialización, por lo general éstos son insuficientes y en ocasiones no son los más adecuados y no encuentran complementariedad con otros. En resumen, observamos que el sistema puesto en práctica, además de carecer de un hilo conductor, no posee una dinámica propia que le permita funcionar por sí solo, y menos con posibilidades de regular el abasto. Finalmente, no basta que el Estado se retire de la regulación de las actividades comerciales para que aparezca por sí sola la regulación pura y “perfecta” de los productores agropecuarios con los industriales y con los consumidores finales.

A pesar de los esquemas diseñados por los planificadores de la economía en este sentido, creemos que en general, esta no ha funcionado. La reunión de la Asociación Mexicana de Bancos celebrada en agosto de 1992, es un elemento importante que refuerza nuestra apreciación. El ejecutivo se vio en la obliga-

ción de pedir a los banqueros que inviertan en el sector agropecuario; salvo algunas excepciones importantes, ésta es la tendencia actual del fenómeno.

Uno de los antecedentes más claros del retiro del Estado Mexicano, órgano regulador del mercado agrícola se encuentra en el ingreso de nuestro país al GATT a partir del año 1986. Con esta desición, el Gobierno de México crea el marco que legitima e institucionaliza el comienzo de una serie de transformaciones en materia de comercialización.³⁰ Lo cual no significa que no hayan existido esfuerzos anteriores en igual dirección.

En este mismo sentido, a mediados de enero de ese año, el Banco Mundial sometía a la consideración del Gobierno Mexicano un documento preparado por el Country Programming and Implementation Review donde se sugieren varias medidas de política económica para el sector agropecuario de nuestro país, al tiempo que propone un préstamo por 300 millones de dólares estadounidenses para instrumentar dichas disposiciones.

También recomendaba que el gobierno mexicano reforzara sus acciones en las siguientes áreas:

- a) Promoción de la agricultura de exportación y reformas comerciales.
- b) Control de subsidios y "targetting"
- c) Desregulación de precios.
- d) Desregulación del mercado.
- e) Gasto público e inversión en la agricultura.³¹

Todas estas medidas fueron instrumentadas por el gobierno de México. Esto ha provocado algunos cambios en el agro nacional a lo largo de los últimos años; las transformaciones se circunscriben en el marco de lo que podríamos llamar un profundo proceso de internacionalización de la agricultura mexi-

³⁰ Aguilar Gómez, J.J., "Excedentes agrícolas y mercado nacional", *Revista Mercados*, No. 2, México, 1990.

³¹ The World Bank, Report No. p 4646, Washington D.C., 1988.

cana; dichos cambios son un efecto directo de las contradicciones de la agricultura de los países desarrollados, consideradas en el contexto internacional.

Una de las contradicciones más relevantes entre las propuestas para México y las tendencias mundiales, es la relativa a la disputa comercial entre los Estados Unidos de América y los países de la Comunidad Europea. La más importante se centra en la posición que uno y otro mantienen, respecto a las proporciones en que los gobiernos deben subsidiar a sus respectivos productores agropecuarios.

En efecto, tanto Estados Unidos como la Comunidad Económica Europea venían apliando políticas de modernización de sus agricultoras. De manera muy general, podemos advertir que la inauración de dichas políticas se inicia a mediados del presente siglo y hace posible, en un primer momento, significativos aumentos de la producción que al cabo de poco tiempo se traducen en autosuficiencia alimentaria.

Con el paso de los años, alrededor de los sesentas, en el caso de algunos países de Europa, comienzan a surgir los primeros excedentes de producción. Finalmente, en la década de los ochentas estos excedentes aparecen ya como un serio problema. Resulta difícil colocarlos en los países desarrollados y, los del Tercer Mundo, llevan a costas una pesada deuda externa que les imposibilita de manera relativa, absorber con rapidez dichos "stocks".

Lo anterior genera una verdadera guerra comercial entre los Estados Unidos y la Comunidad Económica Europea, pues tanto unos como otros se disputan los reducidos mercados existentes. Sus enfrentamientos se hacen cada vez más evidentes y, los foros de las reuniones de La Ronda de Uruguay, en el marco del GATT, parecen terminar siempre sin acuerdos concretos que muestren una salida a la problemática.³² No es sino hasta finales de 1993 que se alcanza un acuerdo en materia agrícola dentro de la Ronda de Uruguay.

Por otra parte, esta contradicción se agudiza aún más, pues

³² Aguilar Gómez, *op. cit.*

en casi todos estos países aparecen serios problemas económicos que contribuyen con mucho a gravar el comercio agropecuario mundial. Nos referimos a problemas como la presencia de elevados déficit presupuestales y comerciales que, aunados a los crecientes niveles de desempleo, hacen que las existencias agropecuarias excedentarias resulten cada vez más difíciles de sostener por erarios federales con problemas financieros. Esta es, tal vez, la razón central que se esconde detrás de las presiones que Estados Unidos ejerce sobre otros países; la tendencia a la creación de bloques comerciales donde se agrupan varios países para marcar, con uno o varios a la cabeza, su área geográfica de influencia, resulta el nuevo proceso de competencia internacional-regional. La agricultura, por su parte, no escapa a esta gran tendencia. De hecho, el Tratado de Libre Comercio firmado por nuestro país con los Estados Unidos y Canadá, apunta en este sentido.

Por estas razones, no podemos desligar a la agricultura de nuestro país de las tendencias que generan las contradicciones del comercio internacional de productos agropecuarios. La apertura comercial de México está entre uno de los intereses económicos más importantes de los Estados Unidos y esto provoca una refuncionalización de los espacios agrícolas y del sistema regional de abastecimiento.

La apertura comercial del agro mexicano desde la segunda mitad de la década de los ochenta, se inscribe en el gran marco antagónico entre los Estados Unidos y la Comunidad Económica Europea.

Una de las primeras concreciones de dicho proceso de apertura comercial, la encontramos en las disposiciones exigidas por el Banco Mundial, que apuntamos líneas arriba, en que el Gobierno Mexicano comienza a poner en operación las disposiciones estructurales para la liberación económica y la competencia internacional. En la sesión 151 del Consejo de Administración de la Compañía Nacional de Subsistencias Populares, celebrada el 13 de marzo de 1987, el director general de la institución, respecto al otorgamiento de subsidios, señalaba lo siguiente:

- Eliminación total del subsidio al pan blanco (harina de trigo).
- Eliminación total del subsidio otorgado vía diferencial en precios de productos forrajeros para la fabricación de alimentos balanceados para animales.
- Eliminación gradual del subsidio a la industria nixtamalera, substituyéndolo por la operación del “Programa de Tortibonos”.³³

Todo esto tiene lugar en un lapso particularmente difícil para la economía del país. La segunda mitad de los años ochentas se caracteriza por una serie de desequilibrios que desembocan en una impresionante carrera ascendente de los precios. La gravedad de la situación llegó a tal grado, que en 1987 se registraron niveles acumulados por arriba del 150% en el índice nacional de precios al consumidor.

Ante este panorama, la economía requería de la instrumentación de un conjunto de disposiciones para alcanzar la estabilidad y la seguridad de su desarrollo. Los ingresos de la población y los capitales de los inversionistas buscaban refugio en la moneda extranjera, particularmente en el dólar estadounidense. La tasa de interés no lograba retener el dinero de los ahorradores y la producción no parecía generar las ganancias que los empresarios esperaban.

En el sector agropecuario, tanto la producción de granos básicos, como la de leche, huevo y carne, se vieron afectadas. La comercialización de estos productos también recibió los efectos de dicha situación, de tal forma que esta etapa se caracteriza por registrar alguno de los más altos niveles en la importación de estos bienes.

Lo anterior provocó que el Gobierno Federal dictase un conjunto de medidas para corregir las causas que generaban el fenómeno en cuestión.

En este contexto, el 15 de diciembre de 1987 se firma el

³³ Conasupo, 1988, *El mercado de subsistencia populares. 50 años de regulación*, t. III, México.

primer acuerdo, de una serie de cinco, entre el Gobierno y los dirigentes de los sectores campesino, obrero y empresarial. En esencia, el acuerdo tenía como propósito combatir los efectos del crecimiento desmedido de los precios; es decir, pretendía abatir dicho crecimiento y crear un ambiente propicio para reimpulsar la economía del país.

Al dirigirse a los firmantes del pacto referido, el entonces Presidente de la República, Miguel De La Madrid, afirmaba: “Llegamos hoy a un pacto que implica la adopción de medidas fuertes, de medidas amargas, dolorosas que implican sacrificios y esfuerzos para todos; no estamos ofreciendo una ‘cura mágica’ de nuestros males económicos; estamos pidiendo a la sociedad más esfuerzos y más sacrificios”.³⁴

En efecto, se trataba de más esfuerzos y más sacrificios para los trabajadores en general y para los campesinos en particular. Con frecuencia los productos del campo son señalados como sujetos altamente “inflacionarios”, es decir, responsables del inicio del proceso de crecimiento de los precios, puesto que producen materias primas y artículos de consumo final. Esto es, que inciden directamente en los costos de producción de las empresas industriales y en los salarios de los trabajadores.

Los instrumentos de política puestos en práctica por el ejecutivo federal, en el contexto del pacto en cuestión, fueron básicamente los siguientes:

- gasto público
- precios y tarifas de servicios del sector público
- tipo de cambio del peso frente a otras monedas
- salarios de los trabajadores
- control de los precios de garantía agrícola
- inspección de precios de la canasta básica
- mayor promoción de los aranceles en sustitución de los permisos previos a la importación.

³⁴ NAFINSA, 1987, “Pacto de Solidaridad Económica”, en: *El Mercado de Valores*, año XLVII, Suplemento al No. 51 (diciembre 21 de 1987), México.

Con ello, se buscaba sentar las bases que permitiesen lograr el ulterior reimpulso de la economía nacional.

Como puede constatar, todas estas medidas influyeron de manera muy marcada sobre la producción y la comercialización de bienes elaborados en el sector agropecuario. Dichas disposiciones lo afectaron más que la propia política agropecuaria, concebida de manera específica. Ellas son, en buena medida, también responsables del deterioro actual del campo mexicano. En el marco de este acuerdo, se exige a los campesinos mayores rendimientos agrícolas y ganaderos, mayor productividad y colaborar con el gobierno para buscar la eliminación de los procesos de intermediación comercial. El primer Pacto de Solidaridad Económica, firmado en diciembre de 1987, no difiere en mucho del contenido económico general de los otros cinco celebrados posteriormente hasta 1994.

Si examinamos uno a uno los instrumentos de política propuestos por el Gobierno Federal, podemos constatar un reforzamiento del proceso de retiro del Estado de las actividades económicas. Su propósito central es reimpulsar la economía en general y la economía agropecuaria en particular, con incentivos que generen expectativas de mayores ganancias, a través del uso más intensivo de la fuerza de trabajo.

No obstante, debemos resaltar que desde el primer pacto, los elementos contenidos en el PASE ya señalaban que los empresarios se verían obligados a incrementar la productividad, en el marco de lo que ya se consideraba un proceso de apertura comercial, frente a los Estados Unidos y Canadá. Lo anterior con el objeto de frenar el crecimiento de los precios internos, ante la embestida de los precios de las mercancías de esos países en nuestro mercado. Esto, sólo lo pueden lograr grandes empresas poseedoras de capital y recursos. Además, en materia de comercialización, creemos que las acciones de política estatal han contribuido más a generar una mayor intermediación, que el contacto directo entre productores y consumidores finales.

En estas condiciones, resulta muy difícil que la gran mayoría de los productores agropecuarios se constituya, al mismo

tiempo, en comerciantes de sus propios productos. Sin embargo, debemos reconocer que a pesar de los mecanismos que algunos comerciantes pusieron en práctica para evadir los compromisos del pacto, la contención del llamado salario real de empleados, obreros y campesinos, contribuyó a abatir los altos niveles de inflación que se venían registrando. Por lo menos los precios de los productos agrupados en la canasta básica.

Por otra parte, desde principios de 1988 el documento del Banco Mundial a que hacíamos referencia anteriormente, goza de mayor difusión en los niveles medios gubernamentales. Como ya señalamos, en él se establecen también los términos para el otorgamiento de un préstamo por 300 millones de dólares estadounidenses, que se destinarán al sector agropecuario de México. Si tomamos en consideración el monto total de la deuda externa del país, esta cantidad no es muy elevada; sin embargo, a juzgar por la complejidad y cantidad de las exigencias que este banco presenta, esto constituye el pivote para una serie de transformaciones a que hacíamos referencia en líneas precedentes.

Estas exigencias incluyen recomendaciones en relación al sistema de precios de garantía agrícola, a las funciones de varias empresas paraestatales cuyas actividades tienen que ver con el sector agropecuario. Asimismo, se sugieren también algunas recomendaciones sobre los precios de los fertilizantes, del agua de riego, la energía para las bombas usadas en este último, las tasas de interés del crédito rural y, por último, recomendaciones en relación al numeroso personal de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos.³⁵

La desincorporación de diez de los doce cultivos que agrupaba el sistema de precios de garantía, es una de las medidas de política económica más importante instrumentadas en el sector agropecuario. Esta medida es resultado directo de las exigencias del Banco Mundial y una de las más importantes en relación a los mercados agrícolas de México. Con esta dispo-

³⁵ The World Bank, 1988 Report No. P 4646-ME, Washington D.C.

sición se cimenta lo que será la política económica que oriente el futuro de la comercialización de granos básicos.

Ante el paulatino retiro estatal de la comercialización de granos básicos, el proceso de producción tiende a verse afectado. Independientemente de que en el terreno del proceso de producción se operan cambios, la desaparición o disminución del subsidio a la comercialización, automáticamente induce cambios en las masas globales de capital, tierra y trabajo que las unidades de producción destinarán a la explotación agropecuaria.

Por otra parte, no debemos pasar por alto que el retiro del Estado y, sobre todo la sensible disminución de los montos de subsidios a la comercialización que éste último había venido otorgando, provoca confusión entre los productores. Ahora tienen que hacer frente a nuevas relaciones económicas para lograr la venta de sus granos, y quizá en un inicio, esto también contribuya a generar una sensación de inseguridad. No aparecen de manera clara y manifiesta los mecanismos y entidades económicas que sustituirán a las antiguas que desaparecen.

Pero ¿cuáles son los rasgos más notorios de las políticas estatales en el agro?, ¿de qué manera han repercutido en la organización del agro? y ¿cómo se manifiestan actualmente?.

La intervención del Estado en el sector alimentario ha pretendido desde 1938, terminar con la anarquía derivada de importaciones sin control, regular la cantidad disponible y el precio de los principales productos, normar el incremento de los costos de productos básicos, mantener la estabilidad de los salarios urbanos, evitando el deterioro de su poder de compra, entre otros.³⁶

Desde la administración de Lázaro Cárdenas hasta 1958, la política consistió en regular y atenuar la competencia entre comerciantes e impedir las actividades mercantiles especulativas con los productos básicos.

³⁶ Esteva, Gustavo y David Barkin, *El papel del sector público en la comercialización y fijación de precios de los productos agrícolas básicos*, CEPAL, México, 1981 (mimeo).

Frente a la crisis agrícola nacional desatada en 1971 en que el país pasa a ser dependiente del mercado externo, CONASUPO basó su acción reguladora en la importación de granos y disminuyó considerablemente el volumen de sus compras internas.

Hasta 1970, la historia de la política mexicana de precios y comercialización de productos agropecuarios había sido estimular la producción. Sin embargo, la vigencia de estas políticas se restringió entre 1973 y 1976 que se corresponde con los años de auge de la presión del movimiento campesino. A partir de 1977 la magnitud del déficit de productos básicos y las dificultades para la internación y distribución de las importaciones masivas de alimentos, exigieron que la política estimulara de nuevo la producción, mientras el programa de bienestar de los productores campesinos se relegó a segundo término.

La política oficial de precios y de comercialización en México se caracteriza por abarcar casi exclusivamente a los productos básicos. Una gran variedad de los productos en las zonas de riego y temporal donde predomina el agricultor comercial, no está controlada. Sus precios se determinan por la interacción de la demanda y la oferta, mediatizada por canales de comercialización frecuentemente monopolizados por algunos grupos privados o incluso por uno solo.

Las críticas de los productores sobre las actividades que CONASUPO había realizado antes de su disminución de funciones se centran en que este organismo sólo supervisaba normas de calidad, observando lentitud e irregularidad de las prácticas de compra que todavía hoy limitan el acceso a los precios de garantía a la mayor parte de los pequeños productores y entorpecen la operación de los grandes. Entre los industriales la crítica se centra en los incumplimientos de contratos sobre todo en tiempos y calidad que ha llegado a provocar el cierre de líneas de producción por falta de materias primas.

A pesar de ello, CONASUPO ha sido la fuente complementaria de abastecimiento de materias primas contribuyendo a resolver algunos problemas de la alimentación básica de la población, y beneficiando; aunque sólo sea de manera diferencial; a los productores agrícolas e industriales.

La política que se configuró a partir del período 1982-1988 comienza a cambiar el anterior sentido regulador amplio del Estado en el abasto de alimentos;³⁷ también cambia el apoyo masivo a la alimentación popular del medio rural y urbano. La propuesta inicial pretendía alentar la producción y conciliar intereses entre comerciantes y consumidores vía control de precios, protección y estímulo al abasto de alimentos básicos; implantación de programas de producción, importación y distribución; canalización de recursos hacia actividades prioritarias para el desarrollo nacional, entre otros. Durante el período arriba señalado, surgen programas aparentemente “ordenadores” del abasto y comercio alimentarios, ya que no consideran casi ninguna relación con los agentes económicos hegemónicos, por lo cual su influencia es apenas normativa.

Dentro de tal contexto se encuadra el Sistema Nacional para el Abasto (SNA), dependiente de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.³⁸ El sistema es concebido como nexo entre la producción y el consumo y ha pretendido abarcar prácticamente toda la cadena de comercialización (acopio, transporte y distribución), así como el apoyo a siete servicios básicos: modernización, información de mercados, comercialización, almacenamiento especializado, organización, capacitación y financiamiento.

En la práctica el SNA chocó con los objetivos de política económica más global, la cual implicaba un franco retiro del Estado, dejando más abierta la posibilidad de que los comerciantes privados tomaran el control definitivo del abasto e influyeron más en su orientación espacial hacia los grandes centros urbanos de consumo; ello se hizo más evidente en los sucesivos pactos económicos que el Estado firmó con empresarios, donde el SNA lejos de intervenir en la formación de mercados regionales, se dedicó a monitorear los problemas ya diagnosticados.

³⁷ SECOFI, *Modernización comercial y abasto popular 1982-1988. Recuerdo de lo logrado*, México, 1988.

³⁸ *Idem*.

Asimismo, el Sistema Nacional para la Modernización del Abasto y el Comercio³⁹. Continúa sin resolver precisamente los puntos de la problemática que diagnosticó y que sirvieron de base para el desarrollo de las acciones, es decir, una excesiva regulación plasmada en un gran número de leyes, reglamentos y decretos que representan trabas onerosas para la operación del comercio; insuficiente infraestructura y servicios de apoyo; excesiva concentración regional de actividades comerciales al menudeo; dificultad de acceso al financiamiento; insuficiente información de mercados; insuficiente desarrollo del sector agroindustrial, subsidios ineficientes y reducidos; entre otros.

Una evaluación del Programa Nacional de Modernización del Abasto y del Comercio Interior, así como de otros programas relacionados, refleja que hicieron crecer la infraestructura pero dejaron sin modificación alguna a la estructura comercial del sistema; al contrario, la reforzaron para un mejor aprovechamiento del capital privado.

De cualquier manera, recientemente el Estado ha tratado de intervenir ahora en la comercialización a partir de objetivos más restringidos pero definidos. Este es el caso del programa de Apoyo y Servicios a la Comercialización Agrícola (ASERCA), cuyas propuestas son las siguientes.

1. Buscar una mayor participación de productos agropecuarios en los canales de comercialización con el objeto que una mayor proporción del valor final quede en manos del productor.

2. Otorgar seguridad al productor de que el producto tendrá un mercado al momento de la cosecha y que se venderá al mejor precio.

3. La creación de la Bolsa Agropecuaria Mexicana que consistirá en la organización de un mercado centralizado y regulado donde acudan oferentes y demandantes de productos agropecuarios representados por una intermediación que bien podría ser la misma comercializadora.

4. Gestionar la obtención de recursos financieros.

³⁹ SECOFI, *Programa Nacional de Modernización del Abasto y del Comercio Interior 1990-1994*, México, 1990.

Otro caso es el Sistema Nacional de Información de Mercados (SNIM); si bien las funciones de este organismo son meramente informativas y de orientación de decisiones a grupos comerciales por la vía de cuadros de precios. Es el primer intento por sistematizar los movimientos del mercado en mayor transparencia en los flujos de abasto. A la fecha ha logrado integrar al sistema a la mayoría de las Centrales de Abasto del país y cuenta con programas de expansión hacia otros.

Finalmente, si bien es cierto que la acción reguladora del Estado en el Abasto no logró resolver las distorsiones naturales del mercado, por lo menos consiguió crear una infraestructura para el abasto nada despreciable. Asimismo, logró influir en la contención de precios de los principales productos agrícolas básicos por la vía de fijación de precios de garantía a productos y precios oficiales a consumidores. La declinación del Estado en la regulación del abasto coincide con un empeoramiento de la situación nutricional, y si bien esta no es causa única, conviene revisar el deterioro alimentario por la vía del acceso a los productos, antes de implementar medidas que pueden tomar repercusiones peores.

Capítulo III

Integración regional. Centrales de abasto y sistemas urbanos-rurales

La consolidación espacial del Sistema de Abasto Alimentario no se corresponde con un proceso histórico, económico y socialmente homogéneo a nivel nacional. Existen marcadas diferencias respecto al cómo se fueron estructurando los diversos flujos regionales de abastecimiento, lo cual tiene relación con los niveles de desarrollo económico alcanzado por las regiones y las ciudades a lo largo del país y de la historia. En el esquema también juega un importante papel la especialización productiva, situación esta última que explica el hecho de que cada producto mantenga un canal específico de comercialización.

Por tanto, dentro de la lógica espacial de abastecimiento encontramos que las regiones y ciudades del norte del país estructuran un patrón territorial de abastecimiento de características distintas al centro y sur. Ello se relaciona, además de la integración más tardía del norte al proceso de cohesión regional del país, con las diversas pautas de comportamiento cultural, del entorno físico-geográfico y del control político que históricamente ha ejercido el centro. En este contexto, el peso gravitacional de la ciudad de México tiene un efecto considerable en la subordinación de prácticamente todas las regiones del país a sus necesidades de abastecimiento, el cual irradia bajo mecanismos de reexpedición de diversos productos al centro y sur.

Un rasgo común es que en el centro y sur del país, y aún en el occidente, la estructura del abasto alimentario presenta una correspondencia estrecha con las pautas de organización social, el nivel de desarrollo alcanzado históricamente y la capacidad de control político y económico ejercido por los núcleos urbanos sobre las regiones.

El noroeste

A diferencia del sur, las regiones del norte han estructurado un sistema de distribución más disperso y menos diversificado, donde la magnitud espacial tiene una influencia importante. Debido a las grandes distancias existentes entre núcleos urbanos de cierta consideración, la baja densidad y dispersión de la población, la colonización tardía y más cosmopolita, la incorporación posterior al desarrollo económico, junto con una implantación cultural también distintas, obligan a la definición de un sistema de abasto de rasgos más simples y más directos entre las zonas productoras y los centros de consumo. La distribución al menudeo es mucho menos compleja que en el centro y sur y las políticas oficiales de abasto tienen una influencia poco significativa; además, las ciudades ubicadas en la zona fronteriza manifiestan una fuerte vinculación con sus homólogas de Estados Unidos, de tal manera que a la fecha se mantiene una interdependencia mayor con aquéllas que con el resto de las regiones de México.

Por otra parte, en el norte no se ha logrado conformar a lo largo de su historia una capital política y económica con la suficiente fuerza gravitacional para someter a toda esta gran región, como sí se logró en el centro la ciudad de México, en el occidente Guadalajara y parcialmente el sur y sureste a través de Mérida. El caso de Monterrey es distinto porque su influencia, si bien de gran fuerza, se restringe al Noreste y su zona fronteriza y parcialmente al centro norte del país. En el Noroeste los núcleos urbanos dominantes mantienen cierta autonomía entre sí, aunque en algunos casos existe una relativa dependencia con respecto a Guadalajara y las regiones con zonas agrícolas débiles mantienen vínculos funcionales de abastecimiento con Hermosillo y Culiacán. Las ciudades ubicadas a lo largo de la península de Baja California, aunque en menor proporción Tijuana, Mexicali y Ensenada cuya integración es más clara a las zonas agrícolas del sur de Estados Unidos, dependen de los suministros provenientes de la ciudad de Guadalajara.

La generalización de los supermercados modernos y su am-

plia aceptación en las ciudades del norte del país que ha repercutido en una declinación rápida de otras formas de organización comercial como el mercado público, obedece en buena medida al escaso arraigo de las formas tradicionales de intercambio simple, pero también es producto de un patrón de consumo alimentario menos diverso y con una aceptación irrestricta de los productos industrializados en la dieta habitual. A diferencia del sur, con todo y que se cree que predomina un patrón alimentario monótono (basado en tortillas, chile, frijol y algunas verduras), el patrón alimentario del norte es notoriamente más simple, aunque de mayor calidad en el consumo de proteínas. Ello se traduce en un esquema de abasto poco diversificado porque atiende preferencias de consumidores menos exigentes.

La ciudad de La Paz, Baja California Sur, cuenta con una incipiente Central de Abasto mediante la cual se intenta ahora organizar territorialmente la distribución. Sin embargo no cuenta todavía con la totalidad de la ocupación, física ni con el consenso efectivo de la mayoría de los comerciantes. Antes, los mayoristas principales estuvieron dispersos a lo largo de la ciudad y a través de sus propias bodegas surtían a los canales menudistas como misceláneas, recauderías y a los tres mercados públicos de la ciudad.

De cualquier manera, la dispersión de los mayoristas en la ciudad es un fenómeno espacial que aun no se logra revertir, aunque no sólo es un problema local sino que se reproduce en la mayoría de las ciudades nortenas y está presente también en ciudades del centro y sur. Ello prueba que el Sistema de Centrales de Abasto no es suficiente aun para disciplinar a los agentes económicos y contener los impulsos del mercado. Además, la generalización de los supermercados y tiendas de autoservicio en las ciudades sin vínculos efectivos con centrales de abasto impide su consolidación total.

Lejos de ello, las principales cadenas comerciales han empezado a ocupar espacios aledaños a las centrales de abasto, como en el caso de la ciudad de México, con el objeto de captar ventas directas de productores, ahorrar gastos de transporte

que se generan con el acopio directo de las regiones e incluso competir con los mayoristas tradicionales.

El grueso del abasto alimentario a La Paz fluye mediante dos vías alternas. Una es la Central de Abastos de Guadalajara donde los mayoristas paceños cuentan con agentes de ventas que cotizan precios en piso de bodega y realizan envíos por barco y avión; el otro es la ciudad de Tijuana donde los mayoristas cuentan también con representantes de compras, pero sólo para captar la producción norteamericana que realizan agricultores del estado de California; en función de la distancia y la influencia regional este constituye el principal canal de abastecimiento de la subregión. Un complemento ocasional del abasto peninsular es producción de hortalizas y granos provenientes de Comondú, Villa Constitución y Cardonal; sin embargo resulta irregular y por ello los mayoristas prefieren buscar otras vías más estables. Excepcionalmente los mayoristas locales compran en otras plazas fuera de la demarcación regional y por lo general no lo hacen a pie de finca.

Guadalajara y el Occidente de México

El conjunto de estados que conforman la región Centro-Occidente presentan mecanismos más definidos que el resto del país en la articulación espacial del abasto alimentario. Ello se encuentra en relación con su especialidad productiva, el nivel de comunicación y la propia ubicación geográfica. Estos elementos definen al conjunto de la región como una zona transicional típica que se articula, casi en la misma magnitud de flujos, a dos núcleos urbanos de jerarquía nacional como son las ciudades de México y Guadalajara.

Así, los cinco estados que conforman la región suministran alimentos a sus propias centrales de abasto, a las dos de jerarquía nacional, al igual que a otras de importancia, dispersas a la largo del país. Sin embargo, también reciben envíos del centro y de Guadalajara, de tal manera que con ellas se establece la mayor intensidad comercial.

Además, cada estado mantiene, en términos de su especialidad productiva, relaciones comerciales autónomas, o bien con el centro y occidente; al mismo tiempo cuentan con un buen número de ciudades medias que a la vez funcionan como centros de consumo de menor jerarquía sin que necesariamente se observe una intermediación espacial a través de Guadalajara o la ciudad de México.

La ciudad de Guadalajara constituye el núcleo articulador del abasto alimentario de Occidente, al menos en dos sentidos: por una parte aglutina la producción proveniente de su propio entorno regional, así como de una proporción importante del norte; por la otra abastece de los principales productos a este mismo territorio, lo cual incluye algunos estados del centro y sur del país.

En igual sentido, la ciudad de Guadalajara disputa a la ciudad de México la primacía nacional en cuanto al monto de flujo de productos concentrados y reexpedidos; incluso abastece a esta última en forma directa de algunos de ellos, aunque también ocurre una relación inversa.

De lo que no existe duda, es que como gran centro regional constituye un espacio donde se determinan ventajas y desventajas para que un producto continúe su ruta hacia ciertas ciudades o permanezca en esa central y de ahí conectarse con otros centros de consumo. Desde esta lógica, Guadalajara ha venido ganando espacios de influencia a la ciudad de México, lo cual es sintomático en el caso de algunos estados del sur como Michoacán, Guerrero e incluso Puebla, donde el volumen de flujo y el precio relativamente más bajo del producto, contrarresta el efecto de la distancia y el transporte.

Junto con la ciudad de México y Monterrey, Guadalajara complementa a los tres grandes centros distribuidores de jerarquía nacional que a la vez subordinan a diversas ciudades medias y pequeñas, aunque ocurren casos en que algunas de ellas conservan su propia independencia de abastecimiento y sólo se complementan de las grandes ciudades.

Los mecanismos de acopio y distribución que utilizan los mayoristas de Guadalajara no son diferentes a los que emplea

la ciudad de México, lo cual hace suponer una afinidad entre ellos, más allá de las estrategias comerciales seguidas. Es decir, en el acopio se observa la doble función de productor-bodeguero, y no sólo de bodeguero, que recurre a las compras a pie de huerta mediante intermediarios, asimismo espera los suministros que ofrecen productores directos e intermediarios; también el productor-bodeguero se surte a través de la producción obtenida en sus fincas.

En este último caso el control sobre la distribución no se ejerce a través de la Central de Abasto, sino que los bodegueros controlan desde la finca, seleccionando calidades de los productos y definiendo el itinerario de envíos hacia las diversas plazas de la República. Esto otorga una nueva dimensión espacial al abasto donde las jerarquías de las grandes ciudades no son exclusivas y los bodegueros de las plazas más débiles, y que además no participan en la producción, pueden abastecerse directamente de la finca sin la intermediación de las grandes ciudades; sin embargo no es un modelo propio de todas las ciudades medias y este tipo de estrategias son observadas apenas por los bodegueros que cuentan a la vez con un sistema de transporte eficiente.

Una configuración simple del acopio y distribución de alimentos en el caso de Guadalajara sería el siguiente: 1) recolección y compra en el lugar de la producción, primera selección y empaclado; 2) intermediario que comercializa fuera de la finca con otros acopiadores; 3) venta que subasta en el tianguis semanal; 4) intermediarios pagados por bodegueros para compra y traslado hacia lugares más distantes; 5) almacenamiento y venta al mayoreo; 6) distribución al medio mayoreo y menudeo de gran escala y; 7) distribución menudista en mercados, tianguis de barrio y colonias.

De cualquier manera, el sistema común en la zona de influencia más definida de Guadalajara es aquella que se ha impuesto a nivel nacional y que utilizan los bodegueros de CEDA de la ciudad de México desde principios de siglo. Es decir, del productor al intermediario local, del cual pasa al intermediario regional para concentrarse finalmente en el mercado regional;

aquí se mezclan también formas directas de comercialización del productor local al mercado regional a través de relaciones preestablecidas o mediante agentes empleados por los bodegueros de la capital regional.

Una estrategia empleada regularmente por bodegueros e intermediarios, la cual se repite en prácticamente todos los centros de abasto del país, es aquella que consiste en financiar cosechas desde el inicio de la producción. De esta manera presionan al productor a vender con precios inferiores al mercado vigente. El financiamiento generalmente va destinado hacia la compra de insumos que se emplean en la producción y también como apoyo a la cosecha, pero en ningún caso son extensivos al proceso de comercialización. De esta manera bloquean la posibilidad de que el productor concorra de manera directa a las centrales de abasto; indirectamente tal crédito opera como una forma de concentrar mayor poder sobre las fincas por parte de los productores, que ya venían funcionando a la vez como bodegueros.

Un dato que da idea de la gran influencia que tiene Guadalajara en el abasto alimentario se desprende del destino de los camiones de carga. En Guadalajara existen aproximadamente 300 empresas y grupos de transportistas regularizados; de ellos, se estima que el 49% de sus unidades tienen como destino el centro del país y principalmente la ciudad de México, el 24% la zona del Pacífico, abarcando incluso Nogales y Tijuana; 16% el norte del país que incluye Monterrey, Monclova y Piedras Negras; y, 11% del sur especialmente hacia Morelia. Lo mismo ocurre en el caso del transporte ferroviario donde un buen porcentaje de los traslados son hacia Tlanepantla, Querétaro y Chihuahua.

En el caso de Morelia, además de capital estatal, es la gran capital comercial y mantiene vínculos de abasto casi en la misma proporción con Guadalajara que con la ciudad de México; Colima también utiliza esta doble vía para sus productos, aunque en las preferencias de envío predomina Guadalajara; por su parte Aguascalientes conforma un espacio "sucursal" de Guadalajara y por tanto se integra totalmente con aquélla,

aunque en productos específicos como la guayaba y otros frutales mantiene relación intensa con CEDA ciudad de México. Jalisco por su ubicación misma se integra a Guadalajara; y, finalmente, la mayor parte de las áreas agrícolas y núcleos centrales de Guanajuato mantienen una integración más definida con la ciudad de México. Vale decir que la integración espacial opera tanto en lo que se envía como en lo que se recibe.

La ubicación privilegiada de la región dentro de las zonas de influencia de los dos centros de consumo más grandes del país, les permite beneficiarse de las preferencias de los envíos en términos del precio de temporada; es posible que en ciertas épocas del año el precio de algún producto hortícola sea más alto en Guadalajara que en México, por tanto buscan colocar su producción en esta ciudad o al revés. De cualquier manera mantiene relaciones importantes a nivel intrarregional, como son los casos de León, Querétaro e Irapuato; pero también con otras regiones más alejadas, sobre todo en términos de complementariedad de requerimientos. Casi no mantiene relaciones con la ciudad de Monterrey.

Así, la especialidad de Celaya y su región es la producción de hortalizas y legumbres, en cambio es deficitaria en frutas las cuales se obtienen de regiones más alejadas: por ejemplo plátano de Tabasco, mango de Nayarit, manzana de Chihuahua, naranja de Veracruz, coco y melón de Guerrero, etc.; a cambio envía hortalizas a esos mismos lugares donde el transporte se convierte en dinamizador de las relaciones, y los transportistas en comerciantes activos.

En este último caso, es común que las relaciones de abasto operen a través de centros de acopio intramunicipales sin mediación de Celaya; esto es posible debido a la elevada eficiencia de comunicación vía carreteras. De esta elevada capacidad de comunicación se sirven también las agroindustrias ubicadas en el corredor industrial, por ejemplo Campbell's, Del Monte, Anderson Clayton y Purina. Dichas agroindustrias buscan estas zonas como un espacio privilegiado para su implantación debido a la cercanía con la materia prima.

El esquema de abasto de Irapuato opera casi de manera similar al de Celaya, aunque su importancia como centro comercial es de menores magnitudes, incluso en varios productos hortofrutícolas y granos depende de la reexpedición de Celaya. Sin embargo sus regiones agrícolas circundantes cumplen una función primordial en el abasto a supermercados y tiendas de autoservicio.

Irapuato no ha logrado desprenderse del esquema de gran mercado municipal como eje distribuidor mayorista, medio mayorista y menudista; a pesar de que se encuentra funcionando una Central de Abasto de reciente creación, ésta no ha logrado operar completamente debido a viejos atavismos espaciales del comercio.

La capacidad de comunicación de la región cumple de nuevo una función clave en las interdependencias regionales del abasto. Por ejemplo Salamanca presenta una jerarquía espacial menos importante que Celaya e Irapuato, dependiendo del precio y la especialización de los productos puede abastecerse de una u otra.

Debido al bajo volumen comparativo de su demanda, Salamanca reproduce una irracionalidad espacial en el abasto. A pesar de integrar una subregión agrícola importante, la mayor parte de su producción se destina a Celaya, Irapuato, León, CEDA, ciudad de México y Guadalajara, lugares de los cuales, especialmente en los dos primeros casos, tiene que abastecerse posteriormente.

La ciudad de León es principalmente un centro distribuidor que cuenta con una gran fuerza de atracción en todo el entorno regional; de esta manera mantiene relaciones de abasto con prácticamente los cinco estados de la región, además de reexpedir la producción a otras ciudades importantes como es el caso de Guanajuato. Su área de influencia más inmediata en cuanto reexpedición y acopio de la producción son: San Francisco del Rincón, Pénjamo, Manuel Doblado, Romita, Silao y León.

Aproximadamente 60% de los mayoristas de CEDA León son a la vez productores, o en su defecto, establecen sistema de

contrato con los productores. En esta central un grupo reducido de bodegueros controla el acopio y la comercialización de dos y hasta tres productos, por lo cual tienen una influencia importante en la determinación del precio final. Sin embargo, la producción regional no es suficiente, por lo cual establece relaciones comerciales con otras regiones distantes a través de CEDA ciudad de México que opera como punto de traslado intermedio fundamental. La ciudad de León opera también como punto de traslado hacia otras plazas de la República de los excedentes regionales. Los principales destinos son CEDA ciudad de México y Guadalajara.

Monterrey: el norte y el noreste

La ciudad de Monterrey constituye el gran núcleo articulador nororiental del abasto alimentario y tercero de importancia nacional. La influencia espacial de Monterrey alcanza, además de Nuevo León, los estados de Tamaulipas y Coahuila, pero mantiene también una relación comercial intensa con otros más alejados, como San Luis Potosí a través de su capital. En la esfera de la distribución subordina a ciudades norteñas de importancia considerable como Nuevo Laredo, Saltillo, Tampico, Cd. Victoria, entre otras.

Al igual que las otras dos grandes ciudades de importancia nacional Monterrey, no cuenta con un hinterland regional específico de abastecimiento. En igualdad de condiciones prefiere la producción proveniente de su entorno regional inmediato, pero al mismo tiempo, concurre bajo las mismas circunstancias a las regiones especializadas en determinado producto para satisfacer la demanda interna independientemente de su ubicación geográfica; simplemente aprovecha la magnitud de su influencia.

En tanto ciudad típicamente industrial, requiere de un abastecimiento constante y de gran volumen, lo cual se complica ante el hecho de que Nuevo León no es un estado importante en la producción agrícola; esto obliga a depender en buena

medida de los suministros externos que se refleja en la gran cantidad de conexiones con diversos puntos del país. Incluso su poder de atracción es tal que constituye la única plaza de jerarquía nacional donde los propios productores concurren en forma constante a comercializar directamente con los bodegueros.

Otra característica importante de Monterrey es que a pesar de contar con el mayor número de supermercados modernos per cápita, los cuales cuentan con sistemas autónomos de abastecimiento, la Central de Abastos tiene una importancia reguladora considerable en los flujos de productos básicos, lo cual refleja la capacidad de los grandes mayoristas y su capacidad de arrastre nacional.

El impacto espacial nacional de Monterrey se refleja en todos los productos alimentarios, pero especialmente en frutas y hortalizas. En este caso, las regiones proveedoras son casi las mismas que abastecen a la CEDA ciudad de México, Guadalajara y otras plazas importantes del país, aunque en productos específicos del ramo frutícola mantiene cierta preferencia por zonas ubicadas en el norte y centro norte del país. Llama la atención que en algunos productos del ramo hortícola dependa de la ciudad de México, pero en estos casos se trata más bien de un proceso de reexpedición a través de mayoristas que controlan ambas plazas y que acopian primero en sus bodegas del centro del país para posteriormente realizar envíos hacia el norte. En otros casos se trata de la producción típica de algunos estados centrales cuyo volumen y valor no justifica envíos directos a zonas alejadas y, por lo tanto concentran su producción en el centro del país a donde concurren los mayoristas directamente para surtirse en el andén de subastas, ejemplo de ello son el nopal, la cebolla, el nabo, la tuna, la calabacita, entre otros.

Una situación similar ocurre en el caso de los granos. La ciudad es meramente receptora a través de bodegas localizadas en Matamoros que acopia y recibe. El maíz y frijol proviene principalmente de Tamaulipas y Chihuahua; el trigo de Sonora y Sinaloa; el azúcar del sur de Tamaulipas, Veracruz e importa-

ciones directas de Brasil; el arroz llega directamente de la República Popular China; el sorgo y oleaginosas de Tamaulipas, etc.

Los suministros externos se realizan a través de mayoristas que se abastecen directamente de las regiones especializadas del país y el extranjero, o mediante la concurrencia directa de los productores a la Central de Abastos, a ésta concurren distribuidores menudistas que expenden en mercados públicos, tianguis, concentraciones, etc.; esporádicamente se surten también los supermercados modernos.

Los estados del sur son los más intensamente subordinados a la CEDA ciudad de México, tanto en los envíos de la producción regional, como en los requerimientos de suministro para el consumo. Los estados del centro se comportan de igual manera, pero su ubicación geográfica les permite mayores opciones de diversificación comercial, tanto para los envíos de la producción, como en la satisfacción de sus necesidades específicas de abasto.

Lo anterior no significa la inexistencia de una relación comercial autónoma entre los estados del centro y sur. Por ejemplo de Puebla con Tlaxcala, Hidalgo, Querétaro y Veracruz, pero estos lazos son comparativamente débiles debido a la influencia espacial hegemónica de CEDA ciudad de México. Esta influencia es tan intensa, que a pesar de haberse venido consolidando otros centros distribuidores de magnitud considerable como Tepeaca en Puebla, Cuautla en Morelos o la misma CEDA de Puebla, éstos dependen en alto grado de CEDA ciudad de México.

El sur y la península de Yucatán

El estado de Oaxaca cuenta únicamente con una central mayorista ubicada en la capital; esta cumple a la vez la función de centro de acopio de la producción estatal y distribuidora de los suministros externos hacia centros de consumo de menor jerarquía. A pesar de sus dificultades de accesibilidad y su lejanía relativa del centro, Oaxaca depende en alto grado de los

envíos de CEDA ciudad de México y Puebla, lo cual se complementa con una producción local errática. Sin embargo realiza también envíos importantes de papaya y otras frutas de origen tropical.

Una vez que los productos llegan a la capital del estado se distribuyen a través de puntos secundarios, principalmente de la región de los valles: Ocotlán, Tlacolula, Mihuatlán, ETLA, Zaachila que a la vez se conectan con otros de tercer orden: Zimatlán, San Pedro Apóstol y Ejutla, quienes cumplen una importante función en el abasto de una serie de pequeños poblados quienes todavía encuentran en el tianguis semanal un sistema eficiente para satisfacer sus requerimientos básicos que no alcanzan a cubrir con la producción regional.

Algunos centros que se ubican en la periferia de los Valles Centrales actúan en los mercados regionales, por ejemplo Mihuatlán acopia y redistribuye hacia la costa y la región sur del estado, a la vez es el principal punto de acopio de café. Otro punto importante es Nochixtlán que conecta a la Mixteca Alta con los Valles Centrales. Tlacolula abastece a la Sierra Zapoteca y Mixe que a la vez concentra el ganado de la Sierra Norte (Zimatlán, Zaachila y Ayuguezco).

El sistema del Istmo mantiene cierta independencia de los Valles debido a que se integra más con Veracruz que cumple a la vez una función importante en su abasto. Sus centros hegemónicos son Juchitán y Salina Cruz. A pesar de que mantiene una relación comercial importante con CEDA Oaxaca, esto no le impide establecer vínculos autónomos con CEDA ciudad de México para la recepción de granos y hortalizas, a la vez envía productos del mar y frutas tropicales.

En la Mixteca, Tlaxiaco funciona como el principal centro de acopio y distribución; mantiene una influencia intrarregional importante, relacionándose incluso con Huajuapán. En la Sierra Zapoteca esta misma función se cumple a través de la población de Zoogacho. La Sierra Mixe cuenta con el mercado central regional de Ayutla. En cambio la Costa no cuenta con un centro aglutinador importante, salvo en la zona de influencia del Istmo vía Salina Cruz.

Finalmente, en la región Papaloapan, Tuxtepec se ubica como el mercado hegemónico. Este mercado fortalece un sistema de plazas semanales que operan en las comunidades mazatecas alrededor de la Presa Miguel Alemán. Cabe acotar que aunque todas las plazas funcionan sobre las mismas bases comerciales, mantienen algunas diferencias entre sí en términos de la existencia o no de mercados permanentes o del número y tamaño de sus tianguis, aunque ello está supeditado a su proximidad con un gran centro de abasto regional.

Como producto de las condiciones socioculturales particulares que existen en todo el estado de Oaxaca, cada región cuenta con un multivariado sistema de “días de plaza o tianguis” semanales donde se integran todas las poblaciones. A través de dichos mercados se realiza el intercambio entre cada pueblo cumpliendo una importante función en la distribución de la producción regional, lo cual beneficia a los espacios más inaccesibles. Los Valles Centrales nutren a los demás subsistemas regionales; sin embargo algunas de estas formas de comercialización tienden a desaparecer ante el avance de los sistemas de comunicación y la modernización misma de la economía.

En el estado de Guerrero, si bien el sistema de tianguis en las zonas montañosas es similar al de Oaxaca, el resto de las poblaciones del Estado concurre directamente a un centro regional distribuidor; este puede ser el caso de Acapulco, Chilpancingo, Iguala, Teloloapan, Arcelia, Ciudad Altamirano o Zihuatanejo en la costa. A la vez estos centros generan lazos autónomos de abasto con CEDA ciudad de México, de lo cual dependen en alto grado, sin que exista ninguna otra intermediación regional. Adicionalmente se surten dichos núcleos de la producción estatal, por lo cual operan también como centros de acopio, aunque esta no es su función principal, que estriba más bien en redistribuir los productos que provienen directamente de CEDA ciudad de México.

El sureste y la península de Yucatán constituyen, en conjunto, un caso típico donde la naturaleza y la accesibilidad intraregional impone límites a la autosuficiencia alimentaria. Dichos límites, junto con una agricultura poco desarrollada, provoca

una amplia dependencia de los suministros alimentarios externos, principalmente a través de la CEDA de la ciudad de México. En el mismo caso se ubica la Península de Yucatán, además del Estado de Tabasco y el norte de Chiapas.

A pesar de la elevada dependencia y su subordinación comercial mayoritaria a la ciudad de México, obligado en buena medida por su mayor lejanía de otros centros hegemónicos a nivel nacional, no impide que la región sureste establezca vínculos comerciales diversos que se expresan en una doble vía. En primer lugar no todos los mayoristas son originarios de la región sino que provienen de otras plazas comerciales importantes; por ello cuentan con gran experiencia comercial y capacidad de movilización que les permite conocer ciclos regionales de cosecha, estableciendo contactos directos con productores. Asimismo, una buena proporción de mayoristas nativos cuenta con bodegas en otras centrales de abasto importantes del país que les sirven de “centros de acopio”, pero también como una forma de colocar en el exterior la producción excedentaria local, por ejemplo cítricos y otros frutales.

Por tanto, constituye una región dependiente, pero al mismo tiempo con capacidad para imponer condiciones en los suministros y en la reexpedición de productos como el achiote y algunas variedades de chiles, difíciles de conseguir en otros puntos del país.

La estructura del abasto en la región sureste ha evolucionado aceleradamente desde la perspectiva espacial, lo cual tiene relación con diversos asentamientos económicos. En primer lugar el rápido crecimiento de algunos puntos turísticos, especialmente de Cancún en Quintana Roo, que conforman canales independientes de abastecimiento, especialmente con la Ciudad de México y también del exterior. En el mismo caso, aunque con características diferentes, se ubicaría Villahermosa, Tabasco, cuyo auge petrolero rebasó las dimensiones regionales; esta situación la obliga a buscar también relaciones directas con el centro y el resto del país; igual situación observamos en el norte de Chiapas.

A pesar de lo anterior, la ciudad de Mérida constituye el vértice hegemónico del abasto regional; aunque sus nexos tienden a ser cada vez más débiles hacia los polos de desarrollo turístico y otros puntos ubicados fuera del estado de Yucatán. Dichos puntos han acelerado su tasa de crecimiento urbano y paralelamente se consolidan algunos grupos económicos incipientes que buscan nuevas relaciones comerciales espaciales, incidiendo en una mayor autonomía del núcleo central. Ello se corresponde, asimismo, con el hecho de que en los centros urbanos importantes, el sistema de supermercado moderno ha ganado un considerable terreno en la distribución al menudeo, contribuyendo de manera notoria a romper el equilibrio espacial tradicional del abasto sustentado en una sola capital regional, como es el caso de Mérida. De cualquier manera, no podemos hablar de que esta tendencia sea dominante por ahora.

La centralización comercial de Mérida continúa imperando en el caso de la zona henequenera y el estado de Yucatán, pero fuera de este radio su influencia se debilita, entre otras razones porque no está definida la lucha comercial entre el capital regional y el extrarregional (la cadena de autoservicio Comercial Mexicana ha irrumpido en el escenario regional y Chedraui intenta afianzar su poder regional) por controlar los mercados en expansión de los estados de Quintana Roo y Campeche; en el mismo caso se ubica al norte Chiapas y Tabasco. Si como parece previsible, se imponen los grupos de alcance nacional, Mérida vería aún más debilitada su influencia y los puntos hegemónicos del abasto tendería a atomizarse pero con un mayor control del centro del país.

Aproximadamente el 20% de frutas y hortalizas que ha dispuesto Yucatán para su consumo intraregional en los últimos años llega de otros estados y se distribuyen vía la Central de Abasto de Mérida. El origen de las hortalizas, aproximadamente el 30% del volumen total, provienen del Distrito Federal, pero también es significativa la producción originaria de Puebla, Sinaloa, Guanajuato, Jalisco, Chihuahua, Michoacán, Veracruz, Tlaxcala y B.C. En todo caso, la Central de Abastos de la Ciudad de México es sitio de reexpedición y no de origen.

Por lo que toca a las frutas, los principales abastecedores son el D.F., Colima, Michoacán, Sinaloa, Veracruz, Chiapas, Tabasco, Guerrero, Oaxaca y Campeche.

Las hortalizas de mayor volumen de comercialización son, en orden decreciente cebolla, papa, tomate, zanahoria y col; entre las frutas destaca el mango, sandía, naranja y piña; los montos de introducción son superiores a 100 y 50 toneladas mensuales, respectivamente.

En cuanto a la producción hortofrutícola estatal destaca el sur que aporta el 60% de la producción estatal; le sigue en importancia la zona norte y también juega un papel trascendente la zona productora de Mérida-Progreso. Sólo el 6% de la superficie es ocupada por productos hortofrutícolas, sin embargo aportan el 50% del valor total de la producción agrícola del Estado.

A los centros turísticos de Cozumel, Carrillo Puerto y Cancún se canalizan productos a través de comerciantes de la región sur.

El abasto de carne mantiene una lógica espacial más auto-centrada regionalmente; sin embargo el avance de la ganadería a pesar de la importancia de Tabasco, no ha sido suficiente para satisfacer una demanda creciente; con todo y las barreras que se habían puesto a las importaciones extrarregionales, actualmente comienza a modificarse ese patrón.

La producción bovina enfocada al consumo local generalmente es vendida a compradores locales. La ganadería yucateca, se caracteriza como criadora orientada a la producción de carne sujeta a la estacionalidad productiva.

El mercado de la carne en canal está orientada a satisfacer el mercado regional, aunque también un volumen importante se destina al abasto de la Ciudad de México. Para satisfacer la demanda local existen 53 rastros en el estado, además del "Abastos de Mérida", que mantienen vínculos con intermediarios y en forma directa con algunos mercados municipales.

En el caso de Tabasco, la ciudad de Villahermosa es, además de la capital política, el centro de operaciones de toda la actividad comercial y de abasto del estado; aunque en términos de jerarquía espacial aparece subordinada a Mérida, no necesaria-

mente realiza el grueso de intercambio con esa ciudad. Actualmente está compuesta por dos naves de 40 bodegas cada una y se construye la tercera nave con la misma capacidad. La primera nave se utiliza principalmente para comercializar frutas y hortalizas y la segunda para abarrotes.

El origen de los productos alimentarios que llega a esta central es Guadalajara 15%, Puebla 15%, Tabasco y regiones vecinas 30%, y D.F. 40%. Por tanto cuenta con gran influencia espacial, si consideramos solo los suministros externos. Sin embargo podríamos tipificar a la Central de Abasto como un monopolio poblano por la fuerte presencia de bodegueros de ese estado. En contrapartida, es un importante abastecedor de carne bovina a nivel nacional.

Como en todas las ciudades importantes del sureste, también en Villahermosa han venido guardando un importante terreno los supermercados modernos. Actualmente destacan firmas como TUCASA, Chedraui, Bonanza y Gigante, que se ubican en zonas de alto o medio ingreso o de intenso tráfico peatonal o vehicular.

El abasto de frutas y verduras a la ZMCM

CEDA (Central de Abastos) constituye el mercado mayorista de frutas y verduras más importantes de América Latina y, por su extensión y número de comerciantes, el más grande a nivel mundial. Por su conducto se satisface cerca del 80% de la demanda hortofrutícola y de abarrotes del Valle de México y un 15% de la de algunos estados circunvecinos.⁴⁰

Asimismo, dicho mercado es proveedor importante de hortofrutícolas de doce estados de la República, fundamentalmente México, Veracruz, Puebla y Guerrero a donde se dirige o reexpide el 15% del total de su volumen vendido o egresado.

Del total de mercancías ingresadas anualmente (2,940,760

⁴⁰ CEDA, Dimensión Comercial de la Central de Abastos de la Ciudad de México, versión mimeográfica, febrero, 1987.

toneladas) un 79% corresponde a hortalizas y frutas, un 18% a abarrotes y un 4% a flores y otros, por lo que CEDA constituye, fundamentalmente, un centro mayorista hortofrutícola. Los quince productos más importantes, por sus volúmenes comercializados se analizan en este apartado (ver cuadro).

En cada una de las frutas y verduras principales existe un reducido grupo de comerciantes mayoristas que concentra un elevado porcentaje de la oferta total. Así, al analizar once de aquéllos productos, resulta que 56 bodegueros mayoristas, es decir, *3% del total de comerciantes dedicados a hortofrutícolas en CEDA controlan el 40% del volumen total desplazado de ese tipo de bienes.*

La elevada concentración de los volúmenes comerciados de los principales hortofrutícolas, por parte de un reducido grupo de comerciantes de CEDA, resulta sumamente relevante si se considera que representa el control sobre una parte considerable del abasto de alimentos a la principal concentración urbana, no solo a nivel nacional, sino mundial (cuadros 1 y 2).

Desde luego que el grado de concentración varía de acuerdo al bien de que se trate, desde el menos concentrado, el jitomate, donde seis mayoristas controlan el 27% de los volúmenes comerciados, hasta el caso del chile serrano, en que cuatro agentes se encargan de desplazar el 90% de esa hortaliza.

Ahora bien, ¿qué es lo que ha hecho posible tal concentración de poder en un reducido grupo de agentes? ¿cuáles han sido las relaciones y los mecanismos utilizados para crear y mantener tal situación hegemónica?

El pilar en el que se sustenta dicho poder, que se manifiesta no solo en la concentración de la oferta, sino en la obtención de elevados márgenes y masas de ganancias, es el estrecho vínculo que los mayoristas más importantes han establecido tanto con la esfera de la producción como con la de la distribución o venta de sus productos.

Los mecanismos o conductos a través de los cuales transitan los productos hortofrutícolas desde el campo hasta el mercado mayorista de CEDA, y que implican diversos tipos de relación entre los agentes participantes (productores, intermediarios,

(Cuadro 1)
Volumen de productos hortofrutícolas
ingresados a la Central de Abasto del D.F.
1987-1992

Producto	Volumen Anual* (Ton)	Participación	Porcentual (%)
1. Papa	324,000	15.5	14.0
2. Naranja	292,485	14.0	12.6
3. Plátano	280,800	13.4	12.1
4. Jitomate	235,000	11.2	10.1
5. Cebolla	180,000	8.6	7.8
6. Tomate verde	107,119	5.1	4.6
7. Aguacate	94,500	4.5	4.1
8. Limón	93,408	4.5	4.0
9. Manzana	86,729	4.1	3.7
10. Chile**	78,218	3.7	3.4
11. Mango	76,519	3.7	3.3
12. Piña	68,400	3.3	3.0
13. Papaya	68,254	3.3	2.9
14. Melón	53,252	2.6	2.3
15. Zanahoria	52,641	2.5	2.3
Subtotal	2,091,325	100.0	90.2
Otros	226,837		9.8
Total hortofrutícolas	2,318,162		100.0

* En el caso del aguacate, piña, plátano, jitomate y papa, las cifras corresponden al año 1992, y para el resto de los productos a 1987 o 1988.

** Incluye todas las variedades comercializadas: jalapeño, serrano, poblano y otras.

Fuente: Investigación realizada en CEDA, D.F. y CEDA-SNIM, Reporte de volúmenes de ingreso por producto, 1987 y 1988.

(Cuadro 2)
Grado de concentración de la oferta
de los principales hortofrutícolas en CEDA
1987-1992

Producto	Principales Número (1)	Mayoristas Volumen promedio desplazado (2)	Volúmenes promedio desplazados en CEDA (Ton/Día) (3)	Grado de concentración (%) (2/3)
1. Chile Serrano	4	51	57	90
2. Naranja	4	612	812	75
3. Aguacate	4	184	262	70
4. Papa alpha	7	305	450	68
5. Piña	6	130	190	68
6. Plátano	7	508	780	65
7. Cebolla	4	320	500	64
8. Limón	5	101	259	39
9. Zanahoria	3	47	146	32
10. Papaya	6	54	189	29
11. Jitomate	6	177	653	27
Subtotal	56	2489	4298	58
Total	1636*	-	6439	-

* Total de comerciantes mayoristas, medio mayoristas y detallistas que expenden hortofrutícolas en CEDA.

Fuente: Elaboración propia, con base en: Cuadro 1, investigación directa en CEDA y COABASTO (D.D.F.)-SNIM, Serie Temática de Sistemas-Producto.

mayoristas, etc.), varían en función del producto, de la zona de producción, del tipo de productor y de comerciante mayorista, de las condiciones de la oferta (abundancia o escasez del producto, debido a su estacionalidad o variantes climatológicas) y de la demanda prevaleciente en el mercado (interno y de exportación).

En función de todo lo anterior, un mismo mayorista puede cambiar sus mecanismos de abasto incluso a lo largo de un mismo ciclo de producción. Investigación directa realizada en las más importantes zonas y entidades abastecedoras de CEDA

para diez de los principales hortofrutícolas comercializados en ésta, permite resumir esquemáticamente los mecanismos más utilizados por los más relevantes mayoristas de cada producto para acopiar la mercancía por ellos vendida (esquema).

Utilizaremos aquí el término intermediario para definir aquellos agentes que se ubican entre el productor agrícola y el comerciante mayorista y que son básicamente acopiadores o acaparadores locales y/o regionales y “corredores” de ciertos productos.

Esquema

Producto	Estado abastecedor	Mecanismos de abasto
Papa Alpha	Sinaloa y Sonora Michoacán	<ul style="list-style-type: none"> · Bodeguero-productor. · Compra bodeguero a comprador. · Relación directa entre bodeguero y productor.
	Tlaxcala	<ul style="list-style-type: none"> · Bodeguero-Productor. · Relación directa entre bodeguero y productor.
	Guanajuato	<ul style="list-style-type: none"> · Compra bodeguero a acaparador. · Relación directa entre bodeguero y productor.
	Puebla	<ul style="list-style-type: none"> · Relación directa entre productor v bodeguero. · Compra bodeguero a acaparador.
Plátano	Chiapas Tabasco Veracruz	<ul style="list-style-type: none"> · Productor-Bodeguero. · Relación directa entre productor y bodeguero.
	Hidalgo	<ul style="list-style-type: none"> · Relación directa entre bodeguero y productor.
	Tamaulipas San Luis Potosí	<ul style="list-style-type: none"> · Relación directa entre bodeguero y productor. · Relación directa entre bodeguero y productor.

Esquema (continuación)

Producto	Estado abastecedor	Mecanismos de abasto
Papaya	Veracruz	<ul style="list-style-type: none"> · Relación directa entre bodeguero y productor. · Bodeguero-Productor.
Cebolla	Morelos Chihuahua Guanajuato	<ul style="list-style-type: none"> · Bodeguero-Productor. · Relación directa entre bodeguero y productor. · Relación directa entre bodeguero y productor. · Bodeguero-Productor.
Piña	Veracruz	<ul style="list-style-type: none"> · Bodeguero-Productor. · Relación directa entre bodeguero y productor.
Jitomate	Sinaloa Jalisco San Luis Potosí Baja California	<ul style="list-style-type: none"> · Bodeguero-Productor. · Bodeguero-Productor. · Relación directa entre bodeguero y productor. · Bodeguero-Productor. · Relación directa entre bodeguero y productor. · Bodeguero-Productor. · Relación directa entre bodeguero y productor.
Limón	Michoacán Oaxaca	<ul style="list-style-type: none"> · Compra bodeguero a acaparador. · Relación directa entre bodeguero y productor. · Bodeguero-Productor. · Relación directa entre bodeguero y productor. · Compra bodeguero a acaparador.
Naranja	Veracruz	<ul style="list-style-type: none"> · Compra bodeguero a corredor. · Bodeguero-Productor.
Aguacate	Michoacán	<ul style="list-style-type: none"> · Bodeguero-Productor. · Relación directa entre bodeguero y productor.

En la *papa alpha*, Sinaloa y Sonora constituyen las principales entidades abastecedoras de CEDA; en ellas se ubican como grandes productores tres de los siete mayoristas más relevantes de esta hortaliza. Son además los principales proveedores del mercado nacional, vía CEDA y otras centrales mayoristas, durante la temporada de mayor cosecha de papa de Sinaloa (febrero-mayo)⁴¹, donde cultivan individualmente superficies del orden de 500 hectáreas en uno de los principales distritos de riego del país (el Valle del Fuerte). La excelente dotación de recursos naturales, en términos de calidad y cantidad, la escala de su operación y la utilización de avanzada tecnología, permite a estos verdaderos “empresarios agrícolas” obtener elevados rendimientos y productos de buena calidad.

Los grandes productores-mayoristas cuentan, asimismo, con información de mercados e infraestructura (bodegas y transporte refrigerados, por ejemplo) necesarias para al adecuada comercialización de su producto, pero, sobre todo, constituyen uno de los pocos casos a nivel nacional de productores que, con ese fin, planifican conjuntamente su oferta, mediante la programación de las superficies a sembrar. Todo ello les permite canalizar su producción a diferentes mercados del país (algunos de ellos son bodegueros en otras Centrales de Abasto), en función de los volúmenes que puedan absorber sin que ocasione desplome de precios.

En tres de las restantes entidades abastecedoras de CEDA (Michoacán, Guanajuato y Puebla) los mayoristas acopian la papa mediante mecanismos como: compras a acaparadores, relación directa con los productores (mediante asociación con éstos o vía la compra de su producto) y, en menor medida, la producción propia.

⁴¹ Estos agentes abastecen a los restantes grandes mayoristas de CEDA (no productores sinaloenses), ya se enviándoles el producto a sus bodegas, directamente desde la zona de producción, o bien vendiéndoselos en ese mercado, una vez que la papa ha llegado a las bodegas de los productores de Sinaloa. Práctica de campo en Los Mochis, Sinaloa, y en CEDA, septiembre, 1987.

En el caso de relación directa entre bodeguero y productor, el primero compra el producto ya cosechado o se dan entre ambos agentes acuerdos o “asociaciones” (mediería, al tercio, etc.). En la mediería, o bien el bodeguero aporta la semilla y el abono y el productor la tierra y el trabajo, repartiéndose las ganancias por mitad, o bien la totalidad de los gastos y las utilidades son compartidas en la misma proporción.

En Tlaxcala se da una situación peculiar en cuanto a que sólo allí es común que los productores acudan a CEDA, sin previo acuerdo con algún bodeguero, a ofrecer individualmente su producto.⁴²

En resumen, la papa alpha ingresa a CEDA teniendo como origen su propia producción de los bodegueros, o bien de relaciones directas entre éstos y los productores o los acaparadores (intermediarios).

El *plátano* es tal vez el mejor ejemplo de la operación de bodegueros-productores. De los siete principales mayoristas, seis se ubican en la fértil región del Soconusco, Chiapas, donde han integrado un verdadero emporio productor, explotando, cada uno de ellos, huertas que abarcan en conjunto entre 800 y 1,200 hectáreas. Estas superficies, totalmente irrigadas (muchas veces con equipos y tecnología israelita), son cultivadas con moderna tecnología y atendidas por personal calificado, con frecuencia procedente de países con tradición en este cultivo, como Costa Rica y Guatemala.

El principal destino de la producción de los bodegueros-productores es el mercado externo; aquella fruta que no cubre los requisitos de exportación se envía al mercado nacional; esta sin embargo alcanza para abastecer, no sólo las bodegas de aquéllos en CEDA, sino también de otros mayoristas que comercializan plátano chiapaneco en el país.

La fruta procedente de Tabasco y Veracruz es también en gran parte introducida, sobre todo en el caso del primer estado, o por los grandes productores-mayoristas de CEDA, o a través

⁴² Entrevista a diversos productores, Huamantla, Tlaxcala, septiembre, 1991.

de una relación directa entre productores y comerciantes de esa Central.⁴³

La relación directa entre bodeguero y productor es la que prevalece en torno al abasto de *chile serrano*. De las tres entidades que cubren casi el 70% del volumen ingresado a CEDA, es decir, Hidalgo, San Luis Potosí y Tamaulipas, las dos primeras son escenario del control de los bodegueros del proceso productivo de esa hortaliza mediante la asistencia técnica y el habilitamiento a los productores. Este consiste en la entrega de semilla y/o dinero en efectivo para ser frente a los gastos de producción y/o de post-cosecha. Mediante convenios escritos, el agricultor se compromete a entregar su producción al agente financiador, en este caso el mayorista, quien se encarga de comercializarla y hacer las liquidaciones a los productores una vez descontados los gastos realizados por aquél.

Un buen porcentaje de los productores que tienen capacidad de financiar su actividad, lo que ocurre fundamentalmente en Tamaulipas, también entregan sus cosechas a los agentes mayoristas para que éstos las vendan en sus bodegas, mediante el pago de una “comisión”, que generalmente es del 10% del valor de la venta del producto.

En ocasiones, como en el caso del *limón*, los bodegueros no son productores importantes, ya que sólo tienen pequeñas huertas cuya producción cubre entre 5 y 20% de los volúmenes comercializados en sus bodegas, ni tampoco interfieren en los procesos productivos, sino que se dedican, fundamentalmente, a comprar el producto a intermediarios que operan en un lugar específico, como es el caso de la Glorieta de Apatzingán, en Michoacán.

En esa entidad, de donde procede el 77% del limón mexicano comercializado en CEDA, operan los cinco principales mayoristas. Estos, diariamente acuden a dicha Glorieta, principal punto de compra-venta del limón en el país, para comprar

⁴³ Respecto a este punto, y a los resultados económicos de la actividad comercial de los mayoristas, véase Flavia Echánove Huacuja, “Producción y comercio mayorista del plátano en CEDA: un caso de integración y poder económico”, Revista *Economía Informa*, México, febrero, 1990.

a los intermediarios medianos y pequeños la fruta que posteriormente acondicionan en los empaques de su propiedad.

Ocasionalmente los mayoristas complementan sus requerimientos vía compras de huertas a productores, o adquieren limón ya cosechado, que tanto éstos, como los intermediarios, les llevan a ofrecer a sus empaques.⁴⁴

Como producto de la relación directa entre mayorista e intermediario (acaparador o acopiador) ingresa también a CEDA alrededor del 65% de la *papaya*, procedente de Veracruz. Los principales mayoristas, que cultivan como máximo entre 20 y 30 hectáreas de esa fruta, abastecen sus bodegas fundamentalmente mediante compras que realizan en una o varias regiones de ese estado (en ocasiones los oferentes son sus familiares), o bien recibieron en sus bodegas fruta que los intermediarios les envían para su venta a “comisión”.⁴⁵

En el caso de la *naranja*, el intermediario a quien compran el grueso de los comerciantes mayoristas es denominado “corredor”. Existe un pequeño grupo de éstos que se encarga de vender la fruta en el andén de subasta en CEDA, donde, a diferencia de todos los productos analizados, llega a casi el 90% de esa fruta.

Estos corredores acopian la naranja en Veracruz, estado de donde proviene el 97% de la que ingresa a CEDA; en esa entidad, los agentes producen, rentan y/o compran huertas y se asocian con productores, a quienes otorgan financiamiento. Los mayoristas, por tanto, se limitan a acudir al andén de subasta, a excepción de uno de ellos, que funge también como corredor.

Alrededor del 55% del *aguacate* y la *piña* que ingresa a CEDA es adquirido por los grandes comerciantes mayoristas mediante compras directas a los productores, mientras que otro 25 y 45%, respectivamente, del total de esas frutas que arriba a aquel mercado, procede de la actividad productiva de algunos de los mayoristas más relevantes.

⁴⁴ Investigación de campo, Apatzingán, Michoacán, marzo, 1991.

⁴⁵ Esta comisión, tanto en este caso, como en el de la mayoría de los demás, fluctúa entre 10 y 20% del precio de venta.

Así, en Michoacán, entidad que abastece de aguacate a CEDA, los mayoristas son los más grandes acaparadores del estado. Adquieren el producto de los agricultores mediante la compra de sus huertas y de la fruta ya cosechada (tanto en los predios como en los empaques de los productores), siendo también común que aquéllos les envíen a sus bodegas fruta para ser vendida a comisión.

Por su parte, la piña que ingresa a CEDA, proveniente en su mayoría de Veracruz, es traída por los mayoristas, tanto de sus propias huertas, como de las de productores a quienes les compran la fruta. Así, de los seis principales bodegueros piñeros, que concentran casi el 70% de la oferta, cuatro son también integrantes del grupo de los productores más relevantes de esa fruta en la región de la Cuenca del Papaloapan, donde se ubica el grueso de la producción veracruzana.

Esos productores-bodegueros poseen extensiones cuya producción les alcanza para abastecer sus bodegas en CEDA a lo largo del año, para realizar envíos de la zona productora a otras plazas o mercados del país, a otros bodegueros de CEDA (no productores) y a las cadenas de autoservicio (Aurrerá, Comercial Mexicana, Chedraui, etc.), para proveer a la agroindustria (El Fuerte, Herdez, Cofrinsa, etc.) y, finalmente para exportar.⁴⁶

En este contexto, es común la existencia de grupos familiares, algunos de cuyos miembros atienden la producción y el envío de la fruta, y otros el manejo de las bodegas en CEDA. Los dos restantes mayoristas del grupo de los seis principales comerciantes piñeros compran directamente a los grandes productores de la región, quienes les ofrecen fruta de buena calidad y abasto oportuno.

Finalmente, productos como el *jitomate* y la *cebolla*, igual ingresan a CEDA vía la actividad de bodegueros-productores (sobre todo en el caso del jitomate sinaloense y la cebolla de Morelos), o de relaciones entre comerciantes y productores,

⁴⁶Véase de Echánove Huacuja, Flavia, "Abasto de piña al Distrito Federal: un caso de integración", en: *El abasto de alimentos en México*, Ed. Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México, 1992.

bajo toda una gama de modalidades (ver esquema), que, por ser similares a las reseñadas anteriormente para otros productores, no ahondaremos más en ellas.

Ahora bien, la injerencia de los principales mayoristas de CEDA en la actividad productiva les permite, o bien, en los casos que ellos mismos son productores, erogar solamente costos (de producción y de transporte, básicamente), o adquirir el producto en las distintas zonas productoras a precios que les garanticen la obtención de ciertos márgenes de ganancia mínimos.⁴⁷

Finalmente el análisis aquí realizado demuestra la existencia en CEDA de un reducido grupo de comerciantes mayoristas que concentran elevados porcentajes de la oferta total de hortofrutícolas. Dada la importancia de ese mercado como abastecedor de ese tipo de productos al mayor asentamiento urbano del país, el poder de esos agentes es sumamente relevante.

La consolidación de dicho poder, que se refleja no solo en la concentración de la oferta, sino en la elevada rentabilidad comercial de los mayoristas en cuestión, se ha sustentado en dos vínculos o nexos que estos agentes han establecido: uno con la esfera de la producción y otro con la de la distribución al menudeo. Esto ha determinado su capacidad, por una parte, de acopio o abasto de productos hacia sus bodegas, y por otra, de venta o colocación de sus mercancías, elementos que, desde luego, han requerido de una gran experiencia comercial.

La investigación realizada en torno a los canales o circuitos comerciales que siguen diez de los principales hortofrutícolas desplazados en CEDA, en su tránsito entre el campo y las bodegas de los mayoristas más relevantes de ese mercado, revela que, lejos de existir una “excesiva intermediación” o participación de múltiples agentes, lo que prevalece es:

⁴⁷ Aun cuando dichos márgenes varían de acuerdo a las condiciones de oferta y demanda, y en ocasiones los mayoristas pueden incurrir en pérdidas temporales, su actividad a lo largo del año es sumamente redituable, obteniendo márgenes de ganancia (diferencia entre el precio de venta y el costo total) que representan, para ocho de los principales hortofrutícolas desplazados en CEDA, entre 40 y 90% de los costos totales erogados por los bodegueros mayoristas. Investigación directa, 1992.

1. *Integración del capital comercial y el productivo*, concretada en un mismo agente, que aquí hemos denominado *productor-bodeguero*. Este mecanismo, a través del cual los mayoristas surten sus bodegas mediante su propia producción, es representativo del abasto de productos como plátano, jitomate, papa alpha (procedente de Sinaloa y Sonora), cebolla (producida en Morelos) y gran parte de la piña que proviene de Veracruz.

2. *Relación directa entre bodeguero y productor*. En este mecanismo de abasto de los mayoristas, establecen vínculos, sobre todo con los grandes y medianos productores, quienes pueden garantizarles productos con cierta calidad y continuidad. La gama de peculiaridades que adopta esta interrelación es muy amplia, sin embargo, los mecanismos más comunes a los que acuden los mayoristas son los siguientes:
 - a) Compra del producto ya cosechando a pie de predio.
 - b) Renta y compra de huertas.
 - c) Envíos de los productores a CEDA para ser vendidos “a comisión”.
 - d) Adquisición de la oferta de los agricultores o en las empacadoras de los mayoristas ubicadas en las zonas de producción.
 - e) Asociación de los comerciantes con los productores para los procesos productivos y de comercialización, mediante acuerdos de mediería, al tercio, etc.
 - f) Habilitamiento a los productores vía otorgamiento de créditos y/o semillas y/o material post-cosecha.

3. *Relación directa entre bodeguero y acaparador o intermediario*. Ocurre con frecuencia en el caso de la papa alpha procedente de Michoacán, Tlaxcala, Guanajuato y Puebla, en el del limón que se produce y envía a CEDA de Michoacán y Oaxaca, y en el de la naranja, donde el intermediario es el “corredor” que opera en

el andén de subasta de ese mercado. El acaparador local y/o regional se relaciona, a su vez, directamente con el productor.

Los mayorista de CEDA constituyen los agentes claves del abasto urbano, su influencia en el ámbito rural es considerable, ya que son ellos el conducto mediante el cual un gran número de productores del país vende sus mercancías, siendo también los agentes que fijan los precios rurales, en función de los prevaleciente en CEDA.

El mito del intermediarismo excesivo en el abasto urbano por lo que se refiere al caso de frutas y verduras queda en evidencia al considerar que, cuando mucho, interviene un intermediario entre el productor y el comerciante mayorista, y que el comercio al menudeo se abastece directamente de CEDA, por lo que de la esfera del comercio al mayoreo hacia el consumidor sólo media un agente, es decir, el comerciante detallista.

Así, los altos precios pagados por el consumidor final por los bienes hortofrutícolas deben explicarse, no por la gran cadena de intermediarios, sino más bien por la magnitud de los márgenes de ganancia de nuestra actividad comercial, tanto al mayoreo como el detalle.

Dicha lógica de comercialización opera en casi todos los productos que ingresan a CEDA; las formas de interrelación de la capital del país con respecto a sus regiones proveedoras, varían sólo en términos de la especialización productiva que cada una tiene y el rol que cubre dentro del calendario de abastecimiento. De lo que no existe duda, es que todo el entramado regional de la producción alimentaria trabajará con base en las necesidades que demande la capital del país.

Por lo tanto conviene expresar como operan los mecanismos de abastecimiento espacial también al interior de las regiones, tomando en cuenta las nuevas jerarquías territoriales que se vienen configurando en el país y sobre todo de las nuevas dimensiones de los núcleos urbanos.

Capítulo IV

El transporte y la cobertura regional del abasto alimentario

Ante la perspectiva que genera la apertura comercial, la economía mexicana registra cambios de gran trascendencia, en casi todos los sectores productivos y sociales.

No sólo se modifica el tipo, jerarquía, número y ubicación de la planta productiva nacional, también se trata de fortalecer la comercialización y abasto del mercado interno alimentario. Por ejemplo, el Banco Nacional de Comercio Interno (BNCI), considera que el país requerirá 75 nuevas centrales de abasto e igual número de centros de acopio en los próximos siete años, por lo que aumentará su inversión en 1993, hasta un total de 12 billones de nuevos pesos.

El BNCI esta construyendo incluso una central de abasto en McAllen, Texas (con un costo de 14 millones de dólares), para facilitar la expansión del exportador mexicano en el mercado norteamericano. Esto significa que el acelerado proceso de apertura comercial que vive el país exige pensar en un sistema de abasto que contemple, tanto las necesidades locales, como las inherentes a los países involucrados en los tratados comerciales.

En este sentido, la reestructuración del almacenamiento en México, vía la privatización de ANDSA y los almacenes y zonas fiscales en puertos y aduanas terrestres; la intención que tienen los principales almacenistas privados de cambiar su imagen de simples bodegueros a complejas unidades de servicios logísticos y la posibilidad de crear una Bolsa Agropecuaria, constituyen acciones básicas para responder a las nuevas relaciones económicas internacionales.

Se comprende que cualquier empresa que pretenda realizar, además del resguardo físico de las mercancías, servicios de financiamiento y despacho aduanal, empaque y conservación, distribución y alcances comerciales (nacionales e internacionales), etc., necesitan desarrollar sofisticados sistemas de información y aplicar tecnología de punta (intercambio electrónico de datos, radiolocalización de unidades móviles vía satélite, etc.),⁴⁸ para organizar y controlar sus operaciones a partir de unos cuantos centros logísticos de amplia cobertura territorial.

La creación de esos centros o plataformas logísticas implica la reorganización o creación de nuevas empresas comercializadoras o mercados que concentren a todos los productos de un mismo bien a nivel regional. Pero lo que impulsa verdaderamente el establecimiento de esos centros, son las economías de escala que provienen de la consolidación y desconsolidación de significativos volúmenes de carga y de la capacidad de integrar múltiples servicios en un solo emplazamiento: desde los servicios de seguridad, hasta los requeridos para el financiamiento y logística de la distribución, cualidades que los convierten en alternativa interesantes para enfrentar las actuales deficiencias del abasto nacional alimentario.

En la operación de esos centros logísticos, requeridos para la reconfiguración del modelo de distribución interno y su liga con el internacional, el transporte y la información (comunicación) se revelan como factores de gran valor estratégico, para el monitoreo sistemático del traslado eficiente y oportuno de

⁴⁸ La almacenadora ALSA por ejemplo, desde hace un año está desarrollando sus programas de informática y pretende alinearse con una empresa norteamericana especializada en servicios de logística, distribución y empaque de manufactura ligera, actividades que las almacenadoras de Estados Unidos y Canadá desarrollan desde hace tiempo con éxito. Almacenadora OBSASERFIN, también es resultado de una fusión empresarial que responde a las expectativas del Tratado de Libre Comercio. ANDSA por su parte, elaboró el proyecto denominado "Puerto Interno de la Cd. de México", para conformar un centro de recepción y expedición de mercancías, tanto de exportación como de importación, en el que se establecerían bancos, casas de cambio, hoteles, restaurantes, etc., pero, como esta empresa está en proceso de desincorporación, será el sector privado el que concrete dicho proyecto.

las mercancías, en ámbitos territoriales con o sin fronteras. Por esta razón, deberían ubicarse en la base misma del nuevo equipamiento industrial y de servicios en México.

El transporte constituye la línea vertebral del Sistema de Abasto Alimentario, en la medida que establece los vínculos funcionales entre los espacios de producción (regiones) y los de consumo (ciudades), y dada la fuerza de estructuración territorial que caracteriza a todo modo de transporte, este servicio adquiere una connotación básicamente social de gran poder político y económico.⁴⁹

Desde esta perspectiva, la refuncionalización de los servicios de transporte y telecomunicaciones, brinda una nueva oportunidad para fortalecer el proceso de desarrollo regional, vía la descentralización. Las inversiones en dichos sectores tienen un incuestionable poder de encadenamiento con las diversas opciones que implica una nueva organización territorial, ya que para poder descentralizar es necesario garantizar el abasto “justo a tiempo” y la comunicación en tiempo real, sólo de esta manera se posibilita simultáneamente poder informar, negociar y, por supuesto dirigir y ordenar a distancia.⁵⁰

Utilizando los preceptos teóricos señalados concernientes al transporte y las telecomunicaciones y considerando que México, además de resolver cómo articularse al proceso de globalización, también debe solucionar problemas sociales internos inaplazables, como el del abasto de alimentos, el principal objetivo del presente capítulo es: diseñar un modelo de cobertura geográfica regional para la organización del abasto alimentario en México. Entre las actividades programadas para cumplir con este propósito destacan las siguientes:

⁴⁹ Al respecto puede consultarse el trabajo de la Dra. Margarita Camarena: *Las grandes rutas del espacio social en México*, IIS-UNAM, México, 1989.

⁵⁰ No sorprende por lo tanto, que en el Plan Nacional de Desarrollo 1988-1994, se dé prioridad a la modernización del transporte y las telecomunicaciones, con el fin de ampliar la cobertura de múltiples servicios, favorecer un desarrollo regional más equilibrado, fomentar la participación de inversionistas privados y estimular la competencia, para incrementar la calidad y eficiencia de los servicios.

1. Evaluar la situación actual de la infraestructura utilizada por el autotransporte público federal de carga: carreteras y terminales de carga, así como sus ligas o enlaces con los otros modos de transporte.
2. Caracterizar a los distintos tipos de redes carreteras que se utilizan para el abasto: red troncal, red alimentaria, caminos rurales y brechas.
3. Identificar los principales corredores de carga que soportan y organizan el abasto interregional.
Por supuesto, no se trata de identificar demandas concretas de transporte, sino de evaluar oportunidades de ubicación para la lógica del abasto de alimentos en México. El resultado del estudio consistirá, por lo tanto, en la construcción de un modelo cartográfico sintético, que permita representar, analizar y seleccionar, con base en las redes de transporte terrestre y la jerarquía de los principales corredores de carga, los nodos que concentran o distribuyen la mayor parte del tránsito (diario promedio anual) de camiones de carga; nodos que, tentativamente, pueden considerarse para operar como plataformas logísticas del abasto.

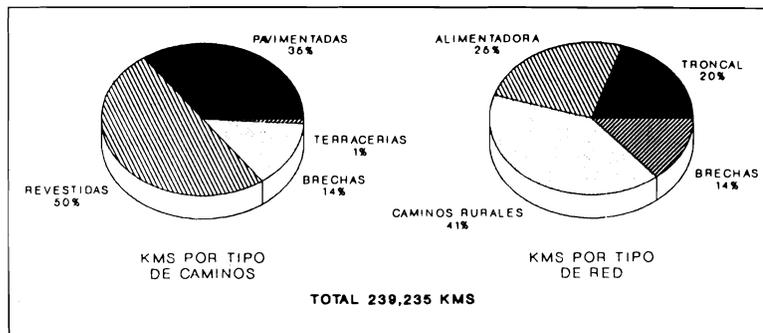
Tipos y distribución geográfica de las redes utilizadas para el abasto de alimentos en México

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes clasifica a la red nacional de carreteras de dos maneras: por el tipo de carretera (pavimentada, revestida, etc.) y por la función que éstas desempeñan. De acuerdo a esta última clasificación, se tienen cuatro tipos de redes: troncal, alimentadora, la de caminos rurales y la de brechas.

De acuerdo al número de kilómetros correspondientes a cada tipo de red (gráfica 1), la troncal representa el 20%, la alimentadora el 25%, la correspondiente a los caminos rurales el 41% y las brechas abarcan al 14% restante.

La representación cartográfica precisa de cada tipo de red,

Gráfica 1 Red nacional de carreteras, 1990



Fuente: Anuario estadístico, SCT, México, 1990.

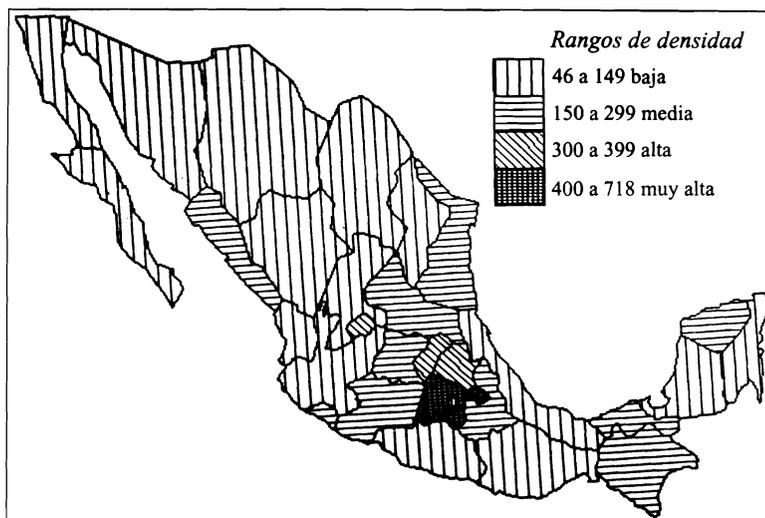
para analizar sus correspondientes áreas de influencia y cobertura, resultaría de gran valor para la estructura y organización del Sistema Nacional de Abasto. Sin embargo, con la información disponible sólo podemos tener una aproximación a nivel estatal, que de todas maneras brinda una perspectiva geográfica interesante en función de la problemática planteada.

Densidad de carreteras a nivel estatal

Antes de caracterizar a cada tipo de red, vale la pena hacer las siguientes observaciones respecto a la densidad de carreteras en cada entidad, considerando el kilometraje total de sus caminos (mapa 1):

1. Al dividir la superficie de cada entidad entre el kilometraje de sus carreteras, resulta que la mitad (16 entidades) se ubicaría en el rango denominado de baja densidad (de 46 a 149 mts por Km²), quedando dentro del mismo rango, tanto las entidades del norte (excepto Sinaloa y Tamaulipas), como las tradicionales marginadas entidades del sur: Guerrero y Oaxaca.

Mapa 1
Densidad de la red carretera nacional, 1990
Metros de carretera por km cuadrado de superficie



2. En el rango de mediana densidad (150 a 299 mts de caminos por Km²) quedarían ubicadas regiones de tanta importancia como El Bajío guanajuatense y los distritos de riego sinaloenses, junto a otras relativamente deprimidas como el Estado de Chiapas.
3. Finalmente sólo seis entidades (las de menor superficie), registran altos y muy altos niveles de densidad: Tlaxcala, México, Morelos, Aguascalientes, Querétaro e Hidalgo.

Lo que se pretende destacar de estas observaciones es lo siguientes: aunque es cierto que México tiene, en general, bajos índices de densidad en materia de carreteras, es evidente que los distintos tamaños de las entidades federativas generan incongruencias como la de colocar a Jalisco y Nuevo León en niveles inferiores al de Chiapas y, por supuesto, se entiende que las entidades más pequeñas registren las densidades más altas.

Por esta razón, y dado que lo que nos interesa es destacar el carácter cualitativo de la red (su funcionalidad para el abasto de alimentos), lo que se analiza a continuación es el kilometraje total de cada tipo de red (troncal, alimentadora, de caminos rurales y brechas), que tiene cada entidad, tipificando su función.

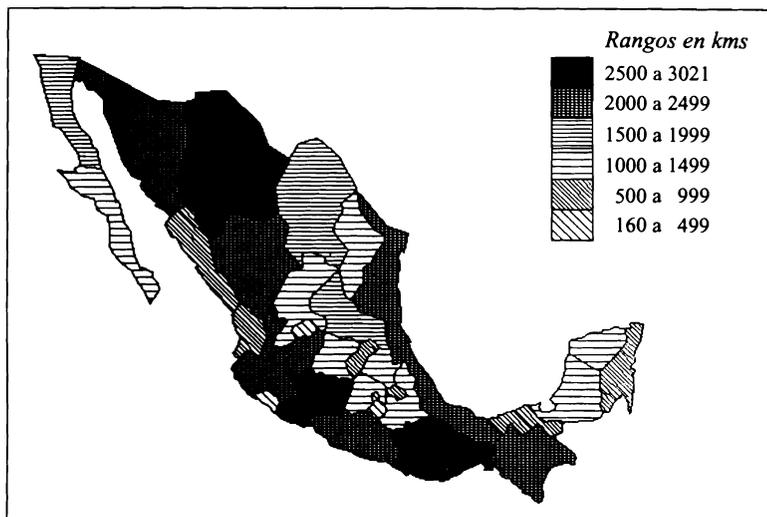
Características de la red troncal

La red troncal, como lo indica su nombre, está representada por las carreteras de más altas especificaciones técnicas, encargadas de articular al país en su conjunto, garantizando la comunicación interregional y los enlaces fronterizos (terrestres, marítimos y aéreos), comunicando a las principales áreas de producción con los centros de mayor consumo (ciudades de mayor jerarquía). Esta red está integrada por 47.504 Kms de carreteras, de las cuales todavía falta pavimentar el 4.4%; ello significa que en algunas entidades como Sonora (118 Kms), Oaxaca (73 Kms), Chihuahua (45 Kms) y Chiapas (29 Kms), todavía se tienen caminos de terracería operando como parte de su red troncal.

De los caminos pavimentados (45,383 Kms) sólo el 10% tiene cuatro o más carriles, el 90% restante sólo cuenta con dos, situación que repercute considerablemente en la operación y calidad de los servicios de transporte a escala nacional: por sus características técnicas (coronas de 7 u 8 mts, falta de libramiento adecuado, etc.), el accidentado relieve en gran parte del país, el notable incremento en los flujos vehiculares (actualmente, cerca de 13,000 Kms soportan tránsitos diarios promedio superiores a los 5,000 vehículos), y la diferida conservación de la red, provocan, ineficiencias que hacen difícil alcanzar las condiciones que demanda un sistema de abasto alimentario eficiente y suficiente.

Respecto a la distribución geográfica de la red troncal por entidades, en el mapa 2 destaca: la organización de una estructura básicamente longitudinal; la relativa importancia que tiene este tipo de caminos en las penínsulas de Baja California y Yu-

Mapa 2
Red de carreteras troncales, 1990



catán; la concentración del 28.3% de esos caminos en sólo cinco entidades (Oaxaca 6.4%, Chihuahua 6%, Michoacán 5.5%, Jalisco 5.3% y Guerrero 5.1%), y la importancia que adquieren en el sur y sureste del país zonas que tradicionalmente se consideran con bajos niveles de comunicación. Es importante señalar, que el Distrito Federal sólo cuenta con una pequeña red totalmente pavimentada, razón por la cual en los siguientes mapas aparece sin información o en blanco.

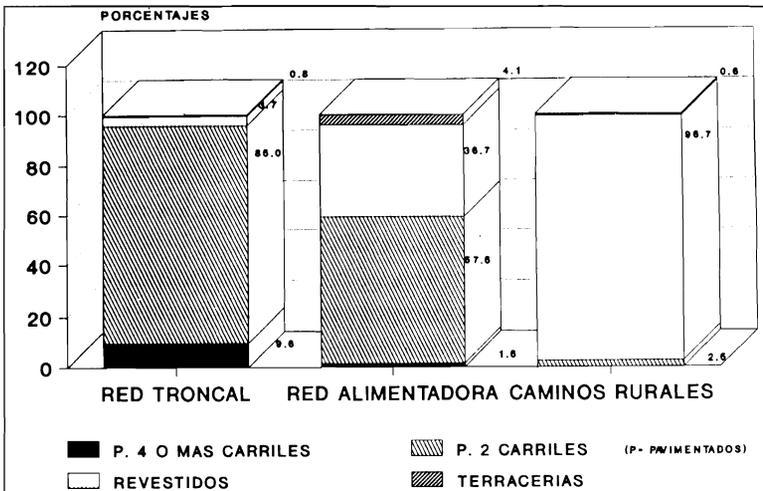
Características de la red alimentadora

La red alimentadora consta de 61,108 Kms de caminos, cuya función es canalizar hacia la red troncal el gran número de vehículos de carga que satisfacen demandas de transporte, tanto estatales como regionales. De esa red, sólo el 69.2% está pavimentado y opera el 1.6% de esos caminos cuentan con

cuatro o más carriles (gráfica 2). Del resto el 36.7% está representado por caminos de condiciones técnicas más restringidas, denominados revestidos, y las terracerías representan el otro 4.1%.

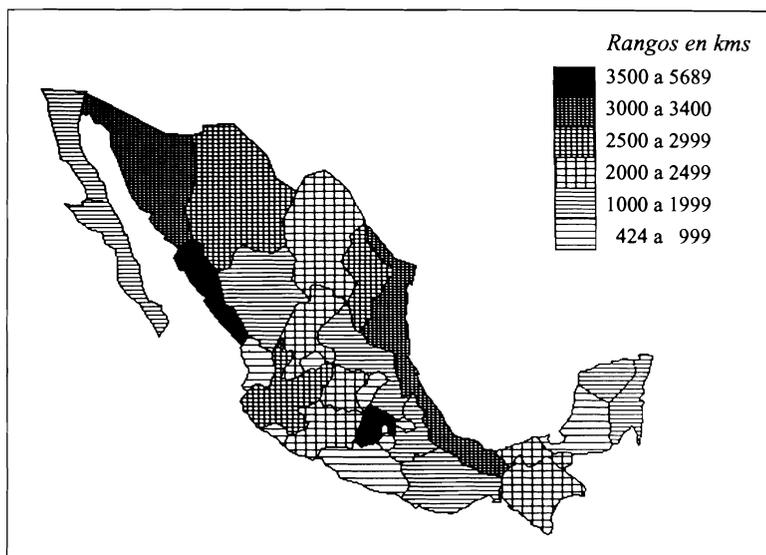
En el caso de la red alimentaria (mapa 3), se aprecia la importancia que tienen estos caminos para la zona agroexportadora del Noroeste (sobre todo en Sonora y Sinaloa), y de hecho en casi todas las entidades de la frontera norte. La red de Tamaulipas y Veracruz también sobresale en el litoral del Golfo y sorprende encontrar en los rangos intermedios a ciertas entidades como Guanajuato. Los estados de Michoacán y Oaxaca, se encuentran entre los rangos más bajos, establecidos para la red alimentadora, al igual que toda la península de Baja California y Yucatán.

Gráfica 2
Estructura de las redes, 1990



Nota: Considérese además 33,120 Km de brechas.

Mapa 3
Red alimentadora por entidad, 1990

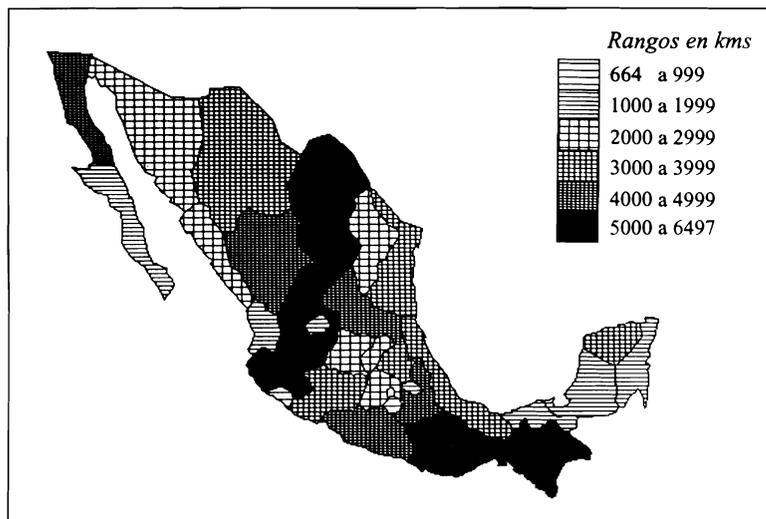


Características de la red de caminos rurales

La red de caminos rurales, está integrada por 97,503 Kms, y de acuerdo al tipo de caminos que la integran parece destinada a realizar funciones básicas de acopio y distribución en el medio rural: el 96.7% de sus caminos corresponde a los revestidos y sólo cuenta con el 2% pavimentados.

En la red de caminos rurales (mapa 4), lo primero que hay que indicar, es la gran importancia que tienen en diez entidades (las de los rangos más altos). Además, contrasta su alta participación en dos zonas con características socioeconómicas diferentes: en el norte el corredor que forman Coahuila, Zacatecas y Jalisco, además de Sonora, Sinaloa y Nuevo León, entidades que registran rangos intermedios; y por otro lado los rangos más bajos se aprecian en gran parte de las penínsulas de Baja California y Yucatán.

Mapa 4 Red de caminos rurales, 1990



Características de la red de brechas

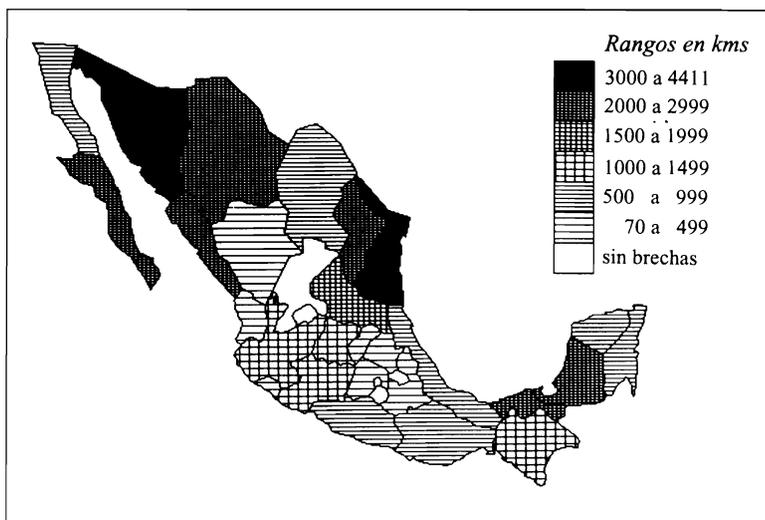
Los 33,120 Kms de brechas restantes, constituyen una red vital para la comunicación y abasto de las zonas más inhóspitas del país. En esos sitios, donde el patrón de la población y la producción se caracteriza por ser sumamente disperso, las brechas se encargan de canalizar hacia las redes de mayor jerarquía la suma de pequeñas demandas de transporte, que en conjunto pueden representar cifras significativas.

En el caso de las brechas, la situación de las penínsulas (que en los otros tipos de redes se encuentra en los niveles más bajos), aquí cobra importancia; las entidades nortenas se ven nuevamente favorecidas; la región del Bajío se ubica en los rangos intermedios, y en el centro del país se registran bajos niveles de participación, al igual que en Michoacán y Oaxaca. En cambio, destacan los rangos registrados en Tabasco y Campeche, debido probablemente a la explotación petrolera y no deja de

sorprender que estados como Zacatecas o Aguascalientes carezcan de este tipo de caminos.

Como se comprende, el abasto alimentario de un gran número de pequeñas localidades, se realiza fundamentalmente a partir de los dos últimos tipos de redes citados.

Mapa 5
Red de brechas, 1990



Identificación de los principales corredores de carga

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), a través de la Dirección General de Proyectos, Servicios Técnicos y Concesiones (DGPSTC), dependiente de la Subsecretaría de Infraestructura, tiene instalado desde los años 60 un sistema de aforos, que registra permanentemente el tránsito de vehículos sobre nuestra red de carreteras pavimentadas.

El sistema cuenta actualmente con cerca de 3,000 estaciones de aforo de muestra semanal y casi 150 de aforo permanente; en conjunto, esas estaciones permiten recabar la información

requerida para realizar el mantenimiento, aplicación y operación de los caminos pavimentados en operación.

De esta forma se obtiene el tránsito diario promedio anual (TDPA) de los vehículos que circulan en nuestra red carretera y esa información se publica anualmente en los siguientes documentos: Estudios de origen-destino, Datos viales y Volúmenes de tránsito en la red básica.

Los Volúmenes de Tránsito 1990, registrados para la red carretera troncal, constituyen la información de mayor valor para cumplir con los objetivos del presente trabajo, ya que, delimitan con precisión los tramos aforados; distinguen los flujos correspondientes a los automóviles, de los autobuses y camiones de carga, y manejan diferentes rangos de TDSA. Consecuentemente, este material se utilizó para identificar y jerarquizar con relativa precisión los ejes o corredores de carga actuales, considerando:

1. Que el TDPA es tan sólo uno de los indicadores a evaluar para la toma de decisiones referente a la logística del abasto nacional.
2. Que lo importante de esta información (TDPA) radica más en el carácter cualitativo. al permitir la identificación de los principales ejes y tramos actuales por donde circula la mayor cantidad de camiones de carga.
3. Que los principales nodos de transporte deben enmarcarse dentro del concepto sistema de ciudades.

Metodología para identificar los principales corredores de carga

Considerando que la demanda de transporte es la resultante de numerosas variables de compleja relación (cantidad de habitantes, niveles de ingresos, características del entorno geográfico, oportunidad, rapidez y seguridad de los servicios de transporte, etc.), es natural que se presente una marcada diferenciación espacial y temporal (estacionalidad) en la dirección e intensidad de los flujos de camiones de carga registrados en nuestra red carretera troncal.

Sin embargo, es posible identificar con relativa precisión los principales ejes o corredores y los tramos más relevantes en función de la circulación de vehículos, utilizando el siguiente procedimiento metodológico:

1. La identificación y mapeo de los más de 1,000 tramos delimitados por la Dirección General de Proyectos, Servicios Técnicos y Concesiones (DGPSTC), dependiente de la SCT, para aforar la circulación de vehículos correspondientes a 1990.
2. La discriminación del tránsito diario promedio anual (TDPA) correspondiente a los automóviles particulares y autobuses de pasajeros.
3. El manejo estadístico y la representación cartográfica de los flujos correspondientes a los camiones de carga, estableciendo, los rangos más convenientes para identificar y jerarquizar los ejes y tramos más relevantes.
4. Con esos rangos se definió el valor de los ejes, que resulta ser el promedio de los valores asignados a cada tramo, en función de sus TDPA correspondientes.
5. Finalmente, la jerarquía asignada a los tramos más relevantes fue de 1 para los que registraron más de 7,000 vehículos diarios en promedio, de 2 para el siguiente rango y así sucesivamente.

Cuadro 1
Valores, rangos y jerarquías asignadas

Valor del eje	Rango en función del TDPA de camiones de carga	Jerarquía de los tramos
20	Más de 7,000 Veh/Día	1
14	De 5,000 a 6,999	2
10	De 3,000 a 4,999	3
6	De 2,000 a 2,999	4
4	De 1,000 a 1,999	5
2	De 500 a 999	6
1	Menos de 500	7

Selección de los principales corredores de carga longitudinales y transversales

Mediante el análisis del mapa de flujos (No. 6), y el procedimiento metodológico indicado en el inciso anterior, se logró identificar a los ejes o corredores de carga de mayor importancia: cuatro longitudinales y cuatro transversales, en función del TDPA de los camiones de carga que por ellos circulan.

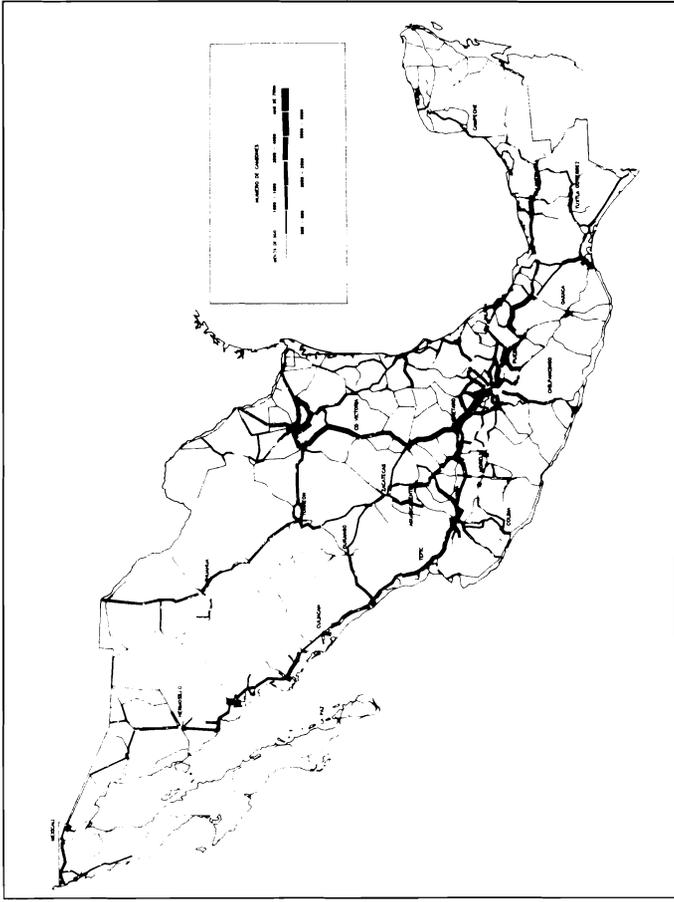
En los cuadros 2 y 3, se indica el valor de cada eje y el tipo de eje en función de su especialización económico-regional (industrial, agroindustrial, petrolero, turístico, etc.). También se indica cuáles son los tramos más relevantes en cada eje, considerando su jerarquía en función del volumen de vehículos aforados en esos tramos (ver cuadros y mapa correspondientes).

Es importante mencionar el valor que adquiere, entre los ejes longitudinales, el México-Nuevo León (9.5) y, entre los transversales, el eje México-Veracruz (7.5). El mapa de flujos también muestra las notables discontinuidades del TDPA que se registran en los ejes transversales: por ejemplo, en el eje Mazatlán-Matamoros, el tramo Durango-Cuencame apenas registra menos de 500 camiones de carga diarios; lo mismo ocurre en los tramos Manzanillo-Armería, Ojuelos-San Luis Potosí y entre esta localidad y Cd. Valles, tramos correspondientes al eje Manzanillo-Tampico (ver mapa 6). De esta situación se infiere que las relaciones económicas y sociales en sentido transversal, no han logrado vencer la inercia provocada por las tradicionales relaciones establecidas en sentido longitudinal hacia la frontera norte principalmente.

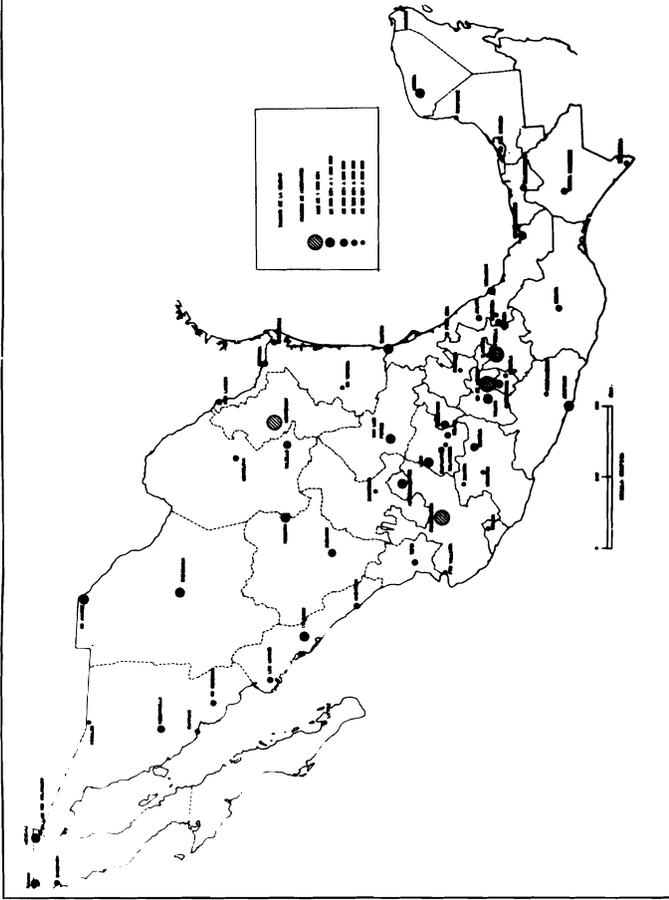
Relación de los corredores de carga con el Sistema Urbano Nacional

Al relacionar el mapa de flujos vehiculares con nuestra red de ciudades (mapa 7), se puede observar que la red de caminos aforada y el tráfico de camiones registrado interconecta prác-

Mapa 6
Flujo de camiones, 1990



Mapa 7
Ciudades de más de 100 000 habitantes, 1990



ticamente a todas las localidades que para 1990 tenían más de 100,000 habitantes.

Cuadro 2
Principales ejes de carga longitudinal*

Principales ejes longitudinales	Valor del eje	Principales tramos	Jerarquía del tramo
México-Nuevo Laredo Eje Industrial	9.5	México-Querétaro Querétaro-San Luis Potosí San Luis Potosí-Matehuala Matehuala-Arteaga Arteaga-Saltillo Saltillo-Ramos Arizpe Ramos Arizpe-Monterrey Monterrey-Sabinas	1 3 4 3 2 4 3
México-Nogales Eje Agropecuario	6.5	México-Querétaro Querétaro Irapuato Irapuato-Salamanca Salamanca-La Piedad Zapotlanejo-Guadalajara Tala-Acaponeta Rosario-Mazatlán Mazatlán-Costa Rica Guamuchil-Los Mochis Los Mochis-Cd. Obregón Cd. Obregón-Guaymas Guaymas-Hermosillo	1 4 3 4 3 4 4 4 4 4 3 4
México-Cd. Juárez Eje Industrial-Minero	5.9	México-Querétaro Querétaro-Irapuato Irapuato-León Lagos-Aguascalientes	1 4 4 4
México-Villahermosa	9.5	México-Puebla Puebla-Amozoc Orizaba-Córdoba-Tuxtepec Minatitlán-Coatzacoalcos Coatzacoalcos-Villahermosa	3 1 3 3 3

* En función del tránsito diario promedio anual de los camiones de carga.

Nota: Sólo se citan los tramos de jerarquía 1 a 4.

Cuadro 3
Principales ejes de carga transversales*

Principales ejes longitudinales	Valor del eje	Principales tramos	Jerarquía del tramo
México-Veracruz Eje Comercial	7.5	México-Puebla Puebla-Amozoc Orizaba-Córdoba	3 1 3
México-Acapulco Eje Turístico	4.5	México-Iguala Iguala-Chilpancingo Tierra Colorada-Acapulco	4 5 4
Mazatlán-Matamoros	4.5	Mazatlán-Durango Torreón-Saltillo Saltillo-Monterrey Monterrey-Matamoros	5 5 4 5
Manzanillo-Tampico	2.7	Armentia-Colima Guadalajara-Jalostitlán Jalostitlán-Lagos de M. Cd. Valles-Tampico	5 4 5 5

* En función del tránsito diario promedio anual de los camiones de carga.
Nota: Sólo se citan los tramos de jerarquía.

De esta manera, también fue posible identificar y calificar a las principales localidades de la red de flujos, dato interesante en la medida en que esas localidades estructuran y organizan la dirección e intensidad del TDPA de los camiones de carga. En este caso, el valor del nodo se define como la suma del valor asignado a cada camino que converge en esa localidad, ponderado por el valor del TDPA (cuadro 3). El valor asignado a los caminos fue de:

Cuadro 4
Valor asignado a los caminos

Valor del camino	TDPA de los camiones de carga
1	Menos de 500 Veh/Día
2	De 500 y 999 Veh/Día
4	De 1,000 y 1,999 Veh/Día
6	De 2,000 y 2,999 Veh/Día
10	De 3,000 y 4,999 Veh/Día
14	De 5,000 y 6,999 Veh/Día
20	Más de 7,000 Veh/Día

del nodo: 1 para más de 70; 2 de 36 a 48; 3 de 15 a 32; 4 de 7 a 14 y, 5 para menos de 7. Los resultados se pueden apreciar en el cuadro número 5.

Cuadro 5
Principales nodos del transporte

Ciudad	Estado	Valor del nodo	Jerarquía
México	D.F.	74	1
Monterrey	N.L.	70	1
Querétaro	Qro.	48	2
Guadalajara	Jal.	43	2
Cd. Obregón	Son.	40	2
Irapuato	Gto.	36	2
Toluca	Méx.	36	2
Veracruz	Ver.	32	3
S.L. Potosí	S.L.P.	32	3
Saltillo	Coah.	32	3
Puebla	Pue.	28	3
Mexicali	B.C.	26	3
Mazatlán	Sin.	26	3
Villahermosa	Tab.	26	3
Tepic	Nay.	26	3
Oaxaca	Oax.	22	3
Aguascalientes	Ags.	22	3

Ciudad	Estado	Valor del nodo	Jerarquía
Tuxtepec	Oax.	22	3
Jalapa	Ver.	20	3
Torreón	Coah.	18	3
Hermosillo	Son.	16	3
Culiacán	Sin.	16	3
Tampico	Tamps.	16	3
Cuarnavaca	Mor.	15	3
Chihuahua	Chih.	14	4
Zacatecas	Zac.	14	4
Acapulco	Gro.	13	4
Tuxtla Gtz.	Chis.	13	4
Mérida	Yuc.	12	4
Cancún	Q.R.	12	4
Durango	Dgo.	11	4
Iguala	Gro.	11	4
Uruapan	Mich.	11	4
Tehuacán	Pue.	10	4
Cd. Victoria	Tamps.	10	4
Pachuca	Hgo.	10	4
Guaymas	Son.	10	4
Reynosa	Tamps.	9	4
Morelia	Mich.	9	4
Monclova	Coah.	9	4
Tijuana	B.C.	8	4
Colima	Col.	8	4
Salina Cruz	Oax.	8	4
L. Cárdenas	Mich.	8	4
Cd. Jiménez	Chih.	8	4
Poza Rica	Ver.	8	4
Cd. Juárez	Chih.	7	4
Nuevo Laredo	Tamps.	7	4
Chilpancingo	Gro.	7	4
Pto. Vallarta	Jal.	6	5
Matamoros	Tamps.	6	5
Nueva Rosita	Coah.	6	5
Manzanillo	Col.	6	5
Campeche	Camp.	5	5
Pinotepa Nac.	Oax.	2	5
Nogales	Son.	2	5

* En función de los flujos de camiones de carga que convergen a cada ciudad

Además, la jerarquía de los nodos se establece según el valor.

Finalmente, otro aspecto relevante, a la hora de seleccionar a las localidades con capacidad para fungir, como plataforma logística del abasto de alimentos en México, es la existencia de terminales de carga, el enlace ferroviario y/o marítimo, etc. Información que se aprecia en el cuadro 6, considerando básicamente, aquellas localidades que reunían dos o más elementos de la infraestructura señalada.

Cuadro 6
Infraestructura transportuaria

Localidades	Autotransporte	Ferrocarril		Marítimo
	Centrales de carga	Talleres	Patios importantes	Enlace portuario
Mexicali	X	X	X	
Hermosillo	X*	X	X	
Guaymas	X*			X
Chihuahua	X	X	X	
Nuevo Laredo	X		X	
Matamoros	X			
Monterrey	X	X	X	
Torreón	X	X	X	
Culiacán	X		X	
Mazatlán	X		X	X
Aguascalientes	X	X	X	
San Luis Potosí	X	X	X	
Tampico	X		X	X
Guadalajara	X	X	X	X
León	X	X		
Irapuato	X	X	X	X
Manzanillo	X			X
Toluca	X	X		X
Cd. de México	X	X	X	X
Puebla	X	X	X	X
Tlaxcala	X	X	X	X
Tehuacán	X		X	X
Orizaba	X	X	X	X
Veracruz	X		X	X
Tierra Blanca	X*	X	X	X
Campeche	X	X	X	X
Mérida	X	X	X	X

* Tienen terminal de carga clasificada como rural, pero se incluyeron por su situación geográfica estratégica, por el otro tipo de infraestructura con que cuenta o por ser puertos importantes.

Fuente: El cuadro se elaboró con información del mapa infraestructura del transporte, Atlas Nacional de México, Vol. III, hoja VI.10.1, Instituto de Geografía, UNAM, México, 1989. Mapa 7.

Modelo propuesto para la estrategia regional del abasto

La definición del esquema de cobertura geográfico propuesto para el Sistema de Abasto Alimentario, se sustenta en una serie de lineamientos metodológicos y teóricos ligados a la teoría general de los sistemas, desarrollados ampliamente en el Consejo Nacional de Población (CONAPO).

El Sistema de Ciudades como soporte metodológico

La incorporación de los aspectos territoriales en las políticas de desarrollo, cada día cobra mayor importancia para cumplir las funciones básicas de todo gobierno: determinar la producción, distribuir lo que se produce; asignar recursos, y estimular el desarrollo. Funciones que en la realidad se articulan a través de un conjunto de ciudades, el cual rige, organiza y estructura (espacial y temporalmente), sus múltiples y complejas relaciones económicas y sociales.

La importancia que tiene el factor espacio para las funciones básicas del gobierno, se puede resumir en base a: la persistencia de los desequilibrios regionales, las continuas demandas de bienestar social y la incidencia que tiene la asignación de recursos (públicos o privados) en determinados espacios (urbanos o rurales), seleccionados por sus cualidades para promover y difundir los procesos de desarrollo.

Si se acepta que la transmisión de los impulsos económicos y de las innovaciones resulta vital para todo proceso de desarrollo, se entiende la importancia que tiene identificar, tanto a las localidades deficientemente integradas (política, económica y socialmente) al sistema urbano, como seleccionar a las que tienen real o potencialmente, mayor capacidad de transmisión y difusión de los impulsos del crecimiento.

Sin embargo, como la intensidad de las relaciones interurbanas no se da necesariamente en función directa de su contigüidad física, también resulta necesario conocer la forma como se estructura el Sistema Nacional de Ciudades y los subsistemas

regionales que lo integran. Sólo de esta forma se podrá incidir significativamente en la difusión eficiente y equitativa del desarrollo a todo el territorio. Desde esta perspectiva, la identificación del lugar donde se puede ubicar un nuevo proyecto de inversión, sea éste industrial, agropecuario o de servicios relacionados con el abasto (almacenes, frigoríficos, transporte, etc.), es tan importante como la decisión misma de llevarlo a cabo.

Para intentar conocer la compleja funcionalidad de las redes urbanas, diversos especialistas coinciden en utilizar el enfoque de la teoría general de los sistemas, por las ventajas metodológicas que ofrece; pero, identificar las relaciones urbanas regionales no es un problema fácil de solucionar.

La base teórica y metodológica utilizada por el CONAPO, para conocer y limitar nuestra red de relaciones urbano-regionales, se derivó precisamente de la teoría general de sistemas, concepto que debe entenderse como el conjunto de asentamientos humanos que, en un marco de complementariedad, mantienen estrechas relaciones, tanto demográficas, como comerciales, culturales, políticas, etc., generalmente bajo la supremacía de una ciudad.

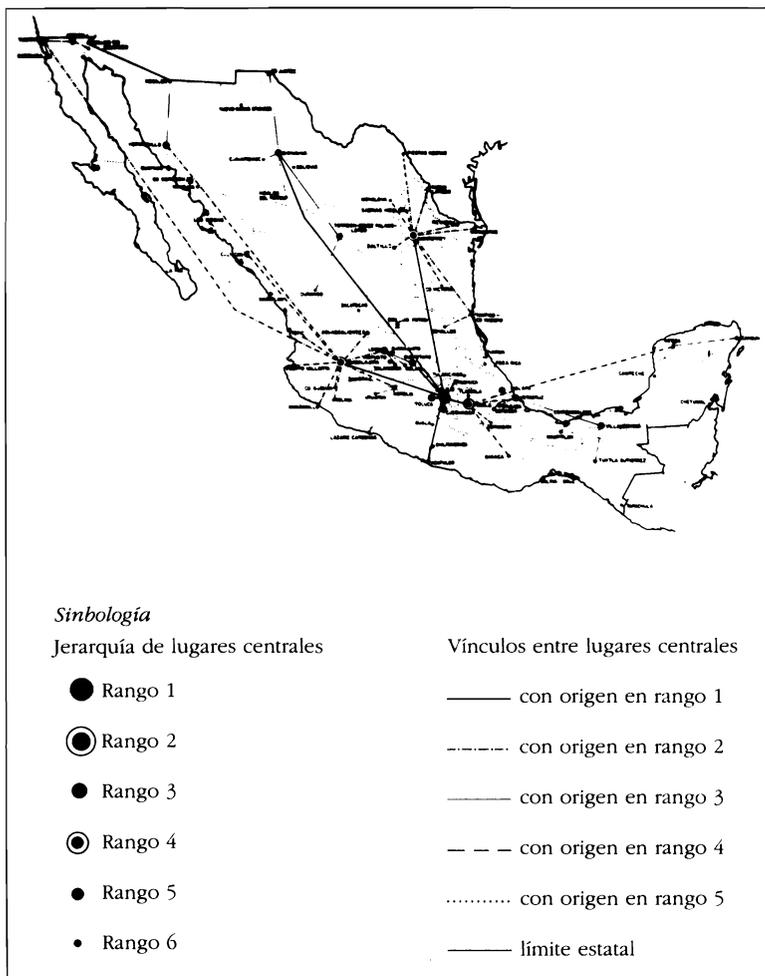
A la teoría general de los sistemas se incorporó el marco conceptual de los lugares centrales, la teoría de la difusión, etc., conocimiento que se aplicó a través de dos herramientas fundamentales: el modelo gravitacional de Raily y el uso de la teoría de grafos.

Al aplicar el modelo gravitacional se posibilitó conocer:

- a).- La estructura general del sistema de ciudades, a través de la jerarquía de sus principales localidades clasificadas en seis rangos (mapa 8). La estructura se definió a partir de una matriz de interacciones con base en las llamadas telefónicas de ciudad a ciudad, considerando las 69 ciudades más importantes del país.
- b).- Los límites de influencia de una ciudad sobre otra, en términos de distancia por carretera, identificados a partir de los puntos de inflexión de las interacciones que se producen entre pares de distancia.

Mapa 8

Sistema de ciudades de México. Estructura urbana, jerarquía y vínculos



Fuente: Elaboración del Consejo Nacional de Población, con base en el modelo gravitacional aplicado en las principales ciudades del país, con las fuentes siguientes: Teléfonos de México, Encuesta anual punto a punto 1988, Secretaría de Programación y Presupuesto, INEGI, X Censo General de Población y Vivienda 1980, y cálculos propios de distancia entre pares de ciudades.

Aplicando el método de delimitación de regiones (en base a la teoría de los grafos), se logró definir gráficamente las siguientes componentes:

- a) Los tipos de ciudades: periféricas o subordinadas y localidades centrales o dominantes, con las que se fueron articulando los vértices o puntos de cada región funcional.
- b) La estructura nodal del país, considerando la jerarquía de los centros urbanos y los flujos o interacciones máximas entre pares de ciudades.

En síntesis, la aplicación de las consideraciones teóricas, mediante los métodos citados, permitió conocer: la estructura del Sistema Nacional de Ciudades, el funcionamiento de dicho sistema (interpretado a través de los vínculos que se establecen entre las ciudades consideradas) y la delimitación de las áreas de influencia de cada ciudad según su rango. Todo este procedimiento se sintetiza en la conformación de ocho grandes regiones funcionales y la identificación de 31 subsistemas de ciudades.

Esquema geográfico propuesto para la organización del abasto nacional de alimentos

En virtud de que el Sistema de Ciudades derivado del estudio del CONAPO permite conocer con bastante precisión, tanto las localidades que tienen jerarquía a nivel nacional, así como las que rigen las actividades regionales en los 31 subsistemas de ciudades identificados (ver gráfica del mapa 8), se utilizó para guiar el proceso de organización del abasto alimentario en México.

Sin embargo a fin de ajustar, hasta adonde sea posible, el modelo regional propuesto, es conveniente combinar la información del Sistema de Ciudades del CONAPO, con la del mapa Interacciones Potenciales de las Ciudades, del Atlas Nacional

de México,⁵¹ donde se delimitan las áreas de influencia sin el sesgo condicionante de los límites jurídico-administrativo.

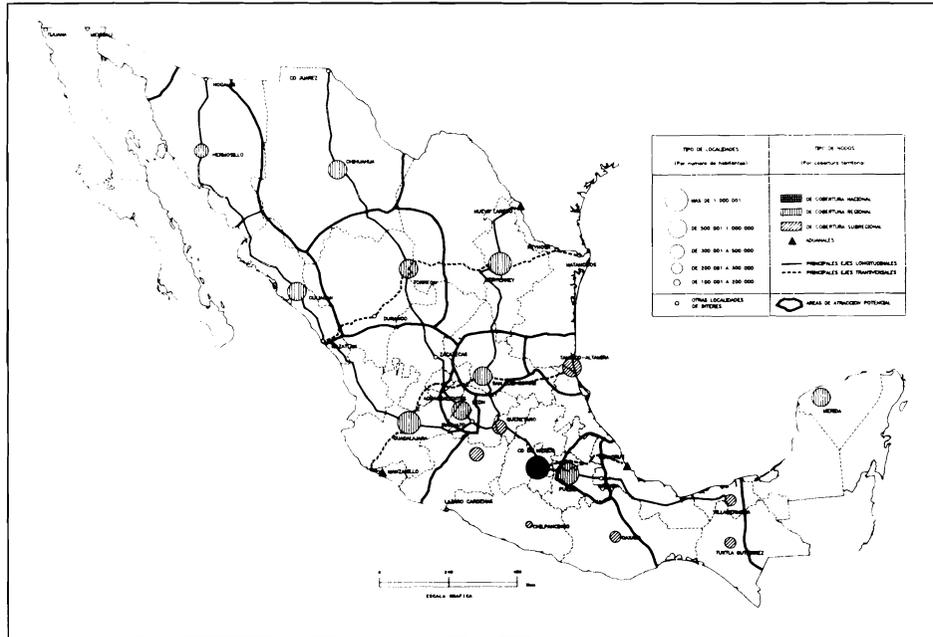
Con estos elementos cartográficos, y considerando el tipo de mercancías que interesa analizar, la especialización económica de los ejes de carga analizados, el volumen de camiones de carga que por ello circulan, la ubicación y el tamaño de la demanda potencial (número de habitantes), así como los aspectos relevantes del comercio exterior, se propone la siguiente alternativa para el Sistema de Abasto Nacional.

- 1) Dado que el principal corredor de carga identificado fue el México-Nuevo Laredo (con valor de 9.5), tanto por el TDPA de camiones de carga, como por su especialización industrial-comercial y el valor de las exportaciones/importaciones que registran las aduanas de la Cd. de México y la frontera de Nuevo Laredo (nodos extremos).
- 2) Que en sólo otras dos aduanas (marítimas) se concentra casi la mitad del valor de las importaciones/exportaciones de la carga general: Veracruz y Manzanillo.
- 3) Que los ejes México-Veracruz, México-Villahermosa, y México-Nogales, también figuran entre los mejores calificados (7.5, 6.9, 6.5 y 5.9, respectivamente).
- 4) Que la población articulada a través de estos ejes representa alrededor del 50% del total nacional y más de la mitad de la urbana (considerando sólo a las localidades más importantes).
- 5) Que a partir de las ciudades de México, Guadalajara, Monterrey y Puebla se estructura prácticamente todo el Sistema Nacional de Ciudades.

Se infiere la posibilidad de articular las operaciones logísticas del abasto de alimentos en base a los siguientes ejes o corredores de carga (ver mapa 9).

⁵¹ Mapa Areas de Atracción Potencial, *Atlas Nacional de México*, vol. 1, hoja III. 3.3, Instituto de Geografía, UNAM, México, 1989.

Mapa 9 Estructura regional del abasto (modelo propuesto)



Dos longitudinales: México-Nuevo Laredo y México-Nogales.

Otro, transversal: Manzanillo-Guadalajara-Cd. de México-Puebla-Veracruz.

Al tratar cada eje, se hará referencia a los nodos que reúnen las mejores condiciones, para operar y organizar desde ellos, la estructura regional del abasto alimentario en México.

En el eje longitudinal México-Nuevo Laredo se puede identificar con relativa facilidad a los siguientes nodos (que en conjunto enlazan el 22.7% de la población nacional) y dada su jerarquía (demográfica y económica) también puede asignársele su función territorial.

Eje longitudinal México-Nuevo Laredo

Nodos	Jerarquía	Función territorial
Cd. de México	1	Nacional
Monterrey	2	Regional
San Luis Potosí	3	Subregional
Querétaro	4	Subregional
Nuevo Laredo	5	Fronteriza

La función territorial asignada considera que a partir de esos nodos cabe la posibilidad de participar en las operaciones logísticas del abasto, transporte y almacenamiento en territorios con áreas de atracción potencial diferenciales. Por ejemplo, de acuerdo a la estructura del Sistema Nacional de Ciudades establecida por el CONAPO, la ciudad de Monterrey mantiene estrechas relaciones económicas con Tampico-Cd. Madero, Matamoros, Reynosa y Nuevo Laredo, por supuesto, pero también con Saltillo, Piedras Negras, Monclova y Sabinas Hidalgo.

En el eje México-Nogales destacan las localidades de Hermosillo, y Culiacán, cada una conformando una extensa área de atracción potencial y rigiendo en gran medida, el desarrollo

de las actividades agropecuarias de sus correspondientes hinterlands. Además, tienen en sus litorales la posibilidad de contar con los enlaces marítimos (de altura y cabotaje), de los puertos de Guaymas, Topolobampo y Manzanillo. Dado que la ciudad de Guadalajara, ejerce notable influencia, tanto hacia el noroeste del país, como hacia gran parte del occidente, se definirá su participación más adelante.

Eje México-Nogales

Nodos	Jerarquía	Función territorial
Hermosillo	3	Regional
Culiacán	3	Regional

El eje transversal se puede dividir en dos tramos bien definidos: el México-Veracruz y el México-Guadalajara. En el primero de los casos, se tiene la siguiente estructura nodal con sus correspondientes funcionales territoriales:

Eje transversal: tramo México-Veracruz

Nodos	Jerarquía	Función territorial
Cd. de México	1	Nacional
Puebla	2	Regional
Veracruz	3	Subregional

La población de estos nodos (incluyendo a Córdoba, que tiene 187,305 habitantes) representa el 21% del total nacional y su interés se incrementa al enlazarse con la aduana del Golfo más importante (la de Veracruz), para las importaciones de carga general. Vale la pena resaltar la estratégica posición de la ciudad de Puebla: de hecho no sólo Veracruz depende en gran parte de la capital poblana, sino que a partir de Puebla se estructuran diversas relaciones económicas con gran parte del sur y sureste de México.

En el tramo México-Guadalajara-Manzanillo destacan los siguientes nodos con sus correspondientes funciones territoriales:

Eje transversal: tramo México-Guadalajara-Manzanillo

Nodos	Jerarquía	Función territorial
Cd. de México	1	Nacional
Querétaro	4	Subregional
Irapuato	4	Subregional
Guadalajara	2	Regional
Cd. Guzmán	2	Subregional
Manzanillo	6	Aduanal

La ciudad de León también quedaría ubicada dentro de este eje, ya que en la realidad forma parte del corredor industrial de El Bajío. En su conjunto, los nodos señalados concentran a poco más de 19 millones de habitantes, que representan el 23% del total del país. Además, al consultar el Sistema de Ciudades, puede advertirse que la ubicación geográfica de Guadalajara le confiere la posibilidad de conocer y participar en la dotación de servicios de transporte y almacenamiento que demandan un gran número de ciudades incluyendo las más importantes del noroeste.

Bajo este esquema resulta que la red logística propuesta se organizaría en función de:

- 1 nodo de jerarquía nacional: Cd. de México
- 7 nodos de cobertura regional: Monterrey, Guadalajara, Puebla, Hermosillo, Culiacán, León y San Luis Potosí
- 5 nodos de cobertura subregional: Querétaro, Morelia, Chilpancingo, Oaxaca y Tuxtla Gutiérrez
- 3 nodos aduanales: Nuevo Laredo, Veracruz y Manzanillo

Algunas localidades como Irapuato, Cd. Guzmán y Orizaba se descartaron como nodos potenciales, ya que, por su cercanía, mantienen relaciones de dependencia con León, Guadalajara y Veracruz. En cambio, otras que no concentran flujos vehiculares de importancia y que carecen de una infraestructura transportaria, tan buena como la de Irapuato, se incluyen, en función de los grandes huecos que quedarían sin servir, sobre todo en el sur del país (Chilpancingo, Oaxaca y Tuxtla Gutiérrez).

Dada la premisa de articular la red de abasto en función de los principales corredores de carga (en función del TDPA de los camiones comerciales), y de la funcionalidad del Sistema Urbano Nacional, quedan fuera del esquema propuesto, aquellas localidades que pese a su buen nivel en materia de infraestructura (Irapuato, Orizaba, etc.), mantienen relaciones de estrecha dependencia con ciudades cercanas y de mayor jerarquía (León y Veracruz, para las ciudades citadas anteriormente). Sin embargo, vale la pena mencionar a un reducido grupo de ejes y ciudades de jerarquía regional y subregional, que deben considerarse en la estrategia regional del abasto alimentario:

En la frontera norte destacan los siguientes ejes: el Tijuana-Mexicali-San Luis Río Colorado y el Cd. Miguel Alemán-Matamoros. Sobre todo este último llama la atención, ya que en esa parte de la frontera se han concesionado seis puentes internacionales y se están construyendo varios más para facilitar el tránsito vehicular que se espera genere el TLC.

En el caso de las localidades de jerarquía regional no consideradas destacan las siguientes:

En el eje México-Cd. Juárez: Chihuahua y Torreón.

En la Península de Yucatán: Mérida.

En el Eje Veracruz-Villahermosa, esta última ciudad puede concentrar y redistribuir un gran número de productos alimenticios a escala subregional y por último, se aclara, que las localidades que no concentran flujos vehiculares de importancia, ni cuentan con buena infraestructura transportaria (caso de Chilpancingo, Oaxaca y Tuxtla Gutiérrez), se explica en función de las grandes zonas, relativamente aisladas, que quedarían sin servicios de esta naturaleza.

En todos los casos, se trata de ciudades de más de 100 mil habitantes, con tasas de crecimiento poblacional elevadas y amplias zonas de influencia, lo que incrementa sus posibilidades de participación en el proceso de transporte y almacenamiento tanto regional, como subregional.

En resumen, la red de plataformas requerida para el abasto, podría tener una cobertura nacional, con la asistencia logística de un máximo de 19 nodos distribuidos estratégicamente sobre la Red Carretera Nacional.

Finalmente, es importante indicar que en todo intento de reestructurar o de implantar un nuevo sistema de distribución de alimentos integrados verticalmente, estas actividades están cada vez más fincadas en el binomio conocimiento-información como insumo primordial, por lo tanto transporte y comunicaciones eficientes son una premisa básica para el funcionamiento de todo el sistema de abasto y constituyen en realidad uno de los factores críticos en la determinación del nivel de competitividad de las economías. Por lo tanto la funcionalidad de cualquier sistema de abasto requiere cada vez más de la generación de valor agregado que a su vez depende de la organización de verdaderos sistemas de información geográficos y el desarrollo de los servicios vinculados con su operación.

Capítulo V

El sector moderno del abasto alimentario

El acelerado crecimiento demográfico y la expansión de las principales ciudades mexicanas a partir de la década de los cuarenta, ejercieron mayores presiones sobre la oferta de alimentos y plantearon nuevas exigencias en los sistemas de distribución urbana.

Los canales de suministro tradicional de alimentos, como los mercados públicos y las tiendas de barrio representaron hasta principios de los años setenta las principales formas de distribución de alimentos al menudeo y el acceso no se presentaba de manera socialmente estratificada.

Sin embargo, el crecimiento de la población provocó la gestación de cambios cualitativos en el comercio intraurbano de alimentos y empiezan a conformarse canales inéditos, como los supermercados y tiendas de autoservicio. Estos nuevos establecimientos, de corte moderno, conforman un esquema distinto que sirve para canalizar grandes volúmenes de alimentos hacia los consumidores urbanos. Actualmente, la dinámica de las grandes cadenas de autoservicios y supermercados aunado a los cambios en los hábitos de consumo, permiten pronosticar que éste conformará el sector de distribución de alimentos al menudeo más concurrido y demandado por la población de las ciudades del siglo XXI.

La dinámica sociourbana y las razones históricas en la conformación del sistema comercial de autoservicio

Durante el período de 1940-1980 la población de México se triplicó, pasando de cerca de 20 millones a 66 millones de ha-

bitantes. Tal magnitud de crecimiento impactó de igual manera en el proceso de urbanización centralizado, debido a que se había sustentado en el modelo de industrialización por sustitución de importaciones. Aunque esta fase se identifica como punto clave del despegue industrial del país, no significó un proceso homogéneo de desarrollo, ya que se manifestaron diversos desequilibrios sectoriales y regionales que favorecieron un esquema donde sólo algunas ramas productivas mantuvieron un crecimiento sostenido. Así, desde el punto de vista espacial la distribución de la población y la canalización de las inversiones, se orientaron primordialmente a ciudades que se fueron reforzando como centros manufactureros regionales y de servicios.

En este lapso la relación entre población urbana y rural se invirtió. Mientras que para 1940 el 35% de la población nacional era urbana y el restante 65% rural, en 1990 la población urbana alcanza el 70% del total. Este proceso propició, en consecuencia, la consolidación de grandes urbes como las zonas metropolitanas de la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, al igual que algunas ciudades medias que se reforzaron como puntos de atracción poblacional; destacan entre ellas Puebla, Veracruz, León, Aguascalientes, Torreón, Tijuana, Chihuahua entre otras.

En la mayor parte de las ciudades del país se conformaron grupos sociales con niveles de ingreso medios, al tiempo que se afianzaron y surgieron otros grupos con altos ingresos, lo cual permitió la consolidación de un mercado más amplio.

La población que se incrementó rápidamente y la expansión periférica de las ciudades comenzaron a ejercer una mayor presión sobre el volumen de los alimentos requeridos, así como en la expansión de las zonas de abastecimiento. El Distrito Federal, fue el primero en experimentar una rápida conurbación, incorporando paulatinamente hasta 30 municipios del Estado de México y uno del Estado de Hidalgo.⁵²

⁵² La Zona Metropolitana de la Ciudad de México se integra por 16 delegaciones políticas del D.F., 30 municipios conurbados del Estado de México

Cuadro 1
Población urbana y rural 1940-1990

Año	Población Total	Población urbana		Población rural*	
		Absoluto (miles)	Relativo (%)	Absoluto (miles)	Relativo (%)
1940	19,653.6	6,896.1	35.1	12,757.4	64.9
1950	15,791.0	10,983.5	42.6	14,807.5	57.4
1960	34,923.1	17,705.1	50.7	17,208.0	49.3
1970	48,225.2	28,308.5	58.7	19,916.7	41.3
1980	66,846.8	44,299.7	66.3	22,547.1	33.7
1990	81,249.6	56,468.5	69.5	23,968.6	29.5

* Se considera población rural a la que reside en localidades de menos de 2,500 habitantes.

Fuente: CONAPO, *El subsistema de ciudades en México*, Tomo I, e INEGI, *Censo General de Población y Vivienda, 1990*.

Algunos de los centros de abasto tradicional para la población de la Ciudad de México como lo fue el mercado de la Merced y un gran número de establecimientos asociados a este espacio comercial, ubicados en el centro histórico, quedaron cada vez a mayor distancia de los consumidores periféricos; las formas de acceso de nuevos barrios y colonias hacia los comercios centrales también resultaron más complicados, por lo cual el abasto alimentario se expande y surgen nuevas concentraciones comerciales para satisfacer a una población en constante crecimiento.

A mediados de los años cuarenta aparece en el D.F. la primera tienda de autoservicio como una nueva opción de abasto de productos alimentarios y a otros bienes de consumo. El diseño original de este tipo de establecimiento comercial fue promovido por la iniciativa privada basándose en el modelo de tiendas departamentales surgidas en Estados Unidos y que se encargaban de vender alimentos, vestido y artículos para el hogar.

y uno de Hidalgo, abarca un área de 4,318 Km² y concentra cerca de 15 millones de habitantes.

Diversos supermercados y autoservicios proliferaron paulatinamente varios años después,⁵³ no obstante se puede afirmar que hasta finales de los años sesenta la Ciudad de México y otras ciudades fueron abastecidas casi exclusivamente por el comercio tradicional cuyos canales más representativos fueron mercados públicos y tiendas de barrio.

Rello y Sodi⁵⁴ diferencian dos etapas en las formas de distribución minorista de alimentos en ciudades en expansión, la primera en que la expansión de las ciudades, como el caso de la Ciudad de México, hasta finales de los años sesenta requieren una demanda de alimentos que fue cubierta por el crecimiento cuantitativo del comercio tradicional que aún en nuestros días ha conservado su fisonomía y sus radios de acción. La segunda se refiere a la evolución del comercio minorista desde finales de la década de los sesenta hasta el momento actual donde se detecta un crecimiento intensivo de tiendas con mayores superficies de venta, capital y surtido de mercancías, así como un aumento en su radio comercial y en su influencia sobre el sistema urbano.

Varios motivos impulsaron el crecimiento de la modalidad de autoservicio en el comercio alimentario, entre ellos, la dinámica demográfica y urbana ya señalada, que propició el surgimiento de diversas colonias y barrios periféricos donde los más densamente poblados se convirtieron en mercados atractivos para el comercio moderno. Esto ocurrió en un ambiente económico relativamente estable que se manifestó en aquellas décadas, lo cual incidía para mantener bajos niveles de inflación y un aumento relativo de los ingresos familiares. Desde la perspectiva de la movilidad social se expandieron los estratos urbanos medios, lo cual generó también ampliación en la demanda de los bienes de consumo. El mismo contexto económico favoreció el uso más frecuente del automóvil y el refrigerador que evidentemente romperían los límites de accesibilidad urbana

⁵³ En el D.F. aparecen por primera vez: Sumesa en 1946, Aurrerá en 1958 y Gigante en 1962.

⁵⁴ Rello, Fernando y Demetrio Sodi, *Abasto y distribución de alimentos hacia las grandes metrópolis*, op. cit.

para desplazarse a los centros comerciales, así como la adquisición del tipo de alimentos que ahí se ofrecían.

Aunque las primeras tiendas de autoservicios y supermercados que aparecieron en México fueron exclusivamente de capital privado, posteriormente el Estado y el sector social constituyeron agentes importantes en la expansión del comercio moderno, toda vez que participaron en la creación de tiendas oficiales y sindicales bajo la modalidad de autoservicio que expedían gran variedad de productos, algunos de ellos subsidiados o a bajo precio. Tiendas como Conasuper,⁵⁵ IMSS e ISSSTE, entre otras, se crearon fundamentalmente para favorecer el consumo alimentario de la población de escasos recursos; o para sus trabajadores afiliados, en el caso de las tiendas sindicales, constituyendo de esta manera un canal importante del abasto social que en ese momento requirió el país.

La dinámica que experimentó el comercio alimentario de autoservicio estuvo también condicionada por la evolución de las agroindustrias que alcanzaron el desarrollo tecnológico para la conservación de productos perecederos (hortifrutícolas, derivados lácteos, cárnicos y del mar), bajo la modalidad de alimentos empacados, envasados, enlatados o congelados, para de esta manera venderlos en forma masiva utilizando los sistemas del autoservicio.⁵⁶ Una gran variedad de productos agrícolas, pecuarios y otros sufrieron diferentes procesos de transformación industrial, lo cual permitió su conservación durante largos períodos antes de ser consumidos, al tiempo que presentaban la ventaja de enviarlos a grandes distancias en regiones inaccesibles o donde no se disponía de ellos.

Tanto el desarrollo tecnológico, como el incremento en la

⁵⁵ Desde 1972 la constitución de Distribuidora CONASUPO (DICONSA) comenzó a regular una parte del mercado urbano de alimentos a través de centros comerciales propios y tiendas concesionadas a instituciones, sindicatos y secretarías de Estado, de esta manera se consolidó el canal institucional de distribución de alimentos, no obstante en la actualidad gran parte de las tiendas oficiales han desaparecido.

⁵⁶ Cámara Nacional del Comercio de la Ciudad de México. Abasto de alimentos a la Ciudad de México. Comercio tradicional, comercio moderno. CANACO, 1991, p. 29

demanda de alimentos procesados no hubiesen sido posible si paralelamente no se hubieran modificado los cambios en los hábitos de consumo alimentario de la población. Esta situación, de por sí compleja, se logró mediante una mayor incorporación de la mujer hacia el mercado de trabajo (formal e informal). La irrupción de la mujer de ciertos estratos sociales en los procesos económicos generó por otra parte la inhibición de la cocina mexicana dando lugar al consumo de alimentos procesados y la comida fuera de casa.

En este ámbito las agroindustrias alimentarias han diversificado la oferta de productos, ofreciendo en el mercado miles de alimentos procesados bajo formas prácticas de preparación al tiempo que aparecen lugares de consumo y expendios de comida rápida o *fastfood* (restaurantes, pizzerías, hamburgueserías, etc.). La conjunción de estos factores han conformado una “nueva cultura” urbana en la alimentación basada en la sustitución de alimentos de consumo tradicional por los de tipo industrializado de fácil y rápida preparación, aunque no necesariamente de mayor calidad nutricional, este nuevo patrón de consumo ha dado impulso también el crecimiento de los autoservicios.

Caracterización y estructura de los autoservicios

En una ciudad coexisten diversos subsistemas de distribución de alimentos al menudeo a los cuales pueden acceder sus habitantes; por un lado encontramos establecimientos tradicionales como las tiendas de abarrotes, tiendas especializadas (carnicerías, tortillerías, panaderías, etc.) mercados públicos, mercados sobre ruedas y tianguis, mientras que por otra parte se presenta el “comercio moderno” integrado por supermercados y tiendas de autoservicio. Esta dualidad es el resultado de la distribución desigual del ingreso de la población y diferentes defectos que enfrenta la distribución mayorista y menudista de alimentos.⁵⁷

⁵⁷ Torres Torres, Felipe, “El abasto alimentario en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México”, en: *El complejo geográfico, social y económico de*

Los factores que cualitativamente establecen la diferencia entre ambos subsistemas son el capital manejado, la captación del tipo y número de consumidores y los niveles de desarrollo tecnológico, siendo muy superiores en el comercio moderno.

Debido al hecho anterior los supermercados y autoservicios utilizan economías de escala para abatir costos de intermediación y precios al consumidor. Sus altos volúmenes de inversión y ventas les facilitan mejores negociaciones de compra, lo que a su vez incide en un aumento de sus ingresos y utilidades y el ofrecimiento de productos al consumidor a un precio menor que en los comercios tradicionales. Esta es una de las razones por las cuales pueden mantener sistemas de ofertas constantes como un mecanismo adicional en la atracción de clientes.

Los costos de operación, medidos en términos de ventas por metros cuadrado o ventas por empleado son menores en los comercios modernos que en la tienda tradicional, ya que el sistema de autoselección de productos reduce el número de empleados y se tiene una mayor rotación de inventarios. De hecho se espera que con la expansión de los lectores ópticos de barras (scanner) en las cajas registradoras podrá comunicar la demanda diaria de los autoservicios hacia los centros de compra y distribución mayorista (centrales de abasto, agroindustria, productores agrícolas, etc.), aplicando el concepto *just in time*, de esta manera se incrementará la eficacia en la cadena de comercialización de este subsistema.⁵⁸

Un aspecto importante que caracteriza a los supermercados y autoservicios radica en que tienen menores costos de manejo físico, al contar con centros de acopio-distribución y, algunos de ellos disponen de transporte especializado y frigoríficos que les permiten menores desperdicios en el manejo de perecederos.⁵⁹

la ZMCM, México, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM (en prensa).

⁵⁸ Hans-Harald, "Ajustes estratégicos de las empresas agroalimentarias", en: *Revista de Estudios Agrosociales*, No. 157, Magisterio de agricultura, pesca y alimentación, Madrid, 1991.

⁵⁹ CANACO, *op. cit.*

Adicionalmente, podemos señalar que el comercio moderno cuenta con mejores fuentes de financiamiento que van desde el crédito que otorgan los proveedores, pasando por los créditos bancarios, hasta la cotización en la Bolsa de Valores en el caso de las grandes cadenas, esto les permite potenciar sus expectativas de expansión y desarrollo y contar con una cobertura cada vez más amplia de distribución al menudeo en los mercados urbanos.

Por otra parte, los supermercados y tiendas de autoservicio se pueden clasificar atendiendo a su tamaño, superficie de ventas, tipo de propiedad y radio de influencia según se muestra en el cuadro correspondiente.

Cuadro 2
Criterios de clasificación de los supermercados

Tamaño del establecimiento	Superficie de venta (m ²)	Radio de influencia (mts)	Tipo de propiedad	Ejemplo de tienda
Minisupers o Autoservicio barrial	100-150	400	Público Privado	Tienda B ISSSTE Oxxo, Super 7
Pequeños supermercados independientes o en cadena	150-500	800	Público Privado	Tienda A ISSSTE La Luna De Todo
Grandes supermercados	2,000-3,000	1.500	Público Privado	Tiendas UNAM Sumesa
Grandes cadenas de autoservicio (hipermercados)	Hasta 10,00		Privado	Gigante Gran Bazar Com. Mexicana

Fuente: Rello, Fernando y Demetrio Sodi, *Abasto y distribución de alimentos a las grandes metrópolis, op. cit.* y CANACO, Abasto de alimentos a la Ciudad de México, *op. cit.*

No existe acuerdo sobre el número exacto de supermercados y tiendas de autoservicio que operan actualmente en nuestro país. Los resultados del último censo económico de INEGI en 1988 muestran una cifra aparentemente elevada de 5,832 establecimientos que se ubican en la categoría de supermercados y tiendas de autoservicio y participan en el comercio alimentario al por menor.

Por otra parte, información de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), indican que hacia finales de 1992 operaban en el país alrededor de 1,627 autoservicios y supermercados; cabe señalar que esta cifra corresponde a que la ANTAD agrupa grandes cadenas comerciales privadas, quedando fuera un número no registrado de pequeños comercios privados, los que pertenecen al sector público y las tiendas sindicales.

De acuerdo con la dinámica económica, podemos señalar que la expansión del comercio se da a partir del proceso de terciarización económica que ha caracterizado al país en los últimos 10 años. Informes de INEGI y Banco de México indican que los servicios se han convertido en el sector más dinámico del país, baste señalar que en 1992, de acuerdo a la estructura sectorial del Producto Interno Bruto (PIB), el sector terciario aportó el 62.2% del valor anual de la producción, el industrial el 30% y las actividades primarias sólo el 7%. De aquí se desprende que el comercio generó en ese mismo año, el 27% del PIB nacional estimándose que el 12% de dicha actividad fue aportada por 57 cadenas de autoservicio a través de 640 tiendas.⁶⁰

A nivel nacional los sistemas comerciales de autoservicio se pueden agrupar en 3 categorías principales: grandes grupos comerciales privados, cadenas con presencia regional y cadenas de pequeños minisúperes.

⁶⁰ Bolsa Mexicana de Valores, "Escenas de una economía: El sector comercial frente al TLC", en *Antena. Revista de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales*, Jul-Ago., 1992, pp. 6-9.

Grandes grupos comerciales

Conforman las mayores cadenas de autoservicio y supermercados que operan en el país; históricamente son los primeros en participar en los mercados urbanos, no obstante cobran gran auge en la década de los 80. Cabe señalar que estas grandes cadenas privadas cubren la mayor parte del consumo alimentario que se da a través del comercio moderno y tienen presencia nacional.

A nivel nacional se encuentran a la vanguardia en ventas y número de establecimientos 3 grupos comerciales: Cifra, Grupo Gigante y Controladora Comercial Mexicana. Estos corporativos además de contar con autoservicios y supermercados integran cadenas de restaurantes (Vip's, Toks, El Portón), tiendas departamentales (Suburbia, Garment's) y establecimientos especializados (farmacias, Radio Shark). La consolidación de estas grandes cadenas obedece a dos factores fundamentales: una captación creciente de consumidores urbanos por la vía de ofrecer productos alimentarios en general a precios más bajos que los establecimientos tradicionales; y en segundo lugar la expansión de estos grupos comerciales a partir de su financiamiento en la Bolsa Mexicana de Valores, lo cual les ha permitido desarrollar importantes estrategias comerciales y tecnológicas.

i) Grupo Cifra. Las tiendas Aurrerá del grupo Cifra son históricamente las segundas en participar bajo la modalidad de autoservicio en el mercado nacional apareciendo en 1958 (después de Sumesa en 1946), aunque es la primera en cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores (1974). Durante 25 años Cifra ha diversificado su participación en los mercados urbanos de alimentos a través de 5 modalidades de establecimientos comerciales: Almacenes Aurrerá en tiendas de autoservicio, Bodega Aurrerá como tienda de autoservicio con instalaciones austeras y con ventas de menudeo y medio mayoreo, en la modalidad cadenas de supermercados Superama, Gran Bazar en Hipermercados y recientemente en 1992 Club Aurrerá establecimientos de venta al medio mayoreo con membresía.

Relativamente menor en número de establecimientos, com-

parada con Gigante y Comercial Mexicana, Cifra integra 105 establecimientos de las modalidades señaladas (véase cuadro 3). No obstante este grupo se ha consolidado como líder comercial en los últimos años con ventas de 8,505 millones de nuevos pesos en 1991 y con utilidades de 938 millones de nuevos pesos en 1992. Dichas utilidades representaron un crecimiento de un 30% respecto a 1991.

Ha sido tan importante el impacto de Cifra en los mercados urbanos que el número de clientes que acudieron únicamente a las tiendas de autoservicio y supermercados de este grupo (Almacenes Aurrerá, Bodega Aurrerá y Superama) sumaron 146 millones en 1991. Durante 1992 la consolidación y expansión del grupo se ha sostenido en cuatro políticas fundamentales: la renovación de la planta comercial, la expansión de nuevas unidades (42 establecimientos en proceso), la incorporación de nuevas tecnologías a través de sistemas y equipos avanzados de información en punto de venta, comunicación vía satélite, cerca de 4,500 lectores ópticos de barra y finalmente la asociación con la primera cadena comercial de Estados Unidos: Wal-Mart Stores Inc. a través de un proceso llamado *Joint-Ventures*, donde cada grupo aporta el 50% del capital para realizar nuevas inversiones. Esta alianza ha dado como resultado la expansión de su financiamiento y la creación de las primeras tienda denominadas "Club Aurrerá" en las que se realizan ventas de productos al medio mayoreo con membresía. A través de la misma asociación ha comenzado sus operaciones una nueva empresa llamada "Comercializadora" dedicada a la importación-exportación de productos entre Estado Unidos y México.

ii) Grupo Gigante. Este grupo inició sus operaciones en 1962 en el Distrito Federal, siendo la tienda más grande de América Latina en ese momento, desde entonces se ha consolidado como el segundo grupo comercial del país. Algunas de las políticas que cuantitativamente le han permitido expandirse radican en la incorporación de otros grupos comerciales que se pusieron a la venta: 23 tiendas de la Cadena Astra (1987), 8 Supermercados del Sardinero (1992) y 89 tiendas de la cadena

Cuadro 3
Información de las 3 principales cadenas comerciales
de autoservicio en México

	Cifra	Gigante	Comercial Mexicana
Año y lugar de inicio de operaciones	1958 Aurrerá-D.F.	1962 Gigante D.F.	N.D. Comercial Mexicana-D.F.
Inscripción en Bolsa Mexicana de Valores	25/10/74	17/07/91	25/04/91
Establecimiento del ramo	Aurrera = 33 Bodegas = 34 Superama = 35 Gran Bazar = 2 Club Aurrerá = 1 Total =105	Gigante = 17 Bodegas = 30 Gigante/ Fleming = 1 Total =148	Com. Méx. = 80 Bodegas = 15 Sumesa = 19 Price Club = 1 Total =115
Superficie* de venta (m ²)	584,099	657,434	593,088
Empleados	31,835	27,875	27,220
Utilidades (mill. N\$)	91	726	294
	92	938	99
Crecimiento % 91/92	+ 29.25	- 66.35	+ 13.07

* Superficie, Empleados y utilidades incluye demás subsidiarias como restaurantes y tiendas departamentales. Los datos correspondientes a superficie de venta se infirieron o se retomaron a partir de diferentes informes de estas empresas.

Fuente: Elaboración propia a partir de Bolsa Mexicana de Valores, *Información Financiera Trimestral, 1992 e Informes de las Asambleas anuales de accionistas* (microfilms, 1991).

Blanco (1992). Esta situación lo ha colocado como el corporativo comercial con mayor número de tiendas, integrando para finales de 1992 un total de 148. Cabe señalar que en el período 1962-1977 este grupo contaba únicamente con 12 tiendas, sin embargo el auge de esta empresa en la década de los años ochenta dió como resultado la consolidación de 101 tiendas en 1991 que se ubicaron en 24 ciudades del país, atendiendo para ese año a 131 millones de clientes. Para fortalecer sus políticas de expansión y financiamiento, en julio de 1991 fue inscrita en la Bolsa Mexicana de Valores colocando acciones tanto en el mercado nacional como internacional y en diciembre de 1992 se asoció con la cadena norteamericana Flemming Companies a través de un *Joint-Ventures* para desarrollar tiendas que ofrezcan productos a precios bajos, así se realizó una inversión inicial de 20 millones de dólares entrando en operación en 1992 la primera tienda Gigante Flemming en San Juan del Río, Querétaro.

El grupo Gigante ha desarrollado cuatro modalidades de establecimientos para comercializar sus productos: Centros comerciales, grandes tiendas que llegan a ofrecer hasta 70,000 productos, supermercados de menor tamaño, Bodegas Gigante, de reciente creación, que se han ubicado en los lugares que ocupaban los establecimientos que adquirió el grupo y, finalmente, las tiendas Gigante Flemming mencionadas.

En 1992 el grupo obtuvo ventas de 5'912 millones de nuevos pesos, superando en 3.4% a las obtenidas en 1991 en términos reales. No obstante sus utilidades en 1992 disminuyeron en un 66%, al pasar de 294 a 94 millones de nuevos pesos, esta situación fue reflejo del proceso de expansión que llevó esta cadena durante 1992, la cual incluye la adquisición de las tiendas El Sardinero y la Cadena de tiendas Blanco, y que le significó una canalización importante de recursos.

iii) Controladora Comercial Mexicana. Comercial mexicana inició sus operaciones en el D.F. a mediados de los sesentas, sin embargo su expansión cobró gran auge durante la década de los ochenta. En 1981 adquirió la cadena de supermercados Sumesa, actualmente cuenta con 115 establecimientos distribui-

dos en cuatro modalidades comerciales: Comercial Mexicana en autoservicios, Bodegas Comercial Mexicana, Supermercados Sumesa (que operan sólo en la Ciudad de México), y recientemente las tiendas Price-Club bajo el sistema de membresía.

Cabe destacar que Comercial Mexicana es el grupo que llevó a cabo la primera alianza con una empresa similar de Estados Unidos llamada Price Company en julio de 1991. Así, con una inversión inicial de 30 millones de dólares se abrió en marzo de 1992 la primera tienda Price Club en Ciudad Satélite (Naucaipan, Estado de México) dedicada a la venta de abarrotes y productos en general al mayoreo y medio mayoreo con credencial de membresía.

Las ventas de este grupo en 1992 se incrementaron un 15.8% al pasar de N\$4,868,872 miles a N\$5,636,742 miles, mientras que sus utilidades aumentaron un 13%.

Cadenas regionales

Existen otras grandes cadenas privadas con menos establecimientos pero que controlan mercados regionales importantes, es el caso de Organización Soriana integrado por los Centros Comerciales Soriana, Tiendas La Sultana y Autoservicios Hipermat. Cuenta con un amplio y exclusivo mercado en la región norte del país: Comarca Lagunera, Monterrey, Chihuahua y Zacatecas (agrupando alrededor de 20 establecimientos). Este grupo inició sus actividades en 1968 al abrir la primera tienda de autoservicio Soriana en Torreón, Coahuila y se encuentra cotizando en el mercado bursátil desde 1987, cabe señalar que es la primera cadena comercial en implantar los lectores ópticos de barra en todas sus tiendas.

Otro grupo importante que recientemente comenzó a cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores es el Grupo Chedraui que posee un mercado importante en Veracruz, Tabasco y Tamaulipas; y finalmente las tiendas VH y Casa Ley que controlan buena parte del mercado en el Noroeste del país (Sonora, Sinaloa, Baja California y Nayarit).

Cadenas de minisúperes

En la categoría menor de los sistemas de autoservicio, en relación a metros cuadrados de venta, se encuentran las cadenas de minisúperes llamados también “tiendas de conveniencia”. Recientemente han tenido gran auge y constituyen establecimientos pequeños (entre 100 y 150 m² de venta), aunque manejan una gran variedad de productos de abarrotes y comida rápida, muchos de ellos importados. Los minisúperes presentan la ventaja de operar durante las 24 horas del día, lo que incide en la obtención de niveles importantes de ventas; la proliferación reciente y las estrategias de desarrollo de estos minisúperes a lo largo de un gran número de ciudades permite detectar que conformarán el prototipo de tienda que irá sustituyendo a las tradicionales tiendas de barrio. Las principales cadenas se integran en 3 grupos: Oxxo, Super-7 y de reciente introducción la franquicia Circle-K. Las tres cadenas iniciaron sus operaciones originalmente en la ciudad de Monterrey, aunque cabe señalar que Oxxo se ha consolidado desde 1978 a nivel nacional agrupando 487 tiendas en 15 ciudades; por su parte 7-Eleven que opera desde 1975 viene participando primordialmente en Monterrey y la Ciudad de México integrando a 150 tiendas; mientras que Circle-K apenas inicio su desarrollo con 3 unidades. En total aglutinan 640 establecimientos.

Los autoservicios y sus vínculos con la cadena agroalimentaria

La distribución de alimentos hacia los consumidores detallistas, ya sea por vía de los autoservicios o a través de establecimientos tradicionales, constituye un proceso que va más allá del propio fenómeno comercial.

Los diversos aparatos de comercialización de alimentos ocupan un lugar importante en la dinámica global que adquiere la cadena agroalimentaria ya que la presencia de una determinada estructura comercial (cuantitativa-cualitativa) conforma un

Cuadro 4
Principales cadenas de Minisuperes en México, 1992

	OXXO	SUPER-7	CIRCLE K
Número de tiendas	487	150	3
Años en el mercado	14	17	1
Ciudades	15	3	3
Ventas mensuales	\$180 mill	n.d.	\$170 mill.
Productos en línea	1,500	1,400	2,000 a 3,000
Personal total	4,062	nd	28
Holding	Gpo. Visa	Gpo. Val	Protexa

Fuente: Mier, Nelda, "Minisúperes: batallas silenciosas", en: *Expansión*, Vol. XXIV, No. 596, agosto 5 de 1992, pp. 69-73.

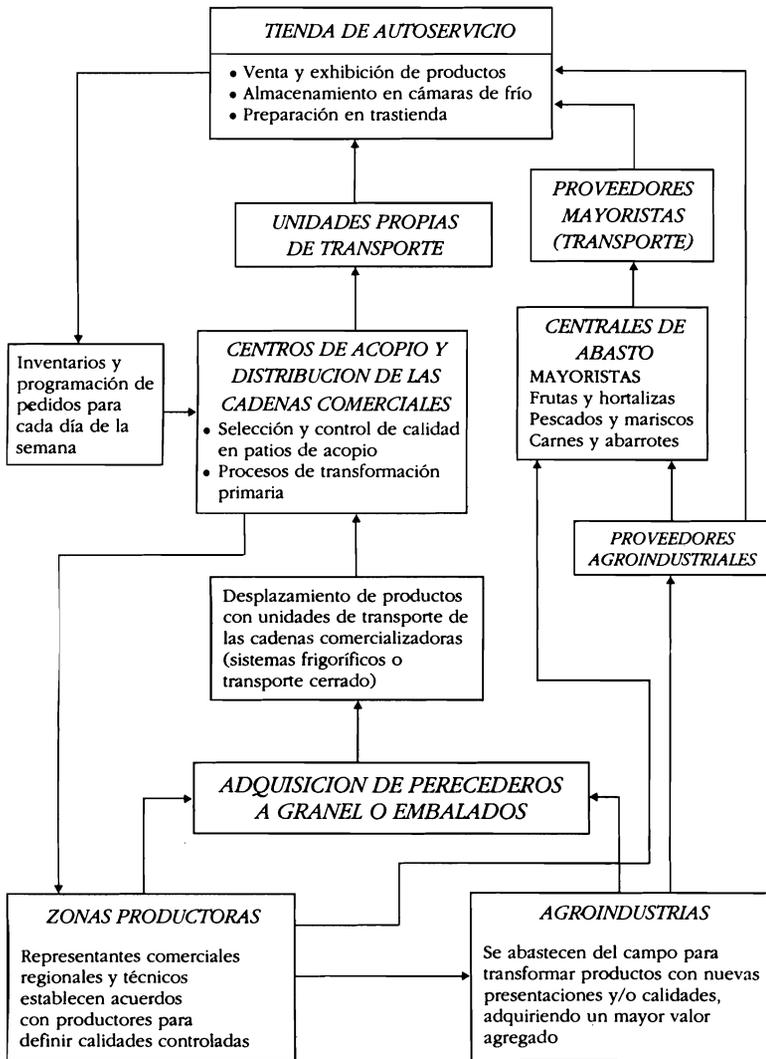
sector que se encuentra vinculado directa o indirectamente con la producción de alimentos (primaria y agroindustrial), el acopio en centros mayoristas, el abasto y las tendencias del consumo de alimentos de la población urbana.

Así, el peso específico que pueden tener los sistemas de autoservicio en este contexto es comprensible si partimos del hecho que éstos no constituyen por sí mismo establecimientos aislados, toda vez que en determinados espacios regionales llegan a articular una red compleja de agentes y procesos relacionados al fenómeno global del abasto alimentario. En forma esquemática se puede decir que las tiendas de autoservicio constituyen el vínculo fundamental entre las empresas agroalimentarias y los consumidores (véase siguiente gráfico).

Por ello es posible aseverar que en la actualidad las formas y la dinámica de sectores específicos de la producción primaria y agroindustrial, así como las tendencias y los cambios fundamentales en el consumo de alimentos se entiende, en buena medida, a partir de la estructura y reorganización de estos sistemas de distribución alimentaria.

Por lo anterior y siguiendo un orden metodológico, es posible desagregar 3 procesos a partir de los cuales podemos aprehender los vínculos que guarda los sistemas de autoservicio en el contexto de la cadena agroalimentaria: producción agropecuaria, transformación agroindustrial y cobertura social (consumo).

Cadena de comercialización en supermercados y tiendas de autoservicio



Fuente: elaboración propia a partir de información proporcionada en ANTAD e investigación directa.

Producción agropecuaria

En esta fase hacemos referencia a la generación primaria de alimentos donde cabe preguntarse ¿existe alguna relación entre las tiendas de autoservicio y las zonas de producción primaria?, la respuesta es afirmativa ya que no es extraño encontrar que las grandes cadenas de autoservicio realicen compras en el origen mismo de la producción agropecuaria, éstas hacen la función de mayoristas y sustituyen eventualmente a diversos intermediarios, pues llegan a comprar cosechas enteras, inclusive concediendo financiamiento de avío a los productores con el objeto de garantizar suministros de la producción a precios bajos y con calidades controladas.⁶¹

Esta situación permite a las grandes cadenas, por una parte, asegurar directamente grandes volúmenes de productos perecederos que no pasan necesariamente por procesos de intermediación ajenos a los sistemas de la cadena comercial, al tiempo que les facilita ofrecer productos a precios bajos, en comparación con los mercados tradicionales.

La vinculación con el campo constituye un proceso que se inicia coordinadamente a partir de la programación de pedidos diarios del conjunto de tiendas que integran la cadena comercial. Dichos pedidos llegan a las diferentes centrales de acopio y distribución de la misma cadena, a partir ahí se desplazan representantes regionales y técnicos hacia las zonas de producción los cuales realizan recorridos para convenir con los productores, normas de las calidad requeridas en relación a los productos (frescura, variedad, calidad, tamaño, etc.), posteriormente se canalizan a granel o embalados a las centrales de acopio de las propias cadenas donde se efectúa un segundo proceso de selección, control de calidad y en ocasiones procesos de transformación primaria.

La infraestructura de transporte constituye un elemento fundamental ya que establece la conexión de circuitos de productos, primero entre las zonas productoras y las centrales de aco-

⁶¹ CANACO, *Abasto de alimentos a la ciudad de México*, op. cit., pp. 37.

pio y posteriormente, desde éstas últimas hacia tiendas específicas. Para darnos una idea de la importancia del transporte baste señalar, por ejemplo, que el Grupo Gigante cuenta con una flotilla de 224 unidades de carga que en 1991 desplazaron 100 millones de toneladas de productos entre perecederos, abarrotes, ropa y productos generales.

Resulta difícil detectar el grado en que las grandes cadenas de autoservicio se articulan directamente con la producción del campo. No obstante, los cambios recientes en las formas de inversión del campo y estructura de la tenencia de la tierra, permiten suponer que en el futuro se llevará a cabo una mayor vinculación, dado que dicha situación resultará un atractivo a las inversiones de las grandes grupos de distribución de alimentos, pues les permitiría el control vertical y la integración de todos los procesos que intervienen en la cadena de comercialización, sin abandonar necesariamente los sistemas de contratos que les han reportado importantes beneficios a lo largo del tiempo.

Actualmente la mayor proporción de perecederos como frutas y verduras que se venden en los supermercados y autoservicios no los adquieren directamente del campo, sino a través de las centrales mayoristas de abasto que les suministran cerca del 75% de dichos productos (para el caso de las cadenas de la ciudad de México), aunque los suministros regionales a sus cadenas varían según presenten ventajas las regiones productoras.

Transformación agroindustrial

La matriz insumo-producto de México muestra que cerca de un 40% de la producción agropecuaria que genera el país pasa por algún proceso de transformación agroindustrial.⁶² Esta situación es el reflejo de los fuertes vínculos entre el sector agrope-

⁶² SARH, *Proyecto estratégico nacional de desarrollo agroindustrial 1984-1988*.

cuario y la industria alimentaria. Se puede decir que sectores específicos del campo han estado en función a partir de dicha relación ya que la presencia de agroindustrias se puede traducir en flujos de capitales vía inversiones hacia productos y regiones específicas favorables al desarrollo agroindustrial, así como en la introducción de paquetes tecnológicos que inciden en la reorganización productiva y regional de los sectores vinculados con la cadena agroindustrial.

El desarrollo agroindustrial en México ha pasado por dos períodos, uno que va desde inicios de la década de los sesenta hasta principios de los ochenta caracterizado por un gran desarrollo del sector que se reflejó en altas tasas de crecimiento promedio anuales del 6% entre 1960 y 1980, esta etapa estuvo orientada primordialmente hacia el mercado interno, desarrollando una alta especialización y estableciendo un esquema de integración agricultura-industria.

Durante este período, el Estado constituyó un factor importante en el desarrollo de la agroindustria, ya que las inversiones públicas destinadas directamente al sector agropecuario, que en aquel entonces le dieron un impulso significativo, facilitaron la generación y diversificación de los productos que requirió la industria alimentaria. Asimismo, se desarrollaron un gran número de empresas públicas procesadoras y comercializadoras de alimentos las cuales, de alguna manera, originaron algunas de las cadenas agroalimentarias durante ese período.⁶³

Una segunda etapa del desarrollo agroindustrial comienza a partir de la década de los ochenta. Desde aquí este sector disminuye su ritmo de crecimiento, debido particularmente a la baja productividad de las empresas públicas y pequeños industrias privadas que mostraron rezagos tecnológicos, mientras la crisis del campo impactaba cada vez más al sector debido al aumento en los costos de las materias primas. Para romper con

⁶³ El sector público llegó a controlar un gran número de empresas agroindustriales y organismos vinculados al campo de los cuales se puede mencionar que la mayoría entraron durante la década de los 80 en proceso de privatización o liquidación es el caso de cerca de 70 Ingenios y empresas azucareras, Conafrut, Alimentos del Fuerte, Inmecafé, Triconsa y otras.

dicha inercia se llevan a cabo diferentes políticas tendientes a inducir un mayor desarrollo tecnológico en las industrias y su vinculación con los mercados externos. De esta manera se ha favorecido el desarrollo de grandes empresas privadas nacionales y trasnacionales y nuevas formas de asociación con productores agrícolas para establecer condiciones de integración y competencia en los mercados internacionales.

Durante los dos períodos señalados, la investigación en tecnología en alimentos y biotecnología, dirigida desde empresas agroindustriales, ha constituido un hecho fundamental a partir del cual se han inducido cambios cualitativos para desarrollar nuevos productos alimentarios y realizar diversos procesos de conservación de perecederos. Esta situación ha permitido a la industria en alimentos generar gran diversidad de productos con mayor valor agregado.

Las cadenas de autoservicios y supermercados se han transformado en México en el principal canal de distribución para los productos de la industria alimentaria debido a dos factores: a) para el productor agroindustrial resulta una ventaja concentrar su comercialización en clientes directos y de esta manera eliminar procesos de intermediación. De la misma manera, las cadenas de autoservicios y supermercados que se abastecen directamente de proveedores agroindustriales obtienen menores costos de operación y mejores negociaciones de compra. b) Las diversas modalidades de conservación de perecederos y las formas de presentación de productos agroindustriales (enlatados, envasados, empacados, etc.) facilitan el proceso de comercialización típico de los autoservicios, así como el manejo y distribución de grandes volúmenes de estos productos.

En las grandes cadenas de autoservicio y supermercados se manejan entre 40 y 70 mil productos diferentes. Se desconoce cuántos corresponden a alimentos, pero en cambio se sabe que entre el 60 y el 75% de las ventas totales de estos establecimientos corresponden a alimentos.

Las grandes cadenas de autoservicio se abastecen aproximadamente en un 75% de las frutas y hortalizas de los centros mayoristas (tipo Central de Abasto). Los artículos de mayor pe-

recibibilidad como carnes y productos del mar, dado que dependen de una rápida comercialización para evitar desperdicios, ocupan un volumen mínimo en la estructura de los alimentos, en cambio las conservas alimenticias industrializadas representan la categoría de productos de mayor peso y son adquiridos, en su mayoría, a través de proveedores agroindustriales.

La industria de conservas alimenticias se integra por las categorías de alimentos que muestra el cuadro 5.

Una situación que cabe destacar en la industria alimentaria en general y particularmente en las conservas alimenticias es

Cuadro 5
Valor de la producción de la industria de
conservas alimenticias
(Millones de pesos constantes, deflactor a 1988)

Sector	1988	1991
Pasta y puré de tomate	64,964	77,916
Salsas y condimentos	101,239	149,827
Mayonesa	188,675	242,408
Jugos y néctares	184,491	286,549
Legumbres	117,525	141,429
Chiles	228,895	276,444
Frutas en almíbar	51,717	81,996
Especias alimenticias	114,080	161,738
Productos del mar	324,742	318,628
Sopas y consomés	231,800	206,916
Mermeladas	38,912	50,054
Mieles y jarabes	22,946	24,875
Gelatina y postres	98,595	95,649
Otros productos	135,690	166,558
Total Industria	1'904,272	2'280,989

Fuente: Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias, *Informe de labores 1992*.

el alto grado de concentración, ya que más del 75% de la producción, con excepción del puré de tomate, es generada por 10 o menos empresas en cada categoría de alimentos, destacando las grandes empresas transnacionales y en menor medida las nacionales de capital privado (véase cuadro 6).

Finalmente cabe destacar que las tiendas de autoservicio y supermercados se vienen consolidando como el segundo canal

Cuadro 6
Niveles de concentración por segmento de la industria de conservas alimenticias en las empresas más grandes

Segmento	Nivel de concentración %	Empresas principales
Puré de tomate	10	Del Fuerte, La Costeña,
Atún, Salsas y condimentos	75	Herdez, Del Monte.
Alimento colados y Mayonesas	100	McKormic, Kraft Foods,
Jugos y Néctares Del Monte	97	Jumex, Del Valle, Gerber,
Legumbres Monte Gigante Verde, Clemente Jaques	90	Del Fuerte, Herdez, Del
Chiles enlatados La Torre, La Cumbre	77	Herdez, La Costeña,
Frutas en almíbar La Torre, Dole	82	Herdez, Del Monte,
Especialidades	93	n.d.
Mermeladas y miel	84	McKormic
Productos del mar	90	Hérdez
Concentración promedio	72	

Fuente: Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias, *Informe de labores 1988*.

de distribución de la industria de conservas alimenticias, ya que obtienen el 28% de las ventas de la industria, después de los mayoristas que alcanzan el 40%. Cabe señalar que los autoservicios se han conformado en uno de los canales de mayor crecimiento y más atractivo en los últimos años para distribuir los productos de la industria de conservas alimenticias.

Cobertura social y tendencias del comercio al por menor

Satisfacer las necesidades alimentarias de la población urbana, significa distribuir diferentes volúmenes de productos a través de diversos canales comerciales, mayoristas o al por menor. Un consumidor urbano habitualmente se desplaza hacia centros de distribución minorista donde obtiene la provisiones necesarias para su alimentación.

Los alimentos constituyen, como señalamos antes, los productos de mayor peso en los sistemas de autoservicios en una proporción que varía, según la modalidad de autoservicio, entre un 60 y 75% de las ventas totales de las tiendas. Por ejemplo en supermercados y bodegas éstos se ubican en el nivel más alto, mientras que en grandes centros de autoservicio los productos como ropa, enseres domésticos y artículos generales tienen un peso equiparable a los alimentos. De cualquier manera los alimentos constituyen el “gancho” para atraer a las tiendas a un gran número de clientes que adquieren no únicamente alimentos sino también otros productos.

La proporción de alimentos (perecederos y abarrotes) que se ofrecen en las diferentes modalidades de autoservicio están también en función de la evolución del ingreso y la inflación, toda vez que los gastos de las familias, en tiempos de deterioro salarial y tasas elevadas de inflación, tienden a desplazarse hacia productos básicos como es el caso de los alimentos, mientras que la ropa y otros artículos que se ofrecen en éstas tiendas pasan a un segundo nivel.

Los autoservicios en sus diferentes formas se han ido conso-

lidando en las ciudades de nuestro país, a partir de la última década, como los establecimientos de mayor preferencia, constituyendo el principal canal de distribución de alimentos al por menor. Estimaciones de Nielsen A.C., firma internacional que realiza estudios mercadológicos, señalan que en 1988 los autoservicios y supermercados representaban el 1.1% de los establecimientos comerciales del país aunque realizaron el 54% de las ventas.⁶⁴

Cuadro 7
Ventas de la industria de conservas alimenticias
por canales de distribución
(Millones de pesos constantes a precios de 1990)

Canal	% 1990	% 1991	participación	Crec. 91-92
Mayorista-Distrib.	1'341,432	1'373,109	40.9	2.4
Tiendas de Gob.	519,805	443,844	13.1	- 14.6
Maquila industria	33,536	128,041	3.7	281.8
Autoservicios	902,113	952,678	28.1	5.6
Exportación	318,590	248,911	7.3	- 21.9
Otros	238,104	235,976	6.9	- 0.9
Total	3'353,579	3'382,561	100	0.9

Fuente: Cámara Nacional de la Industria de Conservas Alimenticias, *Informe de labores 1992*.

Asimismo una encuesta reciente de la Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México⁶⁵ detectó que el 59% de la población orienta sus hábitos y preferencia de compras hacia

⁶⁴ Hope, María, "Autoservicios: creced y multiplicaos", en Revista *Expan-sión*, Abril, 1988, pp. 36-45.

⁶⁵ La encuesta estuvo orientada para conocer los hábitos de consumo alimentario en una muestra de 1,251 en todos los segmentos de la población de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. Los resultados completos se pueden consultar en una publicación intitulada: *Abasto de alimentos a la Ciudad de México. Qué compran, cuánto gasta*, CANACO, 1991.

las grandes cadenas de autoservicio y supermercados, si a esta cifra se le suman el 1% y el 7.3% de los pequeños minisúperes y las tiendas de gobierno respectivamente, donde acuden los consumidores urbanos y que utilizan también el sistema de autoservicio, la cifra se eleva a un 67%; el restante 33% de la población prefiere realizar sus compras alimentarias en establecimientos tradicionales como los mercados públicos (25%), tianguis (4.7%), y central de abastos (1%).

Cuadro 8
Preferencia en la compra de despensa
(% de cada segmento que compra alimentos
en cada tipo de establecimientos)

	Total*	alta**	M/alta	media	M/baja	baja
Autoservicios	59.1	91.9	85.3	58.4	34.6	15.7
Minisuperes	0.8	-	-	1.4	0.9	1.7
Tienda de barrio	1.1	-	-	1.0	1.8	3.8
Tienda de gob.	7.3	-	5.9	8.5	9.5	13.6
Tianguis	4.7	-	-	5.8	7.7	11.4
Mercado púb.	25.9	8.1	7.8	23.9	43.1	53.0
Central abasto	1.1	1.0	1.0	2.2	0.8	

* Promedio. **Se consideraron ingresos promedio por familia, considerando el total que reciben todos los miembros de la misma para 1989, integrándose los siguientes estratos: Alta=20 salarios mínimos, Media alta=13, Media=7, Media baja=3.3 y baja=1.5.

Fuente: CANACO, *Abasto de alimentos a la Ciudad de México. ¿Qué compran, cuánto gastan?*, CANACO, 1989.

La variación entre las preferencias de los sistemas tradicionales o modernos en el aprovisionamiento alimentario depende en buena medida del nivel de ingreso de los consumidores. Los estratos de ingresos medios y altos acuden en un 68% a realizar sus compras en supermercados o tiendas de autoservicio, mientras que entre los grupos de bajos ingresos solo un 12% de ellos buscan estos canales.

En cuanto al tipo de productos que se adquieren en un auto-

servicio es variable también. Los consumidores adquieren en estos establecimientos la mayor parte de productos procesados como carnes frías, (67.8%) y artículos de despensa en general (59.9%), en cambio los productos frescos como frutas y verduras (35.6%), carnes (39.9%), leche, pan, huevo y refrescos (35.6%); los adquieren primordialmente en mercados públicos, tiendas de abarrotes y establecimientos especializados.

Cabe señalar que el comportamiento y los hábitos alimentarios que se detectaron en la ciudad de México a través de la encuesta señalada, unicamente constituyen un indicador regional diferenciado, toda vez que si se aplicara esta misma metodología en otros centros del país (especialmente en ciudades de tamaño medio o pequeño) los resultados variarían debido a que presentan estructuras del ingreso y los hábitos alimentarios diferentes.

Cuadro 9

Preferencias de compra en el comercio modernizado

Grupo de ingreso	% Preferencia
Alto	67.9
Medio alto	67.4
Medio	45.1
Medio bajo	24.0
Bajo	12.2
Total	45.0

Fuente: *Idem.*

Sin embargo, resulta un hecho comprobado, en un gran número de ciudades, la reestructuración del comercio minorista de alimentos, ya que mientras los sistemas de autoservicio se han expandido y vienen captando cada vez mayor número de consumidores en los últimos años, los establecimientos tradicionales manifiestan una tendencia decreciente en ventas y

número de establecimientos. Estudios de Nielsen,⁶⁶ señalan que el número de autoservicios aumentó 24% en cinco años al pasar de 1,405 establecimientos en 1981 a 1,743 en 1985, mientras que los pequeños comercios especializados durante el mismo período decrecieron un poco más del 11%. Una situación similar se ha presentado en los países de la Comunidad Económica Europea donde el desarrollo de hipermercados y grandes cadenas de autoservicios se ha impuesto, al grado que en 1988 contaban con el 2,3% de los establecimientos, pero con ventas del orden del 41% del comercio alimentario al menudeo. En cambio en las tiendas tradicionales, el 51% del total de establecimientos generaron únicamente el 8% del valor de las ventas y registraban una situación de descenso continuo.⁶⁷

Estructura espacial del comercio moderno

Los diversos aparatos de distribución alimentaria se desarrollan bajo esquemas espaciales específicos, a partir de procesos vinculados con las estructuras comerciales y el fenómeno del abasto alimentario, entre ellos se encuentran el crecimiento poblacional y la expansión de las ciudades que constituyen los mercados demandantes de alimentos, y el transporte y vías de comunicación a través de los cuales se integran circuitos regionales y urbanos de los productos.

Los supermercados y autoservicios, así como los demás agentes de distribución de alimentos, constituyen un sistema comercial minorista, vinculado tanto con centros de producción primaria, agroindustrial y de acopio de alimentos que contribuyen en la integración de cadenas agroalimentarias y facilitan la funcionalidad del sistema urbano y del abasto alimentario.

Por lo anterior, y dado que el comercio y las demandas alimentarias no constituyen fenómenos homogéneamente distribuidos en todo el país, es necesario precisar las estrategias y

⁶⁶ Hope, María, "Autoservicios: creced y multiplicaos", *op. cit.*, p. 36.

⁶⁷ Hans-Harald, *op. cit.*, p. 38.

los contextos regionales específicos en que se presentan los sistemas de distribución alimentaria a que hacemos referencia de acuerdo a siguientes escalas de análisis: intraurbana, interurbana y nacional.

Distribucion intraurbana

Desde la aparición de la primera tienda de autoservicio en la Ciudad de México, el comercio moderno se desplazó a otras grandes urbes como Monterrey y Guadalajara, y en la actualidad hacia la mayor parte de ciudades medias. Gormsen y Klein-Lüpké⁶⁸ identifican 3 etapas en el desarrollo intraurbano del comercio moderno en las ciudades de México, la primera sucede cuando se establecen grandes tiendas departamentales en la parte de centro histórico de la ciudad, por ejemplo en la ciudad de México las que se ubican en las avenidas Francisco y Madero, 16 de Septiembre, 5 de Mayo. En la segunda fase, cuando ya aparecen los primeros autoservicios, se desarrollan diversos subcentros comerciales que se orientan a lo largo de nuevos ejes urbanos (Reforma e Insurgentes en el caso de la Ciudad de México) y que coinciden con zonas en donde la población tiene ingresos medios y altos, este constituye el patrón de distribución espacial más recurrente por los supermercados y autoservicios; finalmente, una tercera etapa se caracteriza por la expansión planificada de plazas comerciales por parte de inversionistas privados en la periferia urbana, esta fase de expansión obedece a la cercanía de núcleos potenciales de estratos sociales de ingresos medios y altos ubicados en zonas residenciales recientes, de esta manera se han creado grandes plazas periféricas y semiperiféricas tipo Plaza Satélite y Perisur en la Ciudad de México, Plaza Dorada en Puebla, Plaza del Sol en Guadalajara, etc.

⁶⁸ Gormsen Erdmann y Klein-Lümpke, "La plaza comercial en América Latina, un nuevo indicador de metropolización", Ponencia presentada en el Coloquio: Grandes Ciudades de Africa y América Latina. Toulouse, 27-29 de noviembre de 1991.

Bajo este esquema cabe señalar que, si bien el centro histórico deja de ser atractivo para el comercio moderno de alimentos en urbes como la Ciudad de México, las tiendas tradicionales (especialmente las no alimentarias), así como el comercio informal siguen jugando un rol fundamental en este espacio comercial tradicional.

Por otro lado, se nota que en zonas periurbanas donde también se localizan grandes núcleos de poblaciones con ingresos medios bajos y bajos, como Nezahualcóyotl, Ecatepec y otros municipios en la Ciudad de México, constituyen de alguna manera importantes mercados potenciales en donde una parte de su demanda alimentaria ha sido cubierta por centros comerciales del sector oficial (Conasuper, ahora Tiendas de Solidaridad) y recientemente por grandes cadenas a través de tiendas tipo Bodega Aurrerá que ofrecen alimentos a precios rebajados.

El comportamiento espacial de los diferentes subsistemas de distribución minorista de alimentos en las ciudades, incluyendo los supermercados y autoservicios, se adapta al modelo que se explica en la Teoría del Lugar Central⁶⁹ expuesta originalmente por Christaller y Lösh (para más detalles véase Capítulo I de esta obra), a partir de ésta se han derivado otras aportaciones como las de Berry⁷⁰ respecto al modelo de localización del comercio minorista y los de Rello y Sodi⁷¹ en relación a los aparatos de distribución alimentaria en metrópolis como la ciudad de México.

El planteamiento principal sugiere que la distribución intraurbana de los servicios se estructura en forma jerárquica, determinada por el alcance de las mercancías y por el umbral de las unidades comerciales que venden. El alcance de una mer-

⁶⁹ Al respecto se puede encontrar 2 trabajos que sintetizan muy bien esta teoría: CONAPO, *Sistema de Ciudades*, op. cit. Anexo metodológico, pp. 83-92 y Buttler Joseph, H., "Teoría de la ubicación: explicación espacial a través de la modelación deductiva", en: Geografía Económica, México, Edit. Limusa, 1986.

⁷⁰ Berry, J.L., "Local Trade and urban Hierarchies", en: *Economic Geography*, Prentice Hall, New Jersey, 1987, y del mismo autor *Geography of market centers and retail distribution*, Prentice Hall, 1976.

⁷¹ Rello, Fernando y Demetrio Sodi, op. cit.

cancia está dado por la distancia máxima que un consumidor está dispuesto a recorrer, en él influyen aspectos como el nivel de ingreso, la accesibilidad urbana y los hábitos y frecuencias de compra. De esa manera, se han distribuido a través de varias etapas los diferentes subsistemas de comercio alimentario al menudeo que atienden a un número de consumidores proporcional a su tamaño. Por ejemplo una tortillería, un establecimiento comercial pequeño, únicamente tiene un radio de influencia local de unas cuantas calles ya que su emplazamiento esta orientado hacia poblaciones de bajos ingresos, cuyo producto entra en su dieta básica y además, debido a las características de perecedero del mismo, el consumidor tiende necesariamente a realizar compras diarias. En el otro extremo una gran tienda de autoservicio llega a tener un radio de influencia de 2 o más kilometros, las frecuencias de compra varían de una semana a una quincena, tienen su mayor difusión en zonas de ingresos medios y altos, cuya población sigue patrones de alimentación que se orientan en gran parte al consumo de productos industrializados.

Así, por una parte se pueden encontrar en una urbe grande como las ciudades de México, Monterrey, Guadalajara, León y Puebla, miles de establecimientos tradicionales que tienen un impacto relativamente mínimo en la distribución de alimentos hacia poblaciones locales, mientras por otra parte los supermercados y autoservicios que no sobrepasan los 2,000 establecimientos en el país, pero con áreas de venta hasta de 10,000 m², pueden llegar a distribuir la mayor parte de los alimentos que consume la población de un grupo de colonias e incluso de una ciudad. Obviamente esto varía dependiendo del número de habitantes, centralidad, equipamiento y rango de la ciudad que se trate. Analizaremos este último aspecto más adelante.

La escasa disponibilidad de información nos obliga a recurrir de nuevo a la Ciudad de México, para analizar un ejemplo real en el cual se puede constatar los patrones intraurbanos del comercio moderno. En el mapa 1 se pueden apreciar 3 niveles de distribución comercial. Primero, una alta densidad de establecimientos comerciales en el Centro Histórico; como señalamos

anteriormente, en este espacio se manifiesta actualmente una creciente pérdida de atractivo para el establecimiento de autoservicios; más bien esta área se caracteriza por presentar un gran número de pequeños comercios no alimentarios que se especializan por calles y avenidas (vestido, electrónica, muebles, etc.) es importante en menor medida la presencia de tiendas departamentales, y recientemente una gran proliferación del comercio informal que indiscutiblemente ha saturado este espacio urbano.

En segundo lugar, aparecen diseminados en la Ciudad de México alrededor de 250 autoservicios y supermercados, cuya ubicación corresponde a las zonas de ingresos medios y altos y a lo largo de avenidas importantes que facilitan la accesibilidad para captar un mayor número de consumidores. Concentran mayor número en las delegaciones Miguel Hidalgo, Benito Juárez, Cuauhtémoc, Coyoacán, Alvaro Obregón y los municipios de Naucalpan, Huixquilucan y Cuajimalpa.

Finalmente, 19 plazas comerciales repiten el patrón de localización anterior, aunque prefieren las zonas semiperiféricas y periféricas. La mayoría de ellas alojan cuando menos un autoservicio o supermercado que funciona como tienda “ancla” para atraer a los consumidores, varias de ellas se localizan, en el caso de la Ciudad de México, a lo largo de los ejes más importantes de tráfico de la ciudad como la Av. Insurgentes (Plaza Inn), el Circuito interior (Galerías Plaza) y el periférico (Pabellón Polanco), o bien en subcentros urbanos densificados, son el caso de Plaza Narvarte, Plaza Coyoacán, Galerías Coapa, etc.

Distribución interurbana

En nuestro país el comercio alimentario a través de tiendas de autoservicio no sólo apareció como tal en la Ciudad de México sino que además mantuvo una presencia exclusiva en esta urbe ya que creció en una escala limitada durante unos 30 años.⁷²

⁷² Cabe señalar por ejemplo que la cadena Gigante desde su fundación en 1962 hasta 1977 llegó a contar únicamente con 12 tiendas ubicadas en la Ciudad de México.

La Zona metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM), además de que constituye la principal Ciudad del país, se ha consolidado históricamente como el mayor mercado nacional de alimentos; situación que la hace acreedora al mayor número de tiendas de autoservicio con 244 de las inscritas en la ANTAD. En promedio, estas unidades representan una cobertura de 81,871 habitantes por tienda lo que significa un nivel relativamente medio de atención debido a que los autoservicios sólo se han ubicado en las delegaciones del D.F. y 11 municipios conurbados del Estado de México, quedando al margen cerca de 20 municipios que no cuentan con tiendas. No obstante, si se toma en cuenta sólo el número de delegaciones centrales que conforman la Ciudad de México “original” nos da como resultado un alto nivel de sobreatención por habitante. Cabe destacar que desde finales de la década de los setenta y hasta la fecha, los supermercados y autoservicios han entrado en un proceso acelerado de crecimiento y movilidad interurbana. De esta manera se han desplazado a regiones y ciudades que ya constituían mercados atractivos, bien sea por su alta densidad demográfica o por su elevado nivel de ingresos y hábitos alimenticios congruentes con el tipo de productos que distribuyen los autoservicios. Las cadenas comerciales se han trasladado ahora a grandes urbes como Monterrey, Guadalajara y Puebla, ubicándose como los centros de segunda importancia, después de la Ciudad de México. El caso de Monterrey constituye un claro ejemplo de una ciudad con un nivel elevado de atención comercial a partir de tiendas de autoservicio, es decir 190 establecimientos donde, en promedio, cada una atiende a 13,704 habitantes, mientras que Guadalajara, aunque con una población similar, el número de tiendas es menor con 99 y la relación población-tienda es mayor con 30,174, finalmente Puebla es un caso muy similar a Guadalajara aunque con una relación de 48,628 habitantes por tienda (véanse cuadros 10 y 11).

Por otra parte, la saturación comercial relativa de las grandes ciudades y la expansión de las principales cadenas de autoservicio en busca de mayores cuotas de mercado, ha dado como resultado que las ciudades medias se conviertan actualmente

en los centros más atractivos para la penetración de nuevos autoservicios y supermercados. La alta congruencia entre los rangos de ciudades⁷³ y la estructura cuantitativa de los sistemas comerciales de autoservicio permiten detectar este fenómeno y adicionalmente es factible analizar el equipamiento comercial, así como la ubicación de los centros de demandas alimentarias nacionales (véase cuadro 10).

Ciudades medias de los rangos 3, 4 y 5, especialmente las ubicadas en entidades fronterizas, constituyen centros claramente con un alto grado de sobreatención comercial a partir de los autoservicios entre las que cabe destacar, Culiacán con 64 establecimientos, Chihuahua con 54, Saltillo con 51, Mexicali con 49, Torreón con 45, Ciudad Juárez con 41, Hermosillo y Reynosa con 37, Tijuana con 25. Este patrón espacial de los autoservicios corresponde a 2 factores fundamentales: por una parte dichas ciudades cuentan con niveles de ingreso relativamente altos, y por otro lado sus patrones culturales, muy vinculados a los de Estados Unidos, se traducen en hábitos de consumo mediante los cuales los alimentos distribuidos en tiendas de autoservicio se convierten en un modelo predominante.

A nivel de ciudades medias que poseen una presencia importante de autoservicios, pero con niveles medio-bajos de atención es el caso de Mérida con 16 tiendas, Veracruz con 18, Cuernavaca con 16 y San Luis Potosí con 17.

Finalmente, ciudades de rango 6 como Poza Rica, Tepic, Uruapan, Campeche, Tlaxcala, Oaxaca y otras tienen los niveles más bajos en cuanto a número de tiendas integrando 10 o menos tiendas lo que a su vez significa un nivel elevado de desatención a partir de estos canales comerciales.

La estructura interurbana anterior que guardan los estable-

⁷³ Nos basamos en las jerarquías del Sistema Nacional de Ciudades que elaboró el Consejo Nacional de Población, 1991. Considera que las ciudades existentes en el país se articulan jerárquicamente por 80 núcleos en categorías cuya clasificación corresponde a la importancia de cada ciudad desde el punto de vista demográfico, económico, así como su radio de influencia. En el primer rango se ubica la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, en el segundo: Monterrey, Guadalajara y Puebla y sucesivamente hasta el rango número 6.

Cuadro 10
Número de habitantes por tienda de autoservicio
en el sistema nacional de ciudades

	Ciudad	Número de tiendas	Población 1990	Habitantes por tienda
Rango 1	Z.M.C.M.	244	15,047,685	61,671
Rango 2	Monterrey	190	2,603,709	13,704
	Guadalajara	99	2,987,194	30,174
	Puebla	32	1,556,092	48,628
Rango 3	Chihuahua	54	534,699	9,902
	Tijuana	25	747,381	29,895
	Hermosillo	37	448,996	12,135
	León	12	9,551,521	795,960
	Querétaro	14	555,491	39,678
	Toluca	8	827,163	103,395
	Cuernavaca	16	511,779	31,986
	Veracruz	18	522,195	29,011
Rango 4	Tampico	21	781,590	37,219
	Cd. Madero	7	160,331	22,904
	Torreón	45	1,205,355	26,786
	Gómez Palacio	13	94,324	7,256
	Mexicali	49	601,938	12,284
	Cd. Obregón	15	NE	0
	Culiacán	64	601,123	9,393
	Morelia	2	492,901	246,451
	San Luis Potosí	17	658,712	38,748
	Acapulco	4	539,212	134,803
	Xalapa	4	372,357	93,089
	Coatzacoalcos	9	552,732	61,415
	Villahermosa	8	NE	0
Mérida	26	664,882	25,572	
Rango 5	Matamoros	10	303,293	30,329
	Reynosa	37	376,676	10,180
	Nuevo Laredo	18	219,468	12,193
	Saltillo	51	469,166	9,199
	Cd. Juárez	41	798,499	19,476
	Ensenada	3	259,979	86,660

Cuadro 10 (continuación)

	Ciudad	Número de tiendas	Población 1990	Habitantes por tienda
	Mazatlán	9	314,345	34,927
	Aguascalientes	7	549,366	78,481
	Irapuato	2	699,249	349,625
	Celaya	4	423,632	105,908
	Guanajuato	1	234,300	234,300
	Pachuca	2	201,450	100,725
	Orizaba	4	292,909	73,227
	Córdova	3	221,005	73,668
	Minatitlán	3	195,523	65,174
	Tuxtla Gtz.	4	295,608	73,902
	Oaxaca	0	322,317	0
	Cancún	8	187,431	23,429
Rango 6	Poza Rica	3	234,450	78,150
	Tuxpán	2	143,187	71,594
	Cd. Valles	2	NE	0
	Cd. Victoria	11	207,923	18,902
	Piedras Negras	6	NE	0
	Monclova	5	281,628	56,326
	Sabinas	1	27,540	27,550
	N. Casas Grandes	1	10,042	10,042
	Cauhtémoc	4	112,589	28,147
	Delicias	3	104,014	34,671
	Parral	3	90,647	30,216
	Durango	10	413,835	41,384
	S.L. Río Colorado	1	110,530	110,530
	Navojoa	4	122,061	30,515
	Nogales	3	107,936	35,979
	Guaymas	6	175,109	29,185
	La Paz	2	160,970	80,495
	Los Mochis	9	NE	0
	Tepic	6	241,463	40,244
	Pto. Vallarta	6	111,457	18,578
	Manzanillo	1	92,863	92,863
	Colima	1	154,347	154,347
	Cd. Guzmán	0	74,068	0
	Zamora	0	185,445	0
	Uruapan	1	217,068	217,068

Cuadro 10 (continuación)

	Ciudad	Número de tiendas	Población 1990	Habitantes por tienda
	Lázaro Cárdenas	0	134,969	0
	Zacatecas	5	191,326	38,265
	Salamanca	2	204,311	102,156
	Iguala	0	101,067	0
	Chilpancingo	0	165,107	0
	Tulancingo	0	92,570	0
	Tlaxcala	0	153,729	0
	Tehuacán	0	155,563	0
	Tapachula	4	222,405	55,601
	Salina Cruz	0	65,707	0
	Campeche	2	173,645	85,823
	Chetumal	2	NE	0

Fuente: Elaboración propia a partir de información de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, 1992.

CONAPO, *El Sistema Nacional de Ciudades*.

cimientos comerciales de autoservicio y supermercados, vista a través de grandes cadenas, tienen expresiones regionales que merecen ser analizadas con detenimiento. Los tres principales grupos comerciales en México se han ubicado hasta 1992 en 49 ciudades de las cuales Cifra participa en 13, Comercial Mexicana en 31 y Gigante en 34 (véase cuadro 12). Esas variaciones demuestran que la penetración de las grandes cadenas no ha sido homogénea hacia todas las ciudades, sino que se aprecian estrategias en la conformación de grupos de control de mercados urbanos específicos.

La Ciudad de México, el mayor mercado nacional, aunque tiene presencia de las tres cadenas se aprecia un fuerte predominio de Cifra (Aurrerá, Superama y bodegas) que ha concentrado 81 establecimientos; por su parte Gigante con sólo 29 tiendas en la ZMCM, se ha consolidado en las ciudades de 3 regiones: Guadalajara en el centro Occidente, Tijuana y Ensenada en el Noroeste, y en el Noreste Monterrey y las principales

Cuadro 11
Número de tiendas de autoservicio y supermercados
en la estructura del sistema nacional de ciudades, 1992

Rango 1	Número de tiendas	Rango 3	Número de tiendas
Z.N.M.C.	244	Chihuahua	54
		Tijuana	25
		Hermosillo	37
		León	12
(DF + 11 municipios conurbados del Estado de Méx.)	145 pertenecen a 3 grandes cadenas: Cifra, Comercial Mexicana y Gigante	Querétaro	14
		Toluca	8
		Cuernavaca	16
		Veracruz	18
Rango 2	Número de tiendas	Rango 4	Número de tiendas
Monterrey	190	Tampico	21
	60 pertenecen a 4 grandes cadenas: Gigante, Benavides, Comercial Mexicana y Soriana	Cd. Madero	7
		Torreón	45
		Gómez Palacio	13
		Mexicali	49
		Cd. Obregón	15
		Culiacán	64
		Morelia	2
Guadalajara	99	San Luis Potosí	17
	30 pertenecen a 4 grandes cadenas: Gigante, Aurrera, Comercial Mexicana y Club de Precios	Acapulco	4
		Xalapa	4
		Coatzacoalcos	9
		Villahermosa	8
		Mérida	26
Puebla	32		
	13 pertenecen a 3 grandes cadenas: Gigante, Cifra, y Comercial Mexicana		

Cuadro 11 (continuación)

Rango 5	Número de tiendas	Rango 6	Número de tiendas
Matamoros	10	Poza Rica	3
Reynosa	37	Tuxpan	2
Nuevo Laredo	51	Cd. Valles	2
Cd. Juárez	41	Cd. Victoria	11
Ensenada	3	Piedras Negras	6
Mazatlán	9	Monclova	5
Aguascalientes	7	Sabinas	1
Irapuato	2	N. Casas Grandes	1
Celaya	4	Cuauhtémoc	4
Guanajuato	1	Delicias	3
Pachuca	2	Parral	3
Orizaba	4	Durango	10
Córdoba	3	S.L. Río Colorado	1
Minatitlán	3	Navojoa	4
Tuxtla Gtz.	4	Nogales	3
Oaxaca	-	Guaymas	6
Cancún	8	La Paz	2
		Los Mochis	9
		Tepic	6
		Pto. Vallarta	6
		Manzanillo	1
		Colima	1
		Cd. Guzmán	-
		Zamora	-
		Uruapan	1
		Lázaro Cárdenas	-
		Zacatecas	5
		Salamanca	2
		Iguala	-
		Chilpancingo	-
		Tulancingo	-
		Tlaxcala	-
		Tehuacán	-
		Tapachula	4
		Salina Cruz	-
		Campeche	2
		Chetumal	2

Fuente: misma del cuadro núm. 10.

Cuadro 12
Número de establecimientos de autoservicio de las
grandes cadenas comerciales por ciudad, 1992*

Estado	Ciudad	Cifra	Comercial Mexicana	Gigante	Total Ciudad	Total Estado
Aguascalientes	Aguascalientes	1	2		3	3
Baja California	Ensenada			9	9	28
	Mexicali		1	2	3	
	Tecate			1	1	
	Tijuana		1	14	15	
Baja California Sur	Rosarito	1			1	1
Coahuila	Saltillo			2	2	3
	Torreón			1	1	
Colima	Colima		1		1	2
	Manzanillo		1		1	
Durango	Durango			1	1	1
ZMCM (Zona Conurbada)	Ciudad de México	82	63	29	174	174
México	Toluca	1	1	2	4	4
Guanajuato	Celaya		2	2	4	15
	Irapuato	1	1		2	
	León	1	5		6	
	San Miguel de Allende			1	1	
	Salamanca		1	1	2	
Guerrero	Acapulco		2	1	3	3
Hidalgo	Pachuca	1	1		2	2
Jalisco	Guadalajara	5	3	20	28	43
	Puerto Vallarta		2	1	3	
	Tlaquepaque		1	1	2	
	Tonalá		1		1	
	Zapopan	1	2	6	9	

Cuadro 12 (continuación)

Estado	Ciudad	Cifra	Comercial Mexicana	Gigante	Total Ciudad	Total Estado
Michoacán	Morelia Uruapan	1	2	1 1	4	5 1
Morelos	Cuautla Cuernavaca	3	1 3	3	1 9	10
Nayarit	Tepic		1		1	1
Nuevo León	Garza García Monterrey S. Nicolas de las Garzas		1 2	23	1 25	28
Oaxaca	Oaxaca			2	2	2
Puebla	Puebla	6	3	4	13	13
Querétaro	Querétaro	1	2	1	4	4
Quintana Roo	Cancún		2		2	2
San Luis Potosí	San Luis Potosí		3	3	6	6
Sinaloa	Culiacán Mazatlán		1 1	1	1 2	3
Tamaulipas	Ciudad Victoria Matamoros Nuevo Laredo Reynosa Tampico		1	2 4 3 2	2 4 3 2	12
Tlaxcala	Tlaxcala			1	1	1
Veracruz	Boca del Río Orizaba Xalapa	1		1 1 1	1 1	3
Total		106	115	148	369	369

Fuente: Elaboración propia a partir de ANTDA, *Informe de autoservicios por ciudades y Estados*, 1992.

Ciudades de Tamaulipas para integrar un total de 90 tiendas en dichas regiones. Finalmente Comercial Mexicana aunque tiene un alto nivel de operaciones en la ZMCM con 69 tiendas, es la cadena que posee una distribución más homogénea en el país (30 ciudades entre 1 y 3 establecimientos), por este hecho carece de concentraciones regionales importantes.

Por su parte cadenas comerciales en donde tradicionalmente su participación se ha ubicado en el control de regiones específicas se integran de la siguiente manera: el grupo Sorimex participa en 20 ciudades de la regiones Norte y Noreste destacando la Comarca Lagunera (Torreón-Gómez Palacio), Monterrey, Chihuahua, Zacatecas, Aguascalientes y Tamaulipas. Chedraui tiene el control total del Centro Oriente (Golfo de México), específicamente en las Ciudades de Veracruz, Jalapa, Córdoba, Coatzacoalcos, Poza Rica, Villahermosa y Tuxtla Gutiérrez en el Sur. Esta distribución espacial se encuentra en correlación con el control que ejercen los grupos regionales hegemónicos, pero este patrón tiende a perderse en la medida que los grupos comerciales con fuerza se expanden.

Finalmente el mercado de la Región Noroeste con presencia de Gigante se comparte con otras dos cadenas: Casa Ley en ciudades de los estados de Sonora, Sinaloa, Baja California y Nayarit destacando Ciudad Obregón, Culiacán, Mazatlán, Los Mochis, Tepic, Hermosillo, Mexicali y Tijuana. Las tiendas VH tienen una presencia importante en la misma región destacando las ciudades de Hermosillo, Los Mochis y Nogales (véase cuadro 13).

Distribución nacional

Si bien el análisis de los establecimientos por ciudades nos da cuenta de las estrategias regionales de los grupos comerciales y de sus tendencias de desplazamiento interurbano para el control de mercados específicos, incorporando las Entidades Federativas como unidad de análisis espacial se puede identificar los niveles globales de equipamiento y atención comercial a partir del número de establecimientos y la superficie de venta.

El número de establecimientos constituye un indicador muy

Cuadro 13
Número de establecimientos de autoservicio de
cadenas regionales por ciudad, 1992

Estado	Ciudad	Sorimex	Chedraui	VH	Casa Ley ciudad	Total estado	Total
Aguascalientes	Aguascalientes	1				1	1
Baja California	Mexicali Tijuana	1			4 2	4 3	7
Chiapas	Tuxtla Gtz.		1			1	1
Chihuahua	Delicias Cd. Juárez Chihuahua	1 3			3	1 3	7
Coahuila	Monclova Piedras Negras Saltillo Torreón	1 1 1 6				1 1 1 6	9
Durango	Durango Gómez Palacio	2 1				2 1	3
México	Atizapán de Z.		1			1	1
Nayarit	Tepic				3	3	3
Nuevo León	Guadalupe Garza García Monterrey S. Nicolas de las Garzas Sta. Catarina	2 1 5 1			1	2 1 5 1	10
Puebla	Puebla		1			1	1
Sinaloa	Culiacán Guamuchil Guasave Los Mochis Mazatlán			3	1 1 1 2 4	1 1 1 5 4	12

Cuadro 13 (continuación)

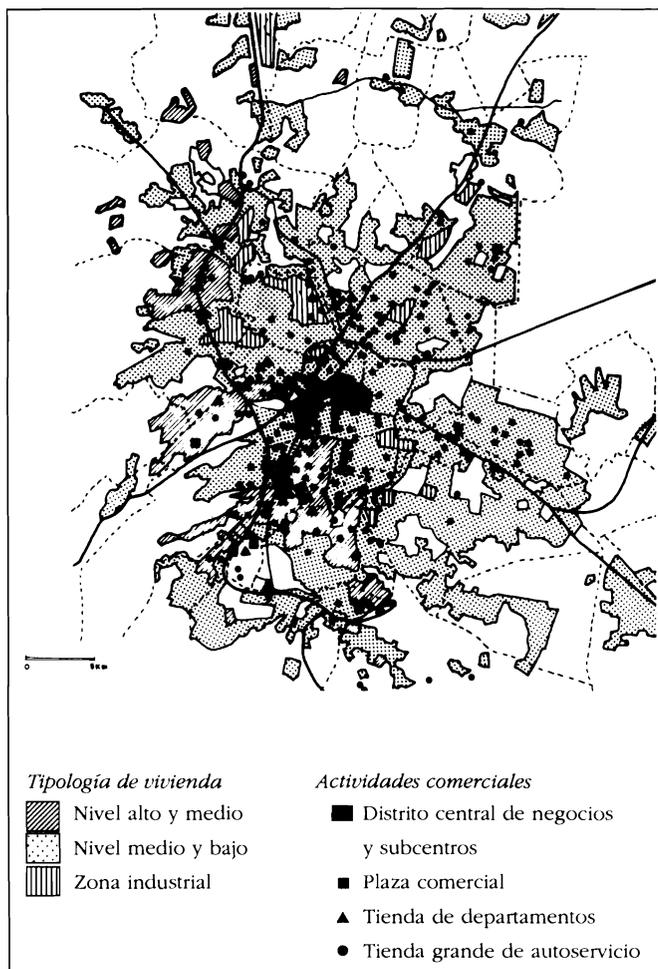
Estado	Ciudad	Sorimex	Chedraui	VH	Casa Ley ciudad	Total estado	Total
Sonora	Cd. Obregón				5	5	26
	Guaymas				1	1	
	Hermosillo			12	4	16	
	Huatabampo				1	1	
	Novojoa				1	1	
	Nogales			2		2	
Tabasco	Villa Hermosa		2			2	2
Tamaulipas	Matamoros	1				1	4
	Nuevo Laredo	1			1	1	
	Reynosa	1				1	
	Tampico		1			1	
Veracruz	Coatzacoalcos		1			1	9
	Córdoba		1			1	
	Poza Rica		1			1	
	Veracruz		3			3	
	Xalapa		3			3	
Yucatán	Mérida		1			1	1
Zacatecas	Zacatecas	1				1	1
Total		35	16	17	30	98	98

Fuente: Elaboración propia a partir de ANTAD, *Informe de Autoservicios por Ciudades y Estados*, noviembre de 1992.

relativo, dado que se cuantifican todas las unidades independientemente de su tamaño o categoría comercial. A pesar de ello se puede observar en el mapa 2 un alto número de establecimientos en Nuevo León y el Distrito Federal; el primero concentra el mayor porcentaje de estos establecimientos comerciales a nivel nacional con el 17.5%, mientras que el D.F. aún sumando sus municipios conurbados contabiliza sólo el 15.8% de los establecimientos.

De cualquier manera, no obstante la gran difusión de los au-

Mapa 1
Ciudad de México.
Diferenciación espacial de los ingresos y equipamiento comercial

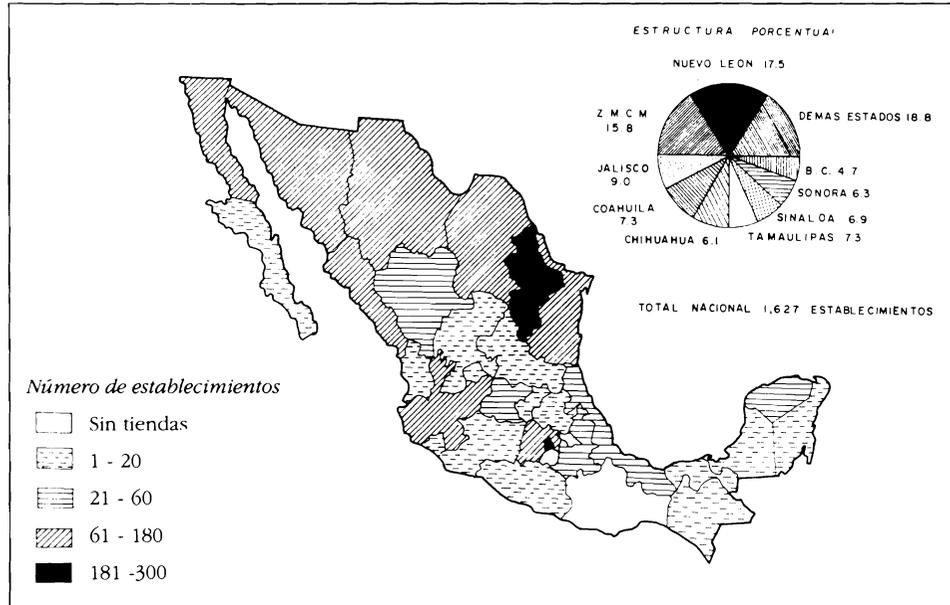


* Basado en el mapa elaborado por Buró de Información de Mercados S.A. (BIMSA), México 1990.

Fuente: Gormsen, Erdmann y Klein Lupke Rainer, "La plaza comercial en A.L., un nuevo patrón de metropolización", Ponencia del coloquio: Grandes metrópolis de África y América Latina, Toulouse, 27-29, Nov. de 1991.

Mapa 2

Supermercados y tiendas de autoservicio por entidad federativa, 1992



Fuente: Elaboración propia a partir de información proporcionada por la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales 1992.

toservicios en ciudades medias, se puede decir que 3 Estados donde se ubican las principales zonas metropolitanas del país: Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara concentran el 42% de las unidades a nivel nacional.

En un rango medio alto (de 61 a 180 tiendas) aparecen todas las entidades de la frontera norte y Sinaloa, con excepción de Nuevo León que ya se mencionó, las cuales concentran el 38.7% de los establecimientos a nivel nacional.

En una categoría media se encuentran entidades como Durango, Guanajuato, Puebla, Veracruz y Yucatán donde cada una posee entre 21 y 60 establecimientos, en conjunto les corresponde casi el 10% de las unidades del país.

La categoría más baja en cuanto a número de establecimientos (de 1 a 20 unidades) tiene la frecuencia más amplia, dado que se presenta en 15 entidades federativas: Baja California Sur, Nayarit, Zacatecas, Aguascalientes, San Luis Potosí, Querétaro, Colima, Michoacán, Guerrero, Morelos, Hidalgo, Tabasco, Chiapas, Quintana Roo y Campeche, únicamente concentran el 12% de los establecimientos del país.

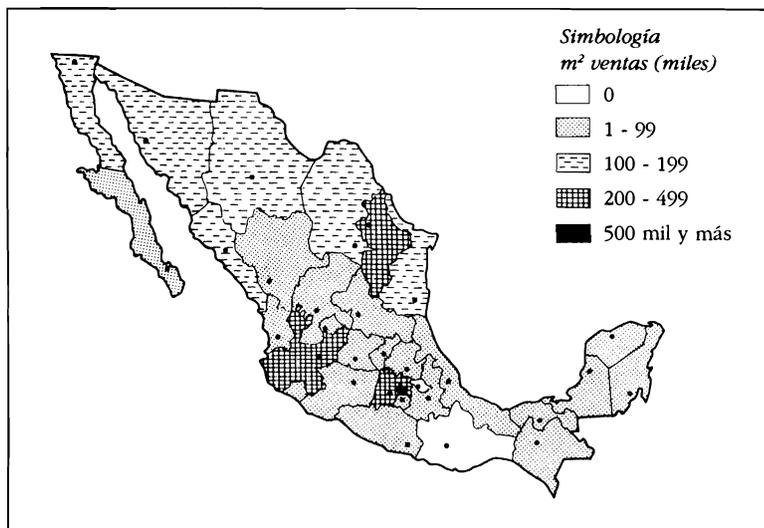
Finalmente, estados que hasta 1992 no registraron tiendas en el Directorio de la ANTAD fueron Tlaxcala y Oaxaca, aunque cabe señalar que recientemente en dichas entidades se colocaron las primeras tiendas Gigante (véase cuadro 12).

Un indicador más objetivo y que permite detectar los grados “reales” de equipamiento comercial constituye la superficie de venta de los establecimientos. Esta información comparándola con población asistida nos permite a su vez estimar la cobertura relativa y los posibles niveles de las demandas alimentarias.

El país, hasta noviembre de 1992, poseía 2'857,918 m² de superficie de venta en autoservicios y supermercados registrados en la ANTAD. Por entidades federativas se reafirma el lugar preponderante de la ZMCM, como el mayor mercado nacional, ya que con menos establecimientos que Nuevo León tiene una superficie de ventas mayor, llegando a 813 mil metros cuadrados contra 280 mil de Nuevo León y 218 de Jalisco que les corresponden el 9.8% y el 7.6% del total nacional respectivamente (véase mapa 3).

Mapa 3

Superficie de venta en supermercados y tiendas de autoservicio por entidad federativa 1992



Fuente: Elaboración propia a partir de información de ANTAD, México 1992.

En los demás estados se aprecia un comportamiento similar al registrado en cuanto a número de establecimientos, es decir los estados de la Frontera Norte y Sinaloa se consolidan como una región muy importante por lo que corresponde a estos sistemas comerciales con niveles altos de atención por habitante captando en conjunto cerca del 25% de la superficie total de venta del país.

La tendencia más difundida se da en 19 Entidades con equipamiento comercial bajo y altos niveles de desatención por habitante, que se ubican en un rango de 8 a 99 mil metros cuadrados de venta (véase mapa 3). Finalmente donde la presencia de unidades es nula, en los términos anteriormente señalados, y que por lo tanto no se registra superficie de venta se ubica Tlaxcala y Oaxaca (véase cuadro 14).

Consumo alimentario y globalización de los servicios comerciales

La integración de las economías nacionales a la dinámica de los mercados mundiales ha dado lugar a la formación de alianzas estratégicas entre los países que comienzan a delinear grandes regiones económicas bajo condiciones de libre comercio. Destacan hoy en día la Comunidad Económica Europea (hoy Unión Europea) y los procesos de formación de la Cuenca del Pacífico y el Tratado Trilateral de Libre Comercio entre México, Estados Unidos, Canadá.

En este contexto, el capital trasnacional ha incrementado su expansión por dos vertientes: a partir de las corporaciones multinacionales que con sus filiales tienden a ubicarse en un mayor número de países de menor desarrollo con la finalidad de obtener ventajas comparativas (mano de obra, recursos, etc.) y el control de mercados específicos. Por otra parte, diversos mecanismos de descentralización y subcontratación de procesos productivos hacia otros países: segmentos de producción de partes, ensamblajes, componentes, maquiladoras y servicios.

El éxito de estos mecanismos de expansión del capital están sustentados en la adopción de diversos esquemas productivos y acciones estratégicas de las empresas que a su vez les permitirá garantizar su permanencia en los mercados mundiales ya que dichos esquemas están orientados primordialmente hacia la integración de cadenas productivas, una mayor centralización de la producción y elevar los niveles y de rentabilidad y competitividad.

De acuerdo a ello se pueden observar los siguientes mecanismos y estrategias que han adoptado las empresas o los Estados:

- Nuevos procesos productivos vinculados con el desarrollo científico-tecnológico, en donde las empresas han entrado a diversos procesos de modernización basados en la automatización de procesos y la incorporación de nuevas tecnologías como la robótica, las

Cuadro 14
Número de supermercados y tiendas de autoservicio, superficie de venta
por entidad federativa, 1992

	Número de Establecimientos	%	Superficie de venta m ²	%	Población (1990)	Habitantes por tienda de venta	Habitantes por m ²
Total Nacional	1,649	100.0	2,857,918	100.0	81,249,645	49,272	28
Aguascalientes	7	0.4	32,000	1.1	719,659	102,808	22
BC	77	4.7	139,415	4.9	1,660,855	21,570	12
BC	53	0.2	8,600	0.3	317,764	105,921	37
Campeche	4	0.2	10,000	0.3	535,185	133,796	54
Coahuila	121	7.3	147,108	5.1	1,972,340	16,300	13
Colima	2	0.1	10,620	0.4	428,510	214,255	40
Chiapas	15	0.9	36,240	1.3	3,210,498	214,033	89
Chihuahua	106	6.4	151,618	5.3	2,441,873	23,037	16
D.F.	181	11.0	511,255	17.9	8,235,744	45,501	16
Durango	29	1.8	31,709	1.1	1,349,378	46,530	43
Guanajuato	22	1.3	72,382	2.5	3,982,593	181,027	55
Guerrero	4	0.2	19,231	0.7	2,620,637	655,159	136
Hidalgo	2	0.1	10,500	0.4	1,888,366	944,183	180
Jalisco	149	9.0	218,369	7.6	5,302,689	35,589	24
México	81	4.9	302,593	10.6	9,815,795	121,183	32
Michoacán	14	0.8	34,486	1.2	3,548,199	253,443	103

Cuadro 14 (continuación)

	Número de Establecimientos	%	Superficie de venta m ²	%	Población (1990)	Habitantes por tienda de venta	Habitantes por m ²
Morelos	17	1.0	36,028	1.3	1,195,059	70,298	33
Nayarit	6	0.4	17,862	0.6	824,643	137,441	46
Nuevo León	289	17.5	280,072	9.8	3,098,736	10,722	11
Oaxaca	0	0.0	0	0.0	3,019,560	0	0
Puebla	33	2.0	91,699	3.2	4,126,101	125,033	45
Querétaro	14	0.8	29,586	1.0	1,051,235	75,088	36
Quintana Roo	10	0.6	19,550	0.7	493,277	49,328	25
S.L.P.	19	1.2	34,507	1.2	2,003,187	105,431	58
Sinaloa	113	6.9	120,721	4.2	2,204,054	19,505	18
Sonora	102	6.2	136,185	4.8	1,823,606	17,878	13
Tabasco	11	0.7	33,754	1.2	1,501,744	136,522	44
Tamaulipas	120	7.3	150,466	5.3	2,249,581	18,747	15
Tlascala	0	0.0	0	0.0	761,277	0	0
Veracruz	60	3.6	119,584	4.2	6,228,239	103,804	52
Yucatán	26	1.7	42,595	1.5	1,362,940	46,676	32
Zacatecas	10	0.6	9,185	0.3	1,276,323	127,632	139

Fuente: Elaboración propia a partir de información de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, 1992. Población tomada de INEGI, *XI Censo General de Población y Vivienda, 1990*.

Cuadro 15
Comercio alimenticio en supermercados,
tiendas de autoservicio y almacenes 1988

	Unidades Económicas Censadas	Personal ocupado	ingresos
Aguascalientes	37	1,057	61,464.2
B. California	237	5,697	732,797.7
B. California S.	94	1,208	134,276.5
Campeche	121	1,147	93,594.1
Coahuila	309	6,773	558,810.0
Colima	33	546	43,917.9
Chiapas	95	1,202	99,463.6
Chihuahua	273	5,723	562,799.1
D.F.	448	12,729	1,229,112.6
Durango	98	2,027	710,139.2
Guanajuato	237	1,658	113,966.5
Guerrero	88	1,616	132,672.7
Hidalgo	115	813	87,217.4
Jalisco	432	5,561	500,052.4
México	325	5,677	706,492.8
Michoacán	228	1,360	99,273.8
Morelos	117	1,165	115,527.1
Nayarit	107	1,094	92,192.8
Nuevo León	273	8,698	814,499.4
Oaxaca	375	1,264	104,211.9
Puebla	187	1,499	119,826.6
Querétaro	46	382	24,146.2
Quintana Roo	57	1,698	139,331.4
S.L.P.	131	1,199	107,783.1
Sinaloa	251	4,177	703,915.6
Sonora	153	3,472	335,784.2
Tabasco	113	1,536	179,838.4
Tamaulipas	330	8,311	684,487.5
Tlaxcala	40	391	24,908.7
Veracruz	399	7,209	712,923.1
Yucatán	131	2,464	216,849.5
Zacatecas	52	813	65,238.0
Total nacional	5,932	100,167	10,307,696.0

Fuente: Elaboración propia a partir de información de INEGI, *Censos Económicos, 1988*.

telecomunicaciones, la informática y microelectrónica, entre otras.

- Reorganización laboral basada en una mayor flexibilización de la fuerza de trabajo que ha dado lugar a cambios y suspensión de personal, ajustes sobre los gastos del proceso productivo, modificaciones en los contratos colectivos y una nueva cultura laboral que se sustenta en la formación de círculos de trabajo y programas de capacitación para incorporar de manera mayor a los trabajadores en los procesos productivos.
- Fusiones y quiebras de empresas con fines de centralización del capital y que son el reflejo de formas intensificadas de competencia global.
- Privatización de empresas públicas y desregulación de procesos productivos tendientes a fomentar la concurrencia de grupos privados que optimicen el funcionamiento de sectores económicos específicos y la distribución de bienes y servicios bajo un esquema de competencia y libre mercado.
- Nuevas modalidades de internacionalización de capital como los *joint-ventures*, que consisten en alianzas interfirmas para realizar inversiones de riesgo; *Leveraged-buyouts* (compras apalancadas) es decir compra-venta de empresas financiadas con los activos de la misma empresa y su capacidad de generación de capital; *franchisor* (franquicias) que consisten en concesiones de empresas generalmente multinacionales para explotar productos y servicios; agromaquilas que se pueden definir como concesiones de tierras a agroindustrias transnacionales y asociaciones con productores con el fin de integrar cadenas productivas.

Bajo este esquema, el comercio y el consumo de alimentos adquiere una nueva dimensión, ya que por una parte las ciudades se han conformado en los mercados más dinámicos donde operan redes de empresas transnacionales de servicios, incluidos el comercio de alimentos. Paralelamente el esquema de pro-

ducción y comercio mundial se ha manifestado también en un proceso de globalización cultural que desde el punto de vista alimentario se traduce en la difusión de patrones de consumo similares a los de los centros hegemónicos y por lo tanto en los últimos años ha empezado a darse una introducción de productos alimentarios y servicios a gran escala a partir de empresas trasnacionales.

Estos nuevos esquemas de distribución de alimentos han modificado paulatinamente la estructura del consumo de la población mexicana, la introducción de productos y servicios se realiza a través de cadenas de autoservicios y franquicias.

Las grandes cadenas de autoservicios privadas de nuestro país, como se explicó anteriormente, distribuyen la mayor proporción de alimentos en las ciudades para los grupos de ingresos medios y altos. Estas cadenas en la actualidad han adoptado diversas estrategias para enfrentar los retos del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá. Destaca la asociación con similares firmas comerciales de Estados Unidos: Aurrerá con Wal-Mart, Gigante con Fleming y Comercial Mexicana con Price Club. Estos procesos de *Joint-ventures*, establecen que cada empresa debe aportar el 50% del capital para realizar nuevas inversiones. Estas alianzas significan para las cadenas mexicanas nuevas formas de financiamiento y complementación para expandirse en busca de mayores cuotas de mercado, mientras que para las firmas estadounidenses la asociación les permitirá penetrar por primera vez a los mercados mexicanos, conocer las estrategias de localización y paralelamente introducir productos desde el exterior. Cabe destacar que durante 1992 y 1993 ya surgieron las primeras tiendas resultado de las asociaciones señaladas: Club Aurrerá, Gigante Fleming y Price-Club y están orientadas para controlar mercados a partir de sistemas de membresías y sistemas de impacto de precios que buscan sustituir a las tradicionales tiendas de abarrotes.

Estos clubes de precios, desarrollados con gran éxito en Estados Unidos, se convertirán en los mayores centros de abasto de la clase media y alta de las principales ciudades mexicanas, promoviendo con ello el intermediarismo a pequeña escala,

así como la atención al consumidor final, dado que ofrecen productos al mayoreo y medio mayoreo.

Como una modalidad importante de comercialización de alimentos se encuentra la introducción de franquicias. Estas consisten en transferencias de marcas registradas, convenidas previamente, operadas por nacionales para desarrollar la comercialización de productos y servicios, generalmente de alta calidad, provenientes del país origen de la franquicia.

En México, esta modalidad comercial aunque no es nueva, ha tenido gran auge en los últimos años por los siguiente factores:⁷⁴

- Abrogación de las Leyes de Transferencia Tecnológicas y de Invenciones y Marcas.
- Expedición de la Ley de Protección y Fomento de la Propiedad Industrial.
- Desregulación de la Ley de Inversiones Extranjeras.
- Perspectivas favorables de estabilidad y crecimiento económico.
- Amplios e inexplorados mercados urbanos.
- Bajo costo de mano de obra (temporal).

A partir de 1990 el país registró un ingreso inédito de franquicias, dado que en dos años aparecieron 60 concesiones provenientes principalmente de Estados Unidos para efectuar actividades comerciales, esto es el doble de lo que había registrado el mercado mexicano en toda su historia.

En la actualidad más de 150 franquicias operan en México, que después de Brasil, es el país Latinoamericano con más concesiones, de las cuales el 70% son de origen extranjero, y se ubican en más de 800 establecimientos. En 1991 tuvieron ventas globales del orden de 750 millones de dólares y generaron aproximadamente 70 mil empleos.⁷⁵

De manera similar que en los Estados Unidos, operan principalmente en cinco sectores de actividad: Restaurantes, mercan-

⁷⁴ Revista *América Latina*, "Franquicias: la revolución comercial", en: *América Latina: Suplemento*, (s/p, s/f).

⁷⁵ *Idem*.

cías en general, hoteles, servicios automotrices y asesoría a empresas; sobresalen los restaurantes y la comercialización de comida rápida con el 43% de las concesiones y donde destacan establecimientos de pizzerías, elaboración de hamburguesas, embutidos para consumo inmediato, expendios de helados y centros comerciales diversificados de autoservicio en paquete. Algunas marcas representativas se pueden observar en el cuadro 16.

Cuadro 16
Franquicias representativas de comercialización
de alimentos

Arby's International	McDonalds
BaskinRobbins Ice Cream	Pizza Hut
Burger-Boy	Restaurante Niza
Chazz	Circle-K
Club de Precios	Shakey's Pizza
Danesa 33	Showbiz Pizza
Denny's	Subway
El Pollo Loco	Taco Inn
Food Circus	Vip's
Giragrill	What-a-Burger
Hard Rock Café	La Tablita
La Mansión	Kentucky Fried Chicken
Las Flautas	La Ferré
Helados Bing	

Fuente: *Expansión*, Mayo 15, 1991, pp. 31-33.

Cabe señalar que la mayoría de las franquicias en México se encuentran en una etapa inicial, aunque ya existen algunas con cobertura nacional e incluso se ha dado el caso de exportación de franquicias mexicanas al extranjero.

No obstante, el auge reciente de estas concesiones constituye una canal importante en la comercialización de alimentos en mercados urbanos para grupos sociales de ingresos medios y altos que han encontrado en las franquicias centros importantes para satisfacer sus demandas alimentarias.

Flujo regional de alimentos base. Estadística de centrales de abasto por ciudades 1990-1992

A partir del procesamiento de la información sobre flujos de productos en los años 1991-1992, se obtuvieron los siguientes resultados: flujos de 22 productos frutícolas, siete del rubro de granos y semillas y 28 variedades de hortalizas, considerándose el origen y destino que estos productos registran en la comercialización de las 20 principales centrales de abasto del país, según la rotación que guardan en las 32 entidades federativas.

En la producción y la especialización estatal agrícola se aprecia un panorama heterogéneo a nivel nacional. Es decir, existen entidades productoras y abastecedoras en uno o más productos mientras otras no figuran de manera importante como abastecedoras, esta situación provoca intercambios comerciales variados y movimientos de productos a largas distancias, tal es el caso del Distrito Federal que aparece como concentrador de todo tipo de frutas, granos, semillas y hortalizas y reexpide a su vez la producción hacia las centrales de Mérida, Yucatán, Villahermosa, Tabasco o Monterrey, N.L., por mencionar algunos ejemplos.

Por lo que se refiere al origen de los productos recibidos en las 20 centrales de abasto analizadas, destaca como rasgo común que la mayor parte de estas centrales reciben productos frutícolas procedentes de otros estados; es decir el 85% de las centrales de abasto importan de otros estados la producción frutícola consumida, a excepción de las centrales de Morelia, Michoacán, que consumió de su mismo estado el 64% de la producción frutícola registrada en productos tales como aguacate,

guayaba, limón, mandarina, mango, papaya, plátano, uva y zapote; la central de Mérida, consumió de su propio estado el 58% en este mismo rubro, destacan en este caso los productos siguientes: aguacate, lima, limón, mandarina, naranja, papaya y toronja; y la central de Puebla, Pue., que recibió el 43% de productos frutícolas del mismo estado; en este caso figuran el aguacate, durazno, mamey, pera, tejocote, tuna y zapote.

Las centrales de Aguascalientes (Abasto y Centro Comercial Agropecuario) sólo recibieron uno o dos productos de su mismo estado respectivamente (guayaba y uva); la de Hermosillo, toronja y naranja; Cuautla, aguacate y limón; Guadalajara, limón y mango y las centrales de Culiacán y Torreón recibieron de sus mismos estados únicamente mango y durazno respectivamente. Las restantes, Zacatecas, Villahermosa, Toluca, Monterrey, Mexicali, León, La Paz, el D.F. y Culiacán, el 100% de la producción de frutales provinieron de otros estados, destacando el hecho de que en las centrales de Villahermosa, y Culiacán, el abasto proviene en un 54% del Distrito Federal y en un 92% de Jalisco, respectivamente.

Las centrales que más recurren a las importaciones internacionales se ubican al norte del país: Cd. Obregón (durazno); Hermosillo (ciruela); La Paz (durazno, manzana y uva); Mexicali (durazno, manzana, naranja y toronja); Monterrey (durazno y uva); Zacatecas (durazno); sin embargo también figuran León, Mérida, y Toluca en manzana, Morelia con la uva.

En cuanto al origen de los granos básicos se detecta que la mayoría de las centrales solo recibió maíz, frijol y arroz, del propio estado donde se ubican el resto de los productos fueron importados de otras entidades. Aguascalientes, Cd. Obregón, Culiacán, Hermosillo, León y Mérida se abastecieron de maíz y frijol provenientes de su mismo estado; destacando Culiacán, al consumir el 100% de su producción de granos. Cuautla y Ecatepec recibieron de sus respectivos estados únicamente maíz; Guadalajara, sólo maíz y arroz; La Paz, garbanzo y maíz; Morelia, lenteja; Puebla, frijol y haba; y Zacatecas, frijol, alubia y maíz, las centrales restantes: el Distrito Federal, Monterrey, Toluca, Torreón y Villahermosa, importaron el 100% de los gra-

nos comercializados en sus centrales de abasto respectivas destacando Villahermosa al importar del D.F. el 57% de requerimientos.

Las centrales que mayormente recurrieron a las importaciones de grano y semillas destacan las siguientes: el D.F. (arroz, frijol y lenteja); Ecatepec, (arroz y frijol); Guadalajara (frijol y lenteja); Hermosillo, (arroz y frijol); La Paz, (arroz, frijol y lenteja); León, (frijol y lenteja); Mérida, (frijol); Monterrey, (arroz, frijol y lenteja); Morelia, (arroz y lenteja); Puebla, (arroz, frijol, alubia y lenteja); Toluca, (frijol y lenteja) y Torreón, (frijol y lenteja).

En cuanto al origen de las hortalizas tenemos que el 80% de las centrales de abasto satisface sus requerimientos con menos del 50% de sus productos en su mismo estado. Los porcentajes se expresan de la siguiente forma:

Aguascalientes (Central de Abasto), únicamente surtió ajo y el Centro Comercial Agropecuario, del mismo estado, un 43%; Cd. Obregón, 45%; Cuautla, 38%; Culiacán, 30%; Distrito Federal, únicamente nopal; Ecatepec, 16%; Guadalajara, 42%; Hermosillo, 38%; La Paz, únicamente tomate; Mérida, rábano; Monterrey, papa; Toluca, 37%; Torreón, chile y tomate; Villahermosa y Zacatecas, 30%.

En este mismo renglón destacan las centrales de Mexicali y Puebla que se abastecen en un 50% de la producción de hortalizas de su mismo estado; sobresalen también León con el 81% y Morelia, con el 82%.

El abasto hortícola de las centrales de Culiacán, proviene 70% de Jalisco; la de Mérida en 60% del Distrito Federal; la de Monterrey, en 47% del D.F.; la de Villahermosa, en un 31% del D.F. y un 30% de Puebla.

Las centrales que más recurrieron a importaciones internacionales de hortalizas nuevamente figuran las ubicadas al norte del país. Cd. Obregón, (apio, brocolí y coliflor); Hermosillo, (apio, brocolí, coliflor y chile); La Paz, (apio, coliflor, col y lechuga); Mexicali, (apio, brocolí, coliflor, melón, papa y zanahoria) y el D.F. con ajo.

Los estados que se especializan en la expedición de más de cinco productos destacan los siguientes: Michoacán con once

(aguacate, durazno, guayaba, limón, mandarina, mango, papaya, plátano, tomate y zapote); Puebla ocho (aguacate, ciruela, durazno, mandarina, mamey, pera, tuna y zapote); Veracruz ocho (limón, mandarina, naranja, toronja, piña, mango, papaya y plátano); Oaxaca con siete (ciruela, limón, piña, mango, mamey, plátano y papaya); Jalisco siete (aguacate, coco, guayaba, lima, limón, mandarina y mango); Yucatán seis (aguacate, lima, mandarina, naranja, toronja y papaya) y Colima seis (coco, limón, mango, mamey, plátano y tamarindo) y finalmente las frutas mayormente importadas del exterior fueron la ciruela, durazno, naranja, toronja y manzana.

Respecto a la especialización estatal en granos destaca la producción de los siguientes estados en más de tres productos: Jalisco con arroz, frijol, alubia, haba, lenteja y maíz; Sinaloa con arroz, frijol, garbanzo, haba y maíz; Guanajuato, con frijol, haba, lenteja y maíz; México con alubia, haba, lenteja y maíz; Puebla con frijol, alubia, garbanzo y haba; Sonora con frijol, garbanzo y maíz; Veracruz con arroz, frijol y haba; Zacatecas con frijol, alubia y maíz.

Las importaciones internacionales se concentraron en arroz, frijol, alubia, lenteja y maíz.

De los 27 productos hortícolas analizados, algunos estados se especializaron en más de cinco variedades de productos variados, al sumar 15 entidades las productoras participantes activas en la comercialización (47%) del total del país. Dentro de estas destacan, Guanajuato, Jalisco y Puebla con 20, 19 y 16 respectivamente, le siguen en importancia Sonora, Sinaloa, Aguascalientes y México 12, 11, 10 y 9 productos; posteriormente aparecen Michoacán, San Luis Potosí, Durango, Baja California con ocho diferentes productos cada uno; y finalmente Baja California Sur y Zacatecas seis productos; y Coahuila y Morelos con cinco productos.

Los diez productos hortícolas más importados del exterior fueron: ajo, apio, brocoli, coliflor, col, chile, lechuga, melón, papa y zanahoria.

Es importante resaltar el caso del Distrito Federal, entidad que aparece como concentradora de nueve variedades de fru-

tas, seis en granos y semillas y 16 productos hortícolas, de los cuales no produce ninguno —a excepción de ciertas cantidades de nopal (Milpa Alta)— y sin embargo constituye el centro de reexportación más importante de la República Mexicana.

Al observar el origen y destino de la producción de frutas, se establecen una serie de triangulaciones innecesarias que bien pueden explicar el incremento en el costo del producto al consumidor final.

En el aguacate destaca Michoacán por su envío a 13 estados de la República; entre ellos Jalisco, Puebla, Morelos y Yucatán, a pesar de que estos se especializaron en la producción de este frutal. A su vez el D.F. reexpide este producto a Tabasco y Yucatán.

En la producción de guayaba destaca Aguascalientes al enviar a siete estados de la República entre los que se encuentra Zacatecas, el cual también se especializa en este mismo producto y a su vez reexpide a Nuevo León. Jalisco se especializa en la producción de lima y transfirió su producción a Aguascalientes, Guanajuato, al propio estado y a Yucatán.

Sobresale por su producción de limón, Colima, el cual envió su producción a Aguascalientes, Baja California Sur, Sinaloa y Sonora. El mismo producto el D.F. lo reexpidió a Tabasco, quien lo recibe a su vez de Michoacán.

El mamey que se produce en Chiapas es enviado al D.F. y a Guanajuato el D.F. a su vez lo reexpide a Nuevo León. Por su parte Oaxaca lo envía a Michoacán, Colima y Jalisco.

Veracruz produce mandarina y envía su producción a Coahuila, D.F., México y Michoacán.

En la producción de mango los estados productores suman 13, sobresalen Veracruz al enviar su producción a Coahuila, D.F., Guanajuato, México, Nayarit, Nuevo León, Puebla, Yucatán y Zacatecas. Aquí destaca que sin ser productor el D.F. lo reexpide a Baja California y Coahuila.

El D.F. recibe mango de Guerrero, Oaxaca, Sinaloa y Veracruz, y a su vez lo reexpide a Tabasco y Yucatán. Nayarit que es productor, lo recibe de Veracruz y envía a Sinaloa.

En la manzana se especializa Chihuahua y Durango. Chihua-

hua por su parte lo envía a Aguascalientes, Coahuila, D.F., Guanajuato, Jalisco, México, Michoacán, Nayarit, Nuevo León, Puebla, Sonora y Zacatecas. El D.F. por su parte lo reexpidió a Tabasco. Jalisco que no es productor lo recibió de importaciones reexpidiéndola a Sinaloa.

Veracruz productor de naranja envió su producción a Coahuila, D.F., Guanajuato, Jalisco, México, Michoacán, Nayarit y Tabasco.

Veracruz sobresale nuevamente en la producción de papaya enviándola por su parte a Aguascalientes, Coahuila, D.F., Guanajuato, México, Nayarit, Nuevo León y Zacatecas. Nayarit que es productor la transfirió a Baja California y Sonora.

En la producción de piña sobresalen dos estados, Veracruz y Oaxaca. Veracruz la transfiere al D.F., México, Michoacán, Nuevo León, Puebla, Tabasco, Yucatán, Zacatecas y Jalisco. Este último la reexpidió a Baja California Sur, Sinaloa y Sonora. Oaxaca por su parte la envió a Aguascalientes, Baja California, Coahuila, Guanajuato y Sonora.

En la producción de plátano destacan tres estados: Chiapas, Tabasco y Veracruz. De Chiapas se envía a Baja California —y a Michoacán que también es productor— Coahuila, D.F., México, Nuevo León y Sonora. De Tabasco se envía al D.F., México, Nayarit, Nuevo León, Puebla, Yucatán y Zacatecas. De Veracruz se envía al D.F., Guanajuato, México y Nayarit. Aquí en el origen y destino de este producto se observó que al D.F. lo surten los tres estados productores antes señalados sin embargo lo reexpide a Aguascalientes. Jalisco por su parte recibe plátano y Oaxaca y Michoacán y lo reexpide a Baja California Sur, Sinaloa y Sonora.

Por el número de destinos sobresale Veracruz en la toronja, al enviarla a Coahuila, Guanajuato, Jalisco, México, Puebla y Zacatecas. Jalisco a su vez la reexpide a Sinaloa.

En la producción de uva destaca Sonora por el número de destinos, Aguascalientes que es productor, al D.F., Guanajuato, México, Michoacán y Zacatecas.

También por el número de destinos, en cuanto a granos destacan tres estados en la producción de arroz Morelos, Veracruz y Sinaloa.

El estado de Morelos dirige su producción a Aguascalientes, D.F., Guanajuato, Jalisco, México, Michoacán y Zacatecas. Sin embargo Morelos recibió arroz de Veracruz, y este estado por su parte dirigió su producción a Aguascalientes, Michoacán, Puebla y Tabasco. Sinaloa canalizó su producción a Aguascalientes, Coahuila, D.F., Guanajuato, Jalisco y México. El D.F. por su parte lo reexpidió a México. Las importaciones se destinaron a Baja California Sur, al D.F., México, Michoacán, Nuevo León, Puebla y Sonora.

Los estados productores de frijol suman 15 entidades federativas, sin embargo se recurrió a las importaciones internacionales. El Estado de México destaca al haberla recibido de seis estados: Nayarit, Zacatecas, Sinaloa, San Luis Potosí y Veracruz. A Nuevo León le suministraron Zacatecas, Tamaulipas, Sinaloa y Chihuahua. Al D.F. procedió de Nayarit, Zacatecas, Tamaulipas, Sinaloa y Veracruz. La producción de Jalisco, procedió de Nayarit, Zacatecas y Sinaloa. Por su parte Jalisco reexpidió a Aguascalientes y Baja California Sur. De Aguascalientes procedió de Zacatecas, Jalisco, Sinaloa y San Luis Potosí.

El destino de las importaciones se dirigieron a Baja California Sur, Coahuila, D.F., Guanajuato, Jalisco, México, Nuevo León, Puebla, Sonora y Yucatán.

El garbanzo producido en Sinaloa se dirigió a Coahuila, D.F., Guanajuato, Jalisco, México y Michoacán. El D.F. a su vez lo reexpidió a Nuevo León, Tabasco y Yucatán.

El destino de la lenteja fue más variado, sin embargo su origen fueron las importaciones las cuales se dirigieron a Baja California Sur, Coahuila, D.F., Guanajuato, Jalisco, México, Michoacán y Puebla.

Finalmente en el caso del maíz, detectamos que la mayoría de los estados productores, consumieron la producción de su propio estado. En esta situación están: Aguascalientes, Baja California Sur, Guanajuato, Jalisco, México, Morelos, Sinaloa, Tabasco, Yucatán y Zacatecas. Los únicos que enviaron fuera su producción fueron Jalisco a Coahuila y Tamaulipas a Nuevo León, aunque este producto tiene un canal más específico de comercialización.

En la producción de ajo por el número de destinos sobresale Zacatecas al enviar su producción a Coahuila, D.F., Jalisco, México, Morelos y Puebla. El D.F. por su parte recibió ajo de las importaciones y lo reexpidió a Michoacán, Tlaxcala y Yucatán.

En el apio tiene importancia Jalisco quien envía su producción a Aguascalientes que es productor también, a Coahuila, al propio Jalisco, Sonora y Sinaloa. El D.F. lo reexpidió por su parte a Yucatán. Las importaciones estuvieron dirigidas nuevamente al norte del país, Baja California, Baja California Sur y Sonora.

Lo referente al betabel se aprecia que el D.F. lo reexpidió a Nuevo León. Durango lo envió a Coahuila, Jalisco a Sinaloa y Michoacán lo consumió en su propio estado.

La producción de brocoli fue preferentemente consumida por los propios estados, productores: Aguascalientes, Guanajuato y Michoacán. El D.F. lo reexpidió a Nuevo León. Por lo que respecta a las importaciones, éstas estuvieron dirigidas a Baja California y Sonora.

En el cacahuete sólo figuran tres productores: Chihuahua, Jalisco y Sinaloa. Chihuahua lo comercializó con Aguascalientes, Jalisco con Sonora y Sinaloa con su propio estado.

Puebla sobresale en el número de destinos al enviar la producción de coliflor al D.F., a su propio estado y a Tabasco. El D.F., a su vez la reexpidió a Nuevo León. Las importaciones de esta hortaliza se dirigieron a Baja California, Baja California Sur y Sonora.

Nuevamente Puebla figura en forma importante en la producción de col y sus destinos fueron el D.F., México, Morelos, su propio estado, Tabasco y Yucatán. Jalisco por su parte la envió al propio Aguascalientes que es productor y al estado de Sonora. Los estados de Baja California, Guanajuato y Michoacán consumieron la producción de su mismo estado. En lo que se refiere a las importaciones, éstas las absorbió únicamente Baja California Sur.

Jalisco destaca por en número de destinos en la producción de chayote al enviarla a Baja California Sur, Coahuila, Sinaloa,

Sonora y Yucatán. Veracruz envió la producción de chayote al D.F., México, Morelos, Nuevo León y Puebla.

En la producción de chícharo sobresale Jalisco quien abastece al D.F., Guanajuato y a su propio estado.

La producción de calabacita fue absorbida por los propios estados productores: Aguascalientes, Baja California Sur, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Sinaloa, Sonora y Tabasco. Los únicos que surtieron al D.F. fueron México y Morelos.

En los destinos de la cebolla figura Jalisco, surtiendo a Aguascalientes y a Baja California Sur. Michoacán por su parte dirigió su producción al D.F. y a Jalisco que es productor. Morelos abasteció a Coahuila y al Estado de México. Si embargo se observa que Jalisco la recibió de Chihuahua y Michoacán.

Entre los mayores receptores de chile figuran: el D.F., Aguascalientes, el Estado de México y Guanajuato. El D.F. lo abastecieron cinco estados: Chihuahua, Sinaloa, Puebla y Tamaulipas. A Aguascalientes le transfirieron producción de Chihuahua, Jalisco, Nayarit y San Luis Potosí. Al Estado de México lo abastecieron Chihuahua, Sinaloa, Veracruz, Michoacán, San Luis Potosí, Hidalgo y Tamaulipas. A Guanajuato lo abastecieron Sinaloa, Chiapas, Guanajuato, Michoacán y Zacatecas. Al respecto Sinaloa y Jalisco se reexpiden mutuamente la producción de chile. El D.F. por su parte la reexpide a Yucatán. El producto de las importaciones las recibió Sonora.

En el número de destinos en cuanto a la producción de ejote sobresale Jalisco al enviar esta a Sinaloa, Sonora y Zacatecas. Al D.F. por su parte la abasteció Hidalgo, Durango a Coahuila. Guanajuato, Michoacán y Puebla se abastecieron de su propio estado.

La mayor concentración de elote la registra el Estado de México, al haberla recibido de tres estados, Michoacán, Morelos y su propio estado. Al D.F. lo abastece el estado de Morelos. Los estados de Aguascalientes, Guanajuato, Puebla y Tabasco se abastecen de sus propios estados. En la producción sólo figuran tres estados: Guanajuato, Jalisco y Michoacán, sobresaliendo Guanajuato al enviarla a una mayor cantidad de destinos: Aguascalientes, Coahuila, D.F., México y Puebla. Por su

parte Michoacán la envió a Jalisco y este último a Sinaloa y Sonora.

Nuevamente Guanajuato sobresale en la producción de jícama la cual fue enviada a Aguascalientes, Jalisco y el propio estado.

Guanajuato que es productor de lechuga la recibe de Jalisco y México y a su vez la envía a Coahuila y Michoacán. El D.F. la recibe de San Luis Potosí y la reexpide a Nuevo León. Las importaciones fueron dirigidas únicamente a Baja California Sur.

El único productor de orégano que es Durango, comercializa su producción con Coahuila y también a diversos estados del país, aunque las importaciones juegan en este caso un papel importante.

El estado que registro mayor número de destinos fue México en la producción de melón al haberla recibido de Coahuila, D.F. y Durango. Aguascalientes que es productor, lo abastecieron Michoacán y Nayarit. Guanajuato que también es productor la recibió de Colima y Sonora, por su parte Guanajuato la transfirió a México. El D.F. fue abastecido únicamente por Guerrero. El producto de las importaciones las absorbió Baja California.

En la producción de nopal sobresalen cuatro estados México, Michoacán, Morelos y Puebla. En este aspecto Puebla lo recibe también de Veracruz, Michoacán por su parte lo transfiere a Jalisco, México a Aguascalientes y Morelos a su propio estado.

La mayor cantidad de destinos en la papa, estuvieron dirigidos al estado de Aguascalientes, recibéndola del propio estado, Coahuila, Guanajuato, Michoacán y Sonora. En segundo término está el Estado de México el cual fue abastecido por Guanajuato, el propio estado y Puebla. Al D.F. lo abastecieron México y Puebla. Las importaciones las absorbió Baja California.

En la producción de pepino figuran Morelos, abasteciendo a Puebla, Zacatecas, D.F., México y el propio estado. El D.F. a su vez lo reexpidió a Nuevo León. Sinaloa abasteció a Sonora y Puebla a Tabasco.

Por lo que respecta al rábano Aguascalientes, Guanajuato, Sonora, Yucatán y Michoacán absorbieron la producción de sus propios estados, sin embargo Durango abasteció a Coahuila, Jalisco y Sinaloa.

En la producción de sandía tienen importancia por el número de destinos Baja California, la cual envió esta hortaliza a su propio estado, Jalisco y México y Sonora; este último es productor. Sonora por su parte la transfirió a Jalisco, Michoacán, Puebla, Sinaloa y su propio estado. Al D.F. lo abasteció únicamente Chiapas. El D.F. a su vez la reexpidió a Yucatán.

La mayor parte de la producción de tomate la absorbieron tres estados: Aguascalientes, Guanajuato y Sonora y en menor proporción Coahuila, el D.F., México, Nuevo León y Sinaloa. Al estado de Aguascalientes lo abastecieron San Luis Potosí, Sinaloa, Jalisco, Michoacán y Zacatecas. Al estado de Guanajuato lo surtieron Baja California, San Luis Potosí, Jalisco y su propio estado. Finalmente, para Sonora el tomate provino de Baja California, Sinaloa, Jalisco y su propio estado.

En último término está la zanahoria, producto que fue mayormente comercializado por Guanajuato a lugares como Coahuila, Jalisco, Michoacán y Nuevo León. Por su parte Puebla lo envió al D.F., Morelos, Tabasco, Yucatán y su propio estado. Esta entidad fue la única abastecedora de zanahoria al D.F. El estado de Jalisco la comercializó con Sinaloa y Sonora.

El abasto de carne en canal

Para sustentar este apartado se analizaron los flujos de carne en canal hacia los rastros de Ferrería, Milpa Alta, Naucalpan y Tlanepantla.

A los rastros señalados llegó carne en canal de ganado bovino proveniente de 22 entidades federativas un total de 99,290 canales más 5,812 importados, es decir un total de 105,102. Entre las entidades que mayor porcentaje aportaron a estos rastros destaca: Veracruz con el 29.94% (31,474 canales); México el 27.83% (29,257 canales); Tamaulipas 11.02% (11,588 canales)

y en menor proporción Chiapas con 7.83% (8,237 canales) y Aguascalientes 7.19% (7,558 canales). Estos cinco estados aportaron en conjunto el 83.81%. Las importaciones representaron el 5.52% y el restante 11% lo aportaron Campeche, Coahuila, Chihuahua, el D.F., Durango, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Oaxaca, Querétaro, San Luis Potosí, Tabasco, Tlaxcala, Yucatán y Zacatecas.

El volumen de cabezas de ganado bovino generado y distribuido por 23 entidades federativas se distribuye de la siguiente manera:

En primer lugar se encuentra el estado de Jalisco con el 23.86% (30,034 cabezas); sigue Querétaro con el 22.08% (27,805 cabezas) y después Veracruz que aporta el 16.68% (21,007 cabezas); en menor proporción se encuentran Aguascalientes con 6.39% (8,054 cabezas); Zacatecas 5.10% (6,420 cabezas); Estado de México 4.42% (5,573 cabezas) y Coahuila 3.96% (4,995 cabezas). En conjunto los siete estados aportaron el 82.49% de un total de 125,874 cabezas recibidas incluyendo el volumen de las importaciones las cuales representaron 0.76% (969 cabezas); el restante 18% lo aportaron Campeche, Chiapas, el D.F., Durango, Guerrero, Guanajuato, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí, Tamaulipas, Tlaxcala y Yucatán.

Las cabezas de becerros recibidas ascienden a 69,150 de las cuales Aguascalientes aportó el 38.53% (26,646 cabezas); el Estado de México 16.73% (11,571 cabezas); Jalisco 14.21% (5,621 cabezas); Guanajuato el 8.12% (5,621 cabezas); Hidalgo el 7.56% (5,228 cabezas); San Luis Potosí con el 5.36% (3,712 cabezas) y Durango con el 5.24% (3,625 cabezas). Estas siete entidades aportaron en total el 95.75% de los becerros recibidos el restante 5% lo enviaron Querétaro, el D.F., Tlaxcala y Zacatecas.

El total de cabezas de ganado porcino recibidas en estos cuatro rastros suman un total de 340,989, de las cuales Sonora envió el 29.79% (101,605 cabezas); le sigue Jalisco con el 28.42% (96,921 cabezas); en tercer lugar se encuentra el Estado de México con 19.12% (65,224 cabezas); posteriormente Guanajuato

al aportar el 8.82% (30,076 cabezas); en seguida Michoacán con 8.65% (29,526 cabezas); Querétaro aporta 3.90% (13,310 cabezas). Las seis entidades aportaron en total el 98.70% el 2% restante se generó en el D.F., Hidalgo, Puebla y Veracruz.

En cuanto a los volúmenes de cabezas de ganado ovino que ingresaron a los rastros de Ferrería, Milpa Alta, Naucalpan y Tlanepantla suman un total de 86,316 cabezas, de las cuales se recibieron 80.67% como producto de las importaciones (69,639 cabezas). Guanajuato sólo aportó el 6.97% (6,023 cabezas) y México el 6.48% como valores significativos y el 6% restante lo aportaron Aguascalientes, el D.F., Hidalgo, Querétaro, San Luis Potosí, Sinaloa y Tamaulipas.

En lo que se refiere a ganado caprino se recibieron 4,556 cabezas de las cuales el 90.53% ingresó como resultado de las importaciones, el 10% lo aportó el Estado de México (3.42%), Querétaro (3.07%) y Guanajuato (2.96%).

En cuanto a los ingresos de IDA-Ferrería en particular, tenemos que para 1991 de las 50,186 canales de bovinos que ingresaron al rastro y mercado de mayoreo de carnes de IDA-Ferrería destacan por el volumen enviado seis entidades federativas: en primer lugar se coloca Tamaulipas con el 27.42% (13,765 canales); le sigue Tabasco con 17.46% (8,765 canales); en tercer lugar está Veracruz al enviar el 17.32% (8,697 canales); posteriormente se encuentra Aguascalientes con el 10.85% (5,448 canales); le sigue Chiapas al aportar el 7.46% (3,747 canales) y en un valor menos significativo San Luis Potosí con el 3.29% (1,652 canales). Las seis entidades federativas colocaron en el rastro y mercado de mayoreo el 83.80%. El volumen de importaciones representó el 13.55% y el 3% restante lo aportaron Campeche, Chihuahua, Coahuila, Durango, Guerrero, Guanajuato, Hidalgo, México, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Tlaxcala y Yucatán.

Por el volumen de ganado bovino en pie enviado (85,244 cabezas) destacaron dos entidades federativas: Veracruz al aportar el 51.14% (43,598 cabezas) y Chiapas con el 12.10% (10,338 cabezas); con un volumen menor importante se encuentran Jalisco con el 6.69% (5,705 cabezas); Coahuila con el 4.46%

(3,810 cabezas); Guerrero aportó el 3.53% (3,014 cabezas); Puebla el 3.39% (2,892 cabezas). En conjunto estos seis estados colocaron en el rastro y mercado de mayoreo de carnes el 81.31%. Las importaciones en este caso representaron el 21.5% (1,835 cabezas), el restante 17% se distribuyó entre Aguascalientes, Campeche, D.F., Chihuahua, Durango, Guanajuato, Hidalgo, México, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Querétaro, San Luis Potosí, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Yucatán y Zacatecas.

El total de ganado porcino en pie que ingresó al rastro y mercado de mayoreo de carne de IDA-Ferretería, asciende a 145,387 cabezas de las cuales Guanajuato aportó el 28.66% (41,668 cabezas); Jalisco el 26.60% (38,675 cabezas); Michoacán el 22.72% (33,038 cabezas); estos tres estados aportaron el 77.98% del total de cabezas de ganado porcino ingresado. En menor importancia se encuentran México en el 6.28% (9,142 cabezas); Querétaro con 4.56% (6,642 cabezas); Coahuila con 3.17% (4,611 cabezas) y el D.F. con 2.39% (3,488 cabezas).

El 1.66% estuvo representado por las importaciones (2,414 cabezas) y el 4% restante lo aportaron los estados de Hidalgo, Morelos, Nuevo León, Sonora, Tlaxcala y Veracruz.

El número de cabezas de ganado ovino que ingresaron al rastro IDA-Ferretería ascienden a 206,337 de las cuales el 95.88% se recibieron producto de las importaciones (197,844 cabezas) y el 5% restante lo aportaron ocho estados Coahuila, Guanajuato, Hidalgo, México, Querétaro, San Luis Potosí, Tamaulipas y Zacatecas (8,493 cabezas).

Finalmente en los ingresos de ganado caprino las importaciones tuvieron un papel preponderante al representar el 94.27% (44,782) del total de cabezas en pie (47,501) recibidas; el 6% restante (2,719 cabezas) lo aportaron diez estados, D.F., Guanajuato, Hidalgo, México, Michoacán, Tamaulipas, Zacatecas, Coahuila, San Luis Potosí y Querétaro. Estos tres últimos sobresalen entre los anteriores por su aportación de 2.34% (1,115 cabezas); 1.51% (722 cabezas) y 1.13% (537 cabezas) respectivamente.

Mecanismos de comercialización de productos pesqueros

La comercialización nacional de los productos pesqueros de consumo interno se lleva a cabo, a grandes rasgos, en la forma siguiente: los productores primarios, o sea los pescadores, se ven presionados por los compradores mayoristas a vender su producción a precios bajos, ya que el producto es altamente perecedero y no cuentan con instalaciones adecuadas para su conservación, lo que los coloca en situación desventajosa frente al comprador mayorista. El mayor poder económico de este grupo le permite realizar sus ventas a precios muy superiores en los mercados de distribución final, obteniendo altas utilidades.

Esta alza de precios puede sostenerla el mayorista debido a que controla la demanda de playa y la oferta al mayoreo, originando que el detallista se vea obligado a subir así mismo los precios de sus productos al consumidor final. Lógicamente existe un reducido mercado, ya que dado el bajo poder adquisitivo de las grandes masas de nuestra población, queda marginada por los altos precios, además del escaso hábito de consumo existente en la población, cerrando un círculo vicioso de altos niveles en la producción y el bajo nivel de consumo interno.

La baja capacidad de recepción de productos pesqueros, principalmente por parte de las empresas del ramo, así como la insuficiencia e inadecuada transportación de los puertos a los centros de consumo, influyen decisivamente en el alto nivel de mermas de estos bienes y en el gran incremento del costo de los mismos.

La preservación de los productos pesqueros destinados al mercado requiere de elementos que aseguren sus posibilidades de comercialización, manteniendo sus propiedades tanto nutritivas como de sabor, olor e higiene.

Estos productos, al salir de su medio ambiente natural, sufren cambios por la autólisis, proceso durante el cual ciertas enzimas digieren los tejidos y causan un ablandamiento o li-cuefacción parcial de los mismos, propiciando una serie de

cambios en su calidad. Así, tiempo y distancia constituyen factores económicos que, en el caso de la infraestructura de apoyo a la comercialización de productos de origen acuático, inciden en forma negativa en la estructura de sus costos.

La actividad distributiva tiene gran interrelación con la infraestructura pesquera, la cual, al ofrecer servicios básicos contribuye a la optimización de la actividad o a su ineficiente desenvolvimiento. La captación se lleva a cabo en 15 de 17 estados costeros, además de algunos interiores y debido a las grandes diferencias en cuanto a la existencia de infraestructura se clasifica en Sistema de Acopio en Campos Pesqueros y en Puertos.

A su vez, el primero se divide en: a) campos pesqueros, los cuales cuentan con una o varias neveras, algunas veces instaladas a la sombra de palapas o enterradas en las arenas donde el producto recibido se almacena en hielo; b) centros de recepción, los cuales tiene una cámara frigorífica para el almacenamiento de producto fresco, que funciona con energía eléctrica o diesel, aunque en algunos casos las bodegas son simples cajas aisladas térmicamente que se mantiene a bajas temperaturas mediante el empleo de hielo; finalmente los centros de captación, los cuales se diferencian de los de recepción en que además de tener normalmente cámaras de mayor capacidad para el almacenamiento del producto fresco, también pueden realizar algún proceso, como selección, fileteo o eviscerado.

La forma de operación en los tres tipos de centros de acopio es parecida: se abastecen de hielo en la planta que recibirá el producto en pequeñas plantas productoras del mismo, el que es utilizado en algunos casos para abastecer las embarcaciones de los pescadores que cuentan con pequeñas neveras. El almacenamiento generalmente se hace a granel enhielado. En forma regular un camión de transporte visita el centro de acopio para llevar el producto a la planta de proceso o al mercado, deja el hielo necesario para la operación del centro y en parte del mismo se lleva el producto a granel.

En algunos campos pesqueros la transportación se realiza en las mismas neveras, para lo cual se utiliza una grúa instalada en el camión, el cual deja a cambio una nevera con hielo. El

sistema es práctico y tiene la ventaja de mantener la calidad del producto, a diferencia del anterior que implica más movimientos y por lo tanto mayores mermas.

Las mermas de productos de origen acuático se deben en gran parte a su manejo realizado a granel con hielo, y a que las unidades utilizadas para la transportación de estos productos no siempre cumplen los requerimientos mínimos, ya que cuentan con cajas aisladas térmicamente.

Etapas de comercialización

No se puede disociar el consumo de la comercialización. El primero es el final de la cadena productiva y el segundo es una parte medular. Se ha comprobado que tanto los planes referidos al incremento global de la oferta de productos pesqueros, como aquellos que se han emprendido para el fomento de su consumo por el lado de la demanda, han encontrado en la comercialización una serie de nudos operaciones que es necesario destrabar si se quiere lograr un verdadero esquema integral que permita el flujo de la producción, en los volúmenes masivos y en las condiciones de mercado requeridas, para poder entonces complementar dichas acciones con las encaminadas, por la vía de la promoción, a incrementar el consumo.

La comercialización de productos pesqueros que se realiza en nuestro país, puede agruparse en cuatro rubros:

1. Comercialización en playa, escama marina y de acuicultura.
2. Comercialización industrial.
3. Comercialización al mayoreo.
4. Comercialización al menudeo.

Comercialización en playa, escama marina y de acuicultura

Dentro de las características generales que posee esta rama de la comercialización, podemos mencionar que por falta de una

red de frío adecuada donde se garantice la conservación de los productos pesqueros, años tras años se perciben elevados volúmenes de merma lo que se traduce en una disminución de la oferta real, así como en la elevación del costo-precio de los productos.⁷⁶ Además, la problemática de dispersión y desorganización que presentan los productos y el no contar en servicios de apoyo para que ellos mismos comercialicen los productos provoca una continua dependencia de los intermediarios e imposibilidades de capitalización, lo que genera también, incrementos en el costo-precio.

El sector pesquero nacional pese a los esfuerzos emprendidos en materia de investigación y prospección pesquera, no cuenta con el conocimiento preciso de los potenciales de captura del país, lo que imposibilita dar impulso a la producción de especies baratas.

Para dar solución a lo anterior, se requiere el fomento a la organización de pequeños y medianos productores; la creación y modernización de la infraestructura física y de apoyo a la comercialización; y el respaldo a la investigación para definir nuestra potencialidades de captura.

Comercialización industrial

La producción pesquera en México está concentrada en atún y sardina enlatada.

El panorama que presenta la industrialización de otros productos pesqueros como pulpa de pescado, ostión ahumado y seco-salado entre otros, es la inexistencia de mecanismos de acopio de materia prima; escasa planta industrial para la elaboración de otras presentaciones y carencia de red de frío. Por lo que también, se desatiende a consumidores potenciales y se desaprovecha la oportunidad de promover especies económicamente más accesibles a la población.

Ante esto, es necesario fomentar la modernización de la plan-

⁷⁶ V Cámara Nacional de la Industria Pesquera, Revista *Panorama Pesquero*, Vol. 1, No. 3, p. 33.

ta industrial, adecuándola a la ubicación de la materia prima y a la dimensión del mercado; dar impulso a la industrialización y comercialización de otras presentaciones; elaborar estudios de mercado para crear puntos de venta e innovar en formas de presentación y empaque.

Asimismo, la comercialización al mayoreo del atún y la sardina presenta una distribución concentrada en grandes centros urbanos lo que trae consigo presencia irregular de producto en el pequeño comercio y reducida presencia en poblaciones menores. En cuanto a presentaciones como congelados, pulpa, secos y ahumados, los canales de distribución al mayoreo son prácticamente inexistentes, por lo que es indispensable fomentar la distribución regional.

Comercialización al mayoreo

La comercialización de productos pesqueros frescos al mayoreo actualmente presenta una estructura oligopólica de agentes mayoristas, lo que se traduce en control de unos cuantos sobre la producción y el consumo, la distorsión en el mecanismo de fijación de precios, y por ende, incapacidad de manejar una oferta regulada.

No se cuenta con infraestructuras adecuadas para concentrar a los comerciantes de pescados y mariscos, lo que imposibilita incorporar a nuevos oferentes. Y al no tener instalaciones de red de frío en los centros de comercialización se producen considerables mermas lo cual hace nulo el manejo de productos congelados.

No existe transparencia comercial y esto causa en productores, detallistas y consumidores, un desconocimiento sobre las condiciones reales del mercado.

Para el público consumidor es reducida la oferta de especies baratas; por lo regular se da una alta presencia de especies caras en el mercado.

Para mejorar la situación de la comercialización al mayoreo, es indispensable crear nuevas instalaciones; fomentar la participación de nuevos agentes; impulsar la presencia de especies

baratas en el mercado e incorporar la cadena de producción-consumo al Sistema Nacional de Información de Mercados y dar difusión al mismo.

Comercialización al menudeo

La comercialización al menudeo de productos pesqueros que se realiza en mercados públicos y móviles presenta un situación crítica. No hay suficientes puntos de venta al detalle (pescaderías) especialmente en zonas de bajos ingresos, lo cual imposibilita a grandes grupos de población el acceso a estos productos. También, se da una reducida escala de operaciones por punto de venta, es decir, solo se maneja una pequeña variedad de especies siendo a menudo las de más alto costo.

Por otro lado, existe un creciente individualismo en el proceso de comercialización, es decir, no hay asociaciones de pequeños comerciantes para realizar compras en volumen y abatir costos.

Los pequeños comerciantes carecen de transporte especializado y de infraestructura adecuada para vender el producto, lo que ocasiona altos costos de operación, mermas y presentación inadecuada de los productos para el consumidor.

Al tener un desconocimiento de especies baratas y formas alternas de preparación los pequeños comerciantes se enfrentan ante la incapacidad de promover un mayor consumo. Y por carecer de financiamiento, limitan su desarrollo, la oportunidad de brindar un mejor servicio, y su independencia de los intermediarios en la compra de especies al consumidor.

La comercialización al menudeo padece también la falta de información de mercado, teniendo así, poco control sobre precios al consumidor.

El menudeo que se realiza en cadenas de autoservicio por lo regular se ubica en zonas de medios y altos ingresos, y con deficiencia en cuanto a variedad de producto fresco, y muchas veces poco cuidado en presentación y frescura.

Las tiendas de autoservicio dependen en gran parte del mercado de mayoreo, se limitan a la venta de especies que manejan

los mayoristas y no comercializan especies económicas por inseguridad en el abasto.

La venta de productos congelados al menudeo carece de mecanismos de acopio y comercialización. Su promoción en cadenas de autoservicio es muy reducida.

Para dar solución a lo anterior se requiere: fomentar la ampliación de la infraestructura de venta al detalle; motivar la organización de pequeños comerciantes; apoyar el desarrollo de transporte especializado; capacitar a los encargados de pescaderías sobre alternativas de preparación de especies más económicas para dar impulso a la promoción y comercialización de las mismas; apoyar el financiamiento a pequeños comerciantes para propiciar la apertura de nuevas pescaderías; innovar en formas de empaque y presentaciones acordes a las necesidades del pequeño comerciante; y por último, aplicar el Sistema Nacional de Información de Mercados.⁷⁷

Ningún esfuerzo promocional por grande que éste sea, logrará incrementar el consumo de productos pesqueros si no se da solución a la situación que prevalece en materia de comercialización. Es inútil que el consumidor demande determinada especie si no tiene donde comprarla, y si no la encuentra a un precio accesible.

Distribución

Dentro del conjunto económico representado por la actividad pesquera destacan las fases de comercialización y distribución. *La primera*, en sentido estricto, está referida al cambio de dominio o propiedad de las materias primas y de bienes de capital e insumos, sin que ello implique algún grado de transformación sustantiva en la calidad de estos productos.

Cada fase o conjunto de funciones relativamente homogéneas son desarrolladas por ciertos agentes o grupos de ellos, algunos de los cuales se caracterizan por ejercer el dominio o la propiedad sobre los factores o recursos productivos.

⁷⁷ VI *Ibidem*, p. 35.

Este dominio es ejercido a través del control oligopólico de todos o de los principales mercados de recursos y productos que se relacionan a dichos procesos.

La década que precede al inicio del periodo del gobierno 1982-1988 mostró un crecimiento acelerado de la actividad pesquera en el país, básicamente por el apoyo financiero canalizado a la misma, el cual aunque insuficiente, permitió un sensible incremento en la captura, industrialización y comercialización de los productos de origen acuático, situación que no se refleja en el logro de mayores niveles de consumo en una población creciente que demanda más y mejores alimentos.

Tal contradicción obedece a problemas de tipo estructural, entre los que destacan la falta de más centros de distribución, ausencia de hábitos de consumo en relación a ciertos productos y la concentración del proceso de comercialización en un grupo de intermediarios que controlan gran parte de los canales de distribución y manipulan los precios de venta de estos bienes.

La presencia de estos grupos se manifiesta en diversos productos pesqueros, principalmente en su presentación en fresco. La cadena se inicia con el comprador de playa quien lo vende a los introductores, los cuales lo envían al Distrito Federal, desde donde se distribuye a otros centros de consumo del país.⁷⁸

Principales centros de consumo

Las principales áreas de consumo se localizan en los grandes centros urbanos y las zonas costeras. El principal consumidor nacional es el Distrito Federal que absorbió el 18.9% del total de la producción pesquera en 1980.

Sin embargo, en términos relativos el consumo se encuentra muy polarizado pues en Baja California Norte y Sur, Campeche y Sonora, el consumo humano directo es casi 90% superior al del Distrito Federal, mientras que algunos estados como Hidal-

⁷⁸ VII Entrevista realizada al Dr. Andrés Resendez Medina, Director de Fomento Pesquero del Gobierno del Estado de Tabasco, Secretaría de Desarrollo.

go y Morelos absorben el equivalente al 1% de lo consumido en el Distrito Federal. Por otro lado, algunas entidades con un gran potencial pesquero como Oaxaca, ven reducido en forma muy considerable su consumo interno, ya que aproximadamente el 95% de su producción es enviada a la ciudad de México o a regiones que poseen la tecnología necesaria para transformar industrialmente el producto fresco o semielaborado.

El destino de las exportaciones de productos pesqueros lo constituye casi en su totalidad Estados Unidos, al que se envió en 1978 más del 95% de estos bienes. En Japón se colocó aproximadamente el 4% y a países como Puerto Rico, España, Corea del Sur, Honduras y Nicaragua, se mandó el 1% restante.

Los porcentajes señalados revelan la marcada dependencia que México tiene con la política comercial norteamericana. Sin embargo, por nuestra situación geográfica, costos de transporte y volúmenes de venta, los Estados Unidos constituyen el mercado meta natural de nuestros productos pesqueros.

No obstante, es necesario diversificar los mercados de nuestros productos marinos y aprovechar los canales comerciales que se han abierto con España, Alemania, y Japón, a fin de colocar ahí un porcentaje más elevado de la producción pesquera nacional destinada al comercio internacional.

Mercado nacional

Del total nacional disponible de pescado fresco el 62% llega a las principales centrales de abasto ubicadas en la ciudad de México, a saber: el mercado de San Juan y La Viga (hasta 1992). A partir de 1993 se pasa a la nueva Central de Abasto de productos pesqueros. El producto proviene en un 16% directamente del pescador, del introductor en un 77% y del comprador de playa en un 7%. A su vez, del total adquirido por el introductor 57% proviene del pescador y 43% del comprador de playa.⁷⁹

⁷⁹ VIII Secretaría de Pesca Boletín Informativo *Avances preliminares del Sector Pesquero*, Febrero de 1993.

El pescado en filete y/o congelado se destina 92% aproximadamente al mercado externo.

Con respecto al pescado enlatado se estima que el 35% lo absorbe el distribuidor de abarrotes, el cual vende el 90% de éste al mayorista de abarrotes y el 10% a tiendas y autoservicios. A su vez el mayorista de abarrotes adquiere el 35% en la industria, lo que junto con lo adquirido al distribuidor de abarrotes le permite abastecer tiendas y autoservicios. Del total de producto terminado la planta industrial vende el 18% directamente a establecimientos de autoservicio y exporta el 12% restante.

El control de la comercialización por los intermediarios ha propiciado una desigual distribución, tanto geográfica como de estratos de ingreso, de los productos pesqueros. Su poder de negociación les permite imponer los precios de venta, así como decidir la compra de la producción de los pescadores, lo que ha causado su descapitalización y paulatino empobrecimiento, ya que el margen de ganancia, en algunos casos alcanza hasta el 700%,⁸⁰ es absorbido por los intermediarios, que en la mayoría de los casos son dueños de los bienes de producción, de la tecnología y de la capacidad de transformación.

El crédito y el financiamiento constituye elementos centrales de la dinámica de explotación de los pescadores, los cuales se ven involucrados en una dependencia crónica que no les permite retener el excedente económico por ellos generado.

Así es posible observar que las fases de comercialización-distribución de productos pesqueros en el país no cumplen su papel económico de contribuir a elevar el nivel de vida de los productores y poner al alcance de la población los productos de origen acuático, en la cantidad adecuada y a precios justos, y por el contrario funcionan como un elemento distorsionador de la actividad pesquera.

Con respecto al comercio exterior se puede observar que la

⁸⁰ IX "Breve análisis sobre la problemática de comercialización de productos pesqueros en México", Revista *Panorama Pesquero*, Órgano Informativo de la Cámara Nacional de Industria Pesquera, Vol. I, No. 3, julio/agosto 1991. p. 34.

Cuadro 1
Distribución por destino de la captura pesquera en peso desembarcado,
según entidad federativa
1984-90 (toneladas)

Primera Parte

Entidad federativa	Total	Distri- bución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
1984								
Total nacional	992694	100.0	715465	72.1	254512	25.6	22717	2.3
Aguascalientes	1015	100.0	1015	100.0	0	0.0	0	0.0
Baja California a/	188498	100.0	67441	35.8	101866	54.01	19191	10.2
Baja California Sur	39772	100.0	29546	74.3	8002	20.1	2224	5.6
Campeche	79801	100.0	79160	99.2	639	0.8	2	0.0
Coahuila	1627	100.0	1627	100.0	0	0.0	0	0.0
Colima	7055	100.0	7054	100.0	0	0.0	1	0.0
Chiapas	19095	100.0	18914	99.1	170	0.9	11	0.1
Chihuahua	587	100.0	587	100.0	0	0.0	0	0.0
Distrito Federal	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Durango	2687	100.1	2687	100.0	0	0.0	0	0.0
Guanajuato	2502	100.0	2502	100.0	0	0.0	0	0.0
Guerrero	11953	100.0	11953	100.0	0	0.0	0	0.0
Hidalgo	3777	100.0	3646	96.5	0	0.0	131	3.5

Cuadro 1 (continuación)

Entidad federativa	Total	Distri- bución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
Jalisco	17099	100.0	17093	100.0	0	0.0	6	0.0
México	4955	100.0	4447	89.7	0	0.0	508	10.3
Michoacán	25005	100.0	24597	98.4	0	0.0	408	1.6
Morelos	773	100.0	773	100.0	0	0.0	0	0.0
Nayarit	12025	100.0	11449	95.2	556	4.6	20	0.2
Nuevo León	501	10.1	501	100.0	0	0.0	0	0.0
Oaxaca	11471	100.0	10562	92.1	906	7.9	3	0.0
Puebla	1763	100.0	1763	100.0	0	0.0	0	0.0
Querétaro	339	100.0	339	100.0	0	0.0	0	0.0
Quintana Roo	3118	100.0	3089	99.1	0	0.0	29	0.9
San Luis Potosí	1429	100.0	1429	100.0	0	0.0	0	0.0
Sinaloa a/	89640	100.0	66310	74.0	23262	26.0	68	0.1
Sonora	22102	100.0	110392	50.0	110562	50.0	48	0.0
Tabasco	31635	100.0	31627	100.0	0	0.0	8	0.0
Tamaulipas	40102	100.0	39643	98.9	458	1.1	1	0.0
Tlaxcala	572	100.0	572	100.0	0	0.0	0	0.0
Veracruz	140712	100.0	140448	99.8	264	0.2	0	0.0
Yucatán	31862	100.0	23977	75.3	7827	24.6	58	0.2
Zacatecas	322	100.1	322	100.0	0	0.0	0	0.0

a/ Incluye las descargas de las empresas de coinversión en puertos extranjeros.

Fuente: Sepesca, *Anuario Estadístico de Pesca* (varios años).

Cuadro 1 (continuación)

Segunda Parte

Entidad federativa	Total	Distribución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
1985								
Total nacional	1099046	100.0	761756	69.3	303099	27.6	34191	3.1
Aguascalientes	1149	100.0	1149	100.0	0	0.0	0	0.0
Baja California a/	240863	100.0	86603	34.7	128368	53.3	28892	12.0
Baja California Sur	54280	100.0	39945	73.6	12708	23.4	1627	3.0
Campeche	65789	100.0	65787	100.0	0	0.0	2	0.0
Coahuila	1505	100.0	1505	100.0	0	0.0	0	0.0
Colima	5652	100.0	5637	99.7	0	0.0	15	0.3
Chiapas	16202	100.0	16202	100.0	0	0.0	0	0.0
Chihuahua	634	100.0	634	100.0	0	0.0	0	0.0
Distrito Federal	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Durango	2794	100.0	2794	100.0	0	0.0	0	0.0
Guanajuato	2125	100.0	2125	100.0	0	0.0	0	0.0
Guerrero	14710	100.0	14655	99.6	25	0.2	30	0.2
Hidalgo	4068	100.0	3991	99.3	0	0.0	77	1.9
Jalisco	10825	100.0	10752	98.1	0	0.0	73	0.7

Cuadro 1 (continuación)

Entidad federativa	Total	Distribución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
México	10869	100.0	10687	98.3	1	0.0	182	1.7
Michoacán	27375	100.0	26855	98.1	4	0.0	516	1.9
Morelos	720	100.0	720	100.0	0	0.0	0	0.0
Nayarit	14998	100.0	13876	92.5	1104	7.4	18	0.1
Nuevo León	398	100.0	398	100.0	0	0.0	0	0.0
Oaxaca	9433	100.0	9342	99.0	89	0.9	2	0.0
Puebla	1620	10.0	1620	100.0	0	0.0	0	0.0
Querétaro	866	100.0	866	100.0	0	0.0	0	0.0
Quintana Roo	4197	100.0	4124	98.3	0	0.0	73	1.7
San Luis Potosí	1745	100.0	1745	100.0	0	0.0	0	0.0
Sinaloa a/	104222	100.0	87078	83.6	17104	16.4	40	0.0
Sonora	281725	100.0	142627	50.6	138968	49.3	130	0.0
Tabasco	33253	100.0	33247	100.0	0	0.0	6	0.0
Tamaulipas	46397	100.0	46397	100.0	0	0.0	0	0.0
Tlaxcala	741	100.0	741	100.0	0	0.0	0	0.0
Veracruz	106128	100.0	103564	97.6	126	0.1	2438	2.3
Yucatán	33236	100.0	28563	85.9	4603	13.8	70	0.2
Zacatecas	527	100.0	527	100.0	0	0.0	0	0.0

a/ Incluye las descargas de las empresas de coinvertión en puertos extranjeros.

Fuente: Sepesca, *Anuario Estadístico de Pesca* (varios años).

Cuadro 1 (continuación)

Tercera Parte

Entidad federativa	Total	Distri- bución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
1986								
Total nacional	1176859	100.0	741942	63.0391906	33.3	43011	3.7	
Aguascalientes	1958	100.0	1958	100.0	0	0.0	0	0.0
Baja California a/	226315	100.0	87641	38.7	99302	43.9	39372	17.4
Baja California Sur a/	52611	100.0	37549	71.4	13125	24.9	1937	3.7
Campeche	61122	100.0	61118	100.0	0	0.0	4	0.0
Coahuila	1674	100.0	1674	100.0	0	0.0	0	0.0
Colima	7278	100.0	7278	100.0	0	0.0	0	0.0
Chiapas	13871	100.0	13850	99.8	0	0.0	21	0.2
Chihuahua	714	100.0	714	100.0	0	0.0	0	0.0
Distrito Federal	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Durango	3098	100.0	3098	100.0	0	0.0	0	0.0
Guanajuato	4321	100.0	4321	100.0	0	0.0	0	0.0
Guerrero	17118	100.0	17031	99.5	87	0.5	0	0.0
Hidalgo	3845	100.0	3804	98.9	0	0.0	41	1.1
Jalisco	19130	100.0	19092	99.8	0	0.0	38	0.2

Cuadro 1 (continuación)

Entidad federativa	Total	Distri- bución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
México	9860	100.0	9099	92.3	0	0.0	761	7.7
Michoacán	33687	100.0	33157	98.4	1	0.0	529	1.6
Morelos	847	100.0	847	100.0	0	0.0	0	0.0
Nayarit	11879	100.0	11383	95.8	488	4.1	8	1.0
Nuevo León	397	100.0	397	100.0	0	0.0	0	0.0
Oaxaca	16473	100.0	16440	99.8	0	0.0	33	0.2
Puebla	2677	100.0	2677	100.0	0	0.0	0	0.0
Querétaro	160	100.0	160	100.0	0	0.0	0	0.0
Quintana Roo	3630	100.0	3550	97.8	0	0	80	22
San Luis Potosí	1854	100.0	1854	100.0	0	0.0	0	0.0
Sinaloa a/	120299	100.0	79392	66.0	40833	33.9	74	0.1
Sonora	355849	100.0	119653	33.6	236140	66.4	56	0.0
Tabasco	29202	100.0	29201	100.0	1	0.0	0	0.0
Tamaulipas	38668	100.0	38660	100.0	0	0.0	8	0.0
Tlaxcala	1085	100.0	1085	100.0	0	0.0	0	0.0
Veracruz	101357	100.0	101279	99.9	78	0.1	0	0.0
Yucatán	35242	100.0	33342	94.6	1851	5.3	49	0.1
Zacatecas	638	100.0	638	100.	0	0.0	0	0.0

a/ Incluye las descargas de las empresas de coinversión en puertos extranjeros.

Fuente: Sepesca, *Anuario Estadístico de Pesca* (varios años).

Cuadro 1 (continuación)

Cuarta Parte

Entidad federativa	Total	Distri- bución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
1987								
Total nacional	1280882	100.0	825362	64.4	415684	32.5	39836	3.1
Aguascalientes	1764	100.0	1764	100.0	0	0.0	0	0.0
Baja California a/	258146	100.0	92421	35.8	129911	50.3	35814	13.9
Baja California Sur a/	56320	100.0	40771	42.4	13187	23.4	2362	4.2
Campeche	63197	100.0	63195	100.0	2	0.0	0	0.0
Coahuila	2429	100.0	2429	100.0	0	0.0	0	0.0
Colima	5922	100.0	5919	99.9	2	0.0	1	0.0
Chiapas	15016	100.0	15010	100.0	0	0.0	6	0.0
Chihuahua	1064	100.0	1064	100.0	0	0.0	0	0.0
Distrito Federal	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Durango	3781	100.0	3781	100.0	0	0.0	0	0.0
Guanajuato	5393	100.0	5393	100.0	0	0.0	0	0.0
Guerrero	16767	100.0	16765	100.0	1	0.0	1	0.0
Hidalgo	4239	100.0	4192	98.9	0	0.0	47	1.1
Jalisco	21151	100.0	21028	99.4	0	0.0	123	0.6

Cuadro 1 (continuación)

Entidad federativa	Total	Distribución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
México	12136	100.0	11725	96.6	0	0.0	411	3.4
Michoacán	41872	100.0	41134	98.2	0	0.0	738	1.8
Morelos	2342	100.0	2342	100.0	0	0.0	0	0.0
Nayarit	13592	100.0	11935	87.8	1655	12.2	2	0.0
Nuevo León	367	100.0	367	100.0	0	0.0	0	0.0
Oaxaca	14701	100.0	14659	99.7	0	0.0	42	0.3
Puebla	2800	100.0	2800	100.0	0	0.0	0	0.0
Querétaro	2349	100.0	2349	100.0	0	0.0	0	0.0
Quintana Roo	4324	100.0	4204	97.2	0	0	120	2.8
San Luis Potosí	1907	100.0	1907	100.0	0	0.0	0	0.0
Sinaloa a/	121031	100.0	96826	80.0	24179	20.0	26	0.0
Sonora	378193	100.0	132589	35.1	245466	64.9	138	0.0
Tabasco	32171	100.0	32471	100.0	0	0.0	0	0.0
Tamaulipas	51434	100.0	51434	100.0	0	0.0	0	0.0
Tlaxcala	1619	100.0	1619	100.0	0	0.0	0	0.0
Veracruz	108811	100.0	108690	99.9	121	0.1	0	0.0
Yucatán	34285	100.0	33120	96.6	1160	3.4	5	0.0
Zacatecas	1459	100.0	1459	100.	0	0.0	0	0.0

a/ Incluye las descargas de las empresas de coinversión en puertos extranjeros.

Fuente: Sepesca, *Anuario Estadístico de Pesca* (varios años).

Cuadro 1 (continuación)

Quinta Parte

Entidad federativa	Total	Distribución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
1988								
Total nacional	1236886	100.0	844642	68.3	365302	29.5	26942	2.2
Aguascalientes	1865	100.0	1865	100.0	0	0.0	0	0.0
Baja California a/	199160	100.0	88141	44.3	91957	46.2	19062	9.6
Baja California Sur a/	78437	100.0	57744	73.6	16154	20.6	4539	5.8
Campeche	61940	100.0	61751	99.7	0	0.0	189	0.3
Coahuila	2331	100.0	2331	100.0	0	0.0	0	0.0
Colima	6856	100.0	6856	100.0	0	0.0	0	0.0
Chiapas	18769	100.0	18733	99.8	0	0.0	36	0.2
Chihuahua	698	100.0	698	100.0	0	0.0	0	0.0
Distrito Federal	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Durango	3732	100.0	3732	100.0	0	0.0	0	0.0
Guanajuato	6297	100.0	6297	100.0	0	0.0	0	0.0
Guerrero	17669	100.0	17669	100.0	0	0.0	0	0.0
Hidalgo	3821	100.0	3767	98.6	0	0.0	54	1.4
Jalisco	21249	100.0	21181	99.7	0	0.0	680	0.3

Cuadro 1 (continuación)

Entidad federativa	Total	Distri- bución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
México	12968	100.0	11941	92.1	0	0.0	1027	7.9
Michoacán	39150	100.0	38263	97.7	0	0.0	887	2.3
Morelos	2813	100.0	2813	100.	0	0.0	0	0.0
Nayarit	14799	100.0	13713	92.7	0	0.0	0	0.0
Nuevo León	390	100.0	390	100.0	0	0.0	0	0.0
Oaxaca	13406	100.0	13362	99.7	0	0.0	44	0.3
Puebla	3239	100.0	3231	99.8	0	0.0	8	0.2
Querétaro	2408	100.0	2408	100.0	0	0.0	0	0.0
Quintana Roo	3450	100.0	3383	98.1	0	0.0	67	1.9
San Luis Potosí	1900	100.0	1900	100.0	0	0.0	0	0.0
Sinaloa a/	124741	100.0	99314	79.6	25257	20.2	170	0.1
Sonora	352940	100.0	122769	34.8	230072	65.2	99	0.0
Tabasco	31333	100.0	3088	98.6	0	0.0	445	1.4
Tamaulipas	54022	100.0	53829	99.6	0	0.0	193	0.4
Tlaxcala	1500	100.0	1500	100.0	0	0.0	0	0.0
Veracruz	119523	100.0	119343	99.8	128	0.1	52	0.0
Yucatán	33531	100.0	32881	98.1	650	1.9	0	0.0
Zacatecas	1949	100.0	1949	100.0	0	0.0	0	0.0

a/ Incluye las descargas de las empresas de coinversión en puertos extranjeros.

Fuente: Sepesca, *Anuario Estadístico de Pesca* (varios años).

Cuadro 1 (continuación)

Sexta Parte

Entidad federativa	Total	Distribución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
1989								
Total nacional	1336416	100.0	851897	63.7	420263	31.6	64256	4.7
Aguascalientes	1495	100.0	1495	100.0	0	0.0	0	0.0
Baja California a/	239334	100.0	92143	38.5	106632	43.3	43559	18.2
Baja California Sur a/	82756	100.0	67363	81.4	12993	15.7	2400	2.9
Campeche	57753	100.0	57753	100.0	0	0.0	0	0.0
Coahuila	4169	100.0	4169	100.0	0	0.0	0	0.0
Colima	7046	100.0	7046	100.0	0	0.0	0	0.0
Chiapas	18690	100.0	18671	99.9	0	0.0	19	0.1
Chihuahua	691	100.0	691	100.0	0	0.0	0	0.0
Distrito Federal	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Durango	3507	100.0	3507	100.0	0	0.0	0	0.0
Guanajuato	6217	100.0	6217	100.0	0	0.0	0	0.0
Guerrero	19548	100.0	19548	100.0	0	0.0	0	0.0
Hidalgo	3008	100.0	2870	95.4	0	0.0	138	4.6
Jalisco	21578	100.0	21578	100.0	0	0.0	0	0.0

Cuadro 1 (continuación)

Entidad federativa	Total	Distribución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
México	5671	100.0	2251	39.7	0	0.0	3420	60.3
Michoacán	41249	100.0	40630	98.5	0	0.0	619	1.5
Morelos	1847	100.0	1847	100.0	0	0.0	0	0.0
Nayarit	13793	100.0	16145	95.3	648	4.7	0	0.0
Nuevo León	431	100.0	431	100.0	0	0.0	0	0.0
Oaxaca	12235	100.0	12235	100.0	0	0.0	0	0.0
Puebla	3678	100.0	3649	99.2	0	0.0	29	0.8
Querétaro	1574	100.0	1574	100.0	0	0.0	0	0.0
Quintana Roo	4969	100.0	4875	98.1	0	0.0	94	1.9
San Luis Potosí	1427	100.0	1427	100.0	0	0.0	0	0.0
Sinaloa a/	157061	100.0	113398	72.2	29685	18.9	13978	8.9
Sonora	379105	100.0	107287	28.3	271818	71.7	0	0.0
Tabasco	40064	100.0	40064	100.0	0	0.0	0	0.0
Tamaulipas	53661	100.0	53661	100.0	0	0.0	0	0.0
Tlaxcala	1448	100.0	1448	100.0	0	0.0	0	0.0
Veracruz	111873	100.0	111761	99.9	112	0.1	0	0.0
Yucatán	38208	100.0	36833	96.4	1375	3.6	0	0.0
Zacatecas	2330	100.0	2330	100.0	0	0.0	0	0.0

a/ Incluye las descargas de las empresas de coinversión en puertos extranjeros.

Fuente: Sepesca, *Anuario Estadístico de Pesca* (varios años).

Cuadro 1 (continuación)

Conclusión

Entidad federativa	Total	Distri- bución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
Total nacional	1283712	100.0	957246	74.6	271847	21.2	54619	4.3
Aguascalientes	1093	100.0	1093	100.0	0	0.0	0	0.0
Baja California a/	194516	100.0	113777	58.5	35277	18.1	45462	23.4
Baja California Sur a/	100001	100.0	81259	81.3	15227	15.2	3515	3.5
Campeche	56713	100.0	54284	95.7	2429	4.3	0	0.0
Coahuila	6063	100.0	6063	100.0	0	0.0	0	0.0
Colima	11371	100.0	11371	100.0	0	0.0	0	0.0
Chiapas	23134	100.0	23126	100.0	0	0.0	8	0.0
Chihuahua	1113	100.0	113	100.0	0	0.0	0	0.0
Distrito Federal	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Durango	5002	100.0	5002	100.0	0	0.0	0	0.0
Guanajuato	10666	100	10666	100.0	0	0.0	0	0.0
Guerrero	22711	100.0	2271	100.0	0	0.0	0	0.0
Hidalgo	5614	100.0	5514	98.2	0	0.0	100	1.8
Jalisco	31885	100.0	31885	100.0	0	0.0	0	0.0
México	6619	100.0	2622	39.6	0	0.0	3997	60.4

Cuadro 1 (continuación)

Entidad federativa	Total	Distribución %	Consumo humano directo		Consumo humano indirecto		Uso industrial	
			Volumen	%	Volumen	%	Volumen	%
Michoacán	38879	100.0	38410	98.8	0	0.0	469	1.2
Morelos	1850	100.0	1845	99.7	0	0.0	5	0.3
Nayarit	18750	100.0	16066	85.7	2684	14.3	0	0.0
Nuevo León	356	100.0	356	100.0	0	0.0	0	0.0
Oaxaca	11895	100.0	11895	100.0	0	0.0	0	0.0
Puebla	5590	100.0	5572	99.7	0	0.0	18	0.3
Querétaro	612	100.0	612	100.0	0	0.0	0	0.0
Quintana Roo	8450	100.0	8450	100.0	0	0.0	0	0.0
San Luis Potosí	1824	100.0	1824	100.0	0	0.0	0	0.0
Sinaloa a/	153197	100.0	117030	76.4	35145	22.9	1022	0.7
Sonora	291509	100.0	112880	38.7	178606	61.3	23	0.0
Tabasco	44424	100.0	44424	100.0	0	0.0	0	0.0
Tamaulipas	57637	100.0	57637	100.0	0	0.0	0	0.0
Tlaxcala	1631	100.0	1631	100.0	0	0.0	0	0.0
Veracruz	120332	100.0	118561	98.5	1771	1.5	0	0.0
Yucatán	46376	100.0	45668	98.5	708	1.5	0	0.0
Zacatecas	3899	100.0	3899	100.0	0	0.0	0	0.0

a/ Incluye las descargas de las empresas de coinversión en puertos extranjeros.

N.D. No disponible.

Fuente: Sepesca, *Anuario Estadístico de Pesca* (varios años).

importación de productos pesqueros cumple un papel marginal en la satisfacción de la demanda interna. Esta tiene un incremento más importante en ciertas épocas del año, como Semana Santa o Navidad en las que se adquieren del exterior fuertes volúmenes.

La demanda externa

La exportación de productos pesqueros tenía en la década de los sesenta un comportamiento moderado. En 1965 la exportación llegó a 52 mil toneladas, lo que significó el 28 por ciento de las capturas totales, siendo el camarón el principal producto de exportación, con una participación de 15 mil toneladas. Mientras tanto las importaciones llegaron a 33 mil toneladas, esto debido a la compra de harina de animales marinos con un volumen de 32 mil toneladas.

Años más tarde, el saldo seguía positivo en la balanza; para 1987, 570 millones de dólares. En este valor el camarón ocupó el primer lugar entre las especies exportadas, con una participación del 74 por ciento aproximadamente. Mientras que por el lado de las importaciones, el principal artículo comprado, seguía siendo la harina de animales marinos.

En los tres últimos años, se sigue teniendo un superávit en la balanza comercial de productos pesqueros pero con tendencia decreciente. Así, tenemos que, de un saldo positivo de 475,364 en 1989, pasamos a 398,574 dólares en 1991. Ocupando en éste último el primer lugar de exportación el Atún y similares con 83,483 toneladas y un valor de 72,967 dólares en 1989, viéndose seriamente afectado en 1991, con un volumen exportado de 46,229 toneladas, con un valor de 36,059 dólares. Mientras que en las importaciones, sigue prevaleciendo la harina de animales marinos, con un valor de 18,281 dólares en 1989 y de 11,298 dólares para 1991.

Aquella tendencia de crecimiento en el comercio exterior del país, se ha visto seriamente afectado por cuestiones de política externa. Principalmente por los embargos atuneros (primer

embargo 14 de julio de 1980) que duró seis años y que afectaron gravemente ya que es esos años, se dependía casi en su totalidad de la ventas de atún a los mercados de Estados Unidos. Cabe señalar que este embargo vino a raíz de una defensa de México a sus recursos por ante el hallazgo de tres barcos camaroneros de E.U. en las aguas nacionales. Uno de los principales factores que desencadenaron la crisis del atún en 1980.

Y en la Actualidad el embargo decretado el 10 de octubre de 1990 que sigue vigente a la fecha. Además de las medidas de defensa por parte de grandes empresas enlatadoras de atún de Estados Unidos y el resto del mundo, de no comprar atún que estuviera asociado con la muerte de delfines. Aunado a ello y según las normas de E.U. encontramos la “de comprar lo más barato posible y obtener el máximo beneficio”, protegiendo su comercio interno, ya sea con bloqueos a productos importados, *dumpings*, manipulación de precios, controles sanitarios también manipulados y en sí toda una gama de medidas proteccionistas para su mercado interno.

Así, ante una negociación de tratado de libre comercio con E.U. y Canadá, es imposible pasar por alto los constantes bloqueos a la producción de los principales productos y no sólo pesqueros de exportación mexicanos como son el atún y el camarón entre los mas relevantes.

Situación de la demanda del sector pesquero en la República Mexicana. Comportamiento de la demanda. Consumo nacional aparente

El aporte de la pesca a la solución del problema alimentaria nacional ha sido marginal no obstante que los amplios recursos existentes podrían contribuir significativamente al mejoramiento en la dieta básica del mexicano.

La actividad pesquera se desarrolló hasta la década de los sesenta en función del mercado exterior, y de un débil mercado interno cuya demanda se localizó en los estratos con niveles medios y altos de ingreso, y la oferta y distribución de los re-

curso naturales, integrándose sólo en mínima parte al consumo básico de la población de menores ingresos.

Durante esa década las pesquerías de carácter masivo registraron un considerable desarrollo, permitiendo incrementar el consumo popular de algunas especies como la sardina en particular, aunque la fuerte demanda de harina de pescado para la producción de alimentos balanceados desvió la tendencia a esta actividad, canalizando un gran porcentaje del incremento de sardina y anchoveta a la industria reductora.

Entre 1970 y 1980 el consumo nacional aparente de productos pesqueros comestibles creció a una tasa de 12.9% anual promedio.

En términos absolutos este rubro pasó de 167,205 toneladas en 1970 a 560,649 en 1980. De 1975 a 1980 el consumo nacional aparente creció en más de 100% al pasar de 251,975 a 560,649 toneladas. Mientras que para 1991 creció en un 225% con un total de 1,261,478 toneladas.

Cuadro 2
Consumo nacional aparente
toneladas y crecimiento

Año	Cons. Nac. aparente toneladas	Variación %
1970	167207	—
1980	560649	335%
1990	1261478	225%

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Anuario de Pesca, 1991. Secretaría de Pesca.

Más allá de la dinámica demográfica, la relación región-ciudad tiene una importancia fundamental en el sistema de abasto alimentario, entre otras razones porque el consumo de la ciudad condiciona la estructura de la producción regional, y la ciudad a la vez depende de las regiones; se trata de una mutua interdependencia donde la ciudad finalmente subordina a la región a sus intereses de consumo; esto implica una serie de modificaciones a la vocación productiva natural de las regiones, condicionados por factores de demanda que ocurren independientemente de que exista un espacio configurado.

Sin embargo, otras perturbaciones exógenas influyen también en la relación tradicional del abastecimiento región-ciudad; este puede ser el caso de las aperturas registradas más recientemente en la economía mexicana que tratan de incorporar el libre comercio internacional como estrategia de reactivación del crecimiento. Ello, aunado al propio fenómeno de la globalización mundial, incide en una modificación de las relaciones tradicionales entre la región y la ciudad, apareciendo y consolidándose otros aparatos de distribución como son los supermercados y tiendas de autoservicio que rompen con la hegemonía que ejercía el sistema de centrales de abasto en la organización del mismo.

En la interconexión territorial del abasto alimentario, el espacio cumple el papel de articulador de los movimientos de productos y establece las jerarquías y especializaciones regionales de los núcleos de producción y consumo. Pero además, determina la factibilidad de influencia económica de las ciudades en

términos de su localización y con base en las potencialidades regionales y de concentración urbana, sea en la esfera de la producción o el consumo.

A partir de los eslabonamientos entre acopio, transporte, almacenamiento y distribución que configuran la cadena de abastecimiento alimentario, el espacio viene a ocupar un rol fundamental en la medida que dichos eslabones no pueden manejarse fuera de una estructura territorial que, entre otras, cumple las siguientes funciones: aglutina al conjunto de la actividad comercial; recibe los impactos sectoriales de las decisiones políticas; establece la jerarquía de los centros de producción y consumo (y determina las funciones que cada uno asume); así como las delimitaciones de influencia en cuanto a poder comercial de cada grupo, familia o núcleo urbano, y la ruta crítica que sigue cada producto. Además, el espacio no cumple únicamente el papel de configurador del movimiento de los productos a partir de la demanda, ni define sólo la jerarquía de un núcleo urbano y su área de influencia. Más bien, considerando la función histórica y la dinámica económica del núcleo urbano influye en el carácter de las relaciones comerciales intra y extrarregionales.

Desde la perspectiva del abasto de alimentos es imposible arreglar todas las redes irregulares de tal forma que tengan por lo menos un punto en común; no encontramos región o ciudad autosuficiente. Existen casos donde las regiones intercambian su producción a través de sus ciudades centrales, al igual que lugares pequeños que dependen de ciudades vecinas por ser el mercado más grande. O por el contrario, ciudades metropolitanas, inclusive la nación entera, pueden ser tributarias de lugares geográficamente pequeños. Bajo tal supuesto, normalmente los centros de consumo intraurbanos delimitan un radio de influencia pequeño para su abasto alimentario, porque mientras más grandes son dichos radios, aumentan los costos de transporte, lo cual repercute en un encarecimiento del producto y consecuentemente en una disminución del margen de ganancia para los agentes económicos que se ven afectados también al participar en radios de competencia más amplios. Entre

más pequeño es el centro de consumo, más restringido resulta su radio de abastecimiento; incluso en algunos casos pueden quedar supeditados y depender de un mecanismo de reexportación de productos que controlan los centros de consumo más grandes donde se concentra la mayor parte de la producción regional, ya que en la medida que cuentan con una demanda concentrada de mayor tamaño dominan áreas más amplias de producción.

Las empresas líderes integran sus propias redes de abastecimiento, apoyadas en líneas propias de transporte y sistemas de mercado. De esta forma pueden cubrir espacios de consumo más amplios que los sistemas de abasto convencionales de productos básicos, integrando monopolios que abarcan tanto espacios rurales como urbanos. Generalmente se ubican en centros urbanos donde pueden captar mayor volumen de consumidores, y salvo casos particulares, sin importar a que distancia se encuentran las zonas de abastecimiento de materias primas.

De acuerdo con la lógica de operación de la empresa agroalimentaria, el sistema de abastecimiento comienza mucho antes que la distribución de alimentos hacia el consumidor; además, su influencia espacial va más allá del hinterland de aprovisionamiento de los centros urbanos. De acuerdo a ello, la cadena agroalimentaria se integra a partir de los eslabonamientos siguientes: a) producción "hacia arriba" de la finca, de insumos industriales utilizados por las actividades agropecuarias; b) producción agropecuaria; c) procesamiento de productos agropecuarios (de primera y segunda transformación); d) distribución de productos procesados hasta el consumo final; y, e) servicios tales como crédito, asistencia técnica, servicios tecnológicos y de publicidad (articulado a todos los eslabones).

Las regiones son integradoras de la producción y el consumo. Las relaciones del abasto alimentario ocurren dentro de un juego de planos espaciales poco precisos que incluye todo un sistema de ciudades y áreas rurales a nivel nacional; estos a su vez conforman subsistemas y sus áreas de influencia son determinados por las necesidades del consumo.

El análisis de centralidad aplicado al sistema mexicano de

abasto reconoce que los canales de distribución varían de tamaño, funciones, sistemas de compraventa según la región y a la vez pueden ser analizados en conjunto como sistemas de comercialización centrales, que actúan como puntos focales en los flujos de distribución de mercancías. Por ello, son considerados instituciones capaces de manejar casi la totalidad de las actividades comerciales de determinada región. Así, se constituyen los pilares básicos de una jerarquía más compleja capaz de entretejer toda una estructura económica espacial que integra un sistema de mercado gradual, interconectado, que cubre al conjunto del espacio comercial.

En el proceso de modernización tecnológica del abasto y comercio mexicano, las empresas privadas concentran grandes volúmenes de productos que se encuentran integradas en la compra de cosechas y comercialización; ello les permite captar una gran masa de población. Cuentan igualmente con infraestructura para el acopio y bodegas especializadas, maduradores, enfriadores y frigoríficos cuya instalación tiene relación directa con las zonas productoras. La amplia red de comunicación que posibilitaría un mejor acceso de alimentos a toda la población es aun insuficiente para cubrir al conjunto de las regiones, no obstante, que utilizan transporte equipado que les permite a los grandes comerciantes desplazarse a distancias mayores sin riesgos.

El sistema de abasto alimentario en México se estructura de acuerdo con la concentración del consumo de la población asentada en los principales centros urbanos actuales y emergentes, pero deja desprotegida a la población rural en términos de precios y calidad de la oferta. En el mismo sentido, inscrito en una economía de mercado, la estructura del sistema es incapaz de sustraerse de la distorsión que provoca una desigual distribución territorial del ingreso que desemboca en la concentración física de las mercancías, por lo cual el abasto resulta costoso a los consumidores de las ciudades, pero más aun a la población rural que paga un doble costo ante la reexpedición de productos como expresión de la concentración del sistema.

El intermediarismo es un factor estratégico presente en el sis-

tema de abasto en México. Una de sus causas de origen es la gran atomización de la población consumidora en el territorio nacional, sumado a la concentración de la industria procesadora de alimentos y de la distribución de abarrotes en las grandes ciudades, particularmente hacia la ciudad de México. Tal funcionamiento repercute en la estructura de precios ya que en el conjunto de la cadena de intermediación se obtiene un margen de comercialización de hasta 50%.

El sistema de abastecimiento, en la mayoría de las regiones del país, integra excesivas etapas de intermediación entre la producción y el consumidor. En el caso de las frutas y legumbres, existen más de diez mecanismos diferentes de distribución y hasta doce etapas de recorrido antes de llegar al consumidor final; los mayores márgenes de comercialización se observan en el mayoreo cuyo promedio oscila en alrededor de 13%, a pesar de que en ese tramo sólo existen tres etapas de intermediación. Entre el mercado central y el consumidor se observan hasta ocho etapas y el margen de comercialización es de 59%.

De acuerdo con los resultados del análisis de centralidad, la ciudad de México aparece como el lugar central de primer orden, ya que genera bienes industriales y de servicios que exceden con mucho sus propias necesidades, pero se convierten en mercancías y servicios de "exportación" para todo el territorio nacional.

Asimismo, algunas de las grandes ciudades observan un proceso creciente de metropolización, como el de la ciudad de México, con lo cual su influencia gravitacional rebasa la región inmediata de abastecimiento original; pero además de ello, la metropolización tiene claros efectos sobre la distribución intraurbana. En primer lugar porque surgen nuevos asentamientos suburbanos que demandan productos alimentarios y redefinen la organización espacial del comercio intraurbano, lo cual genera además una mayor influencia de la metrópoli en las áreas rurales.

En la región metropolitana la especialización sustituye a la articulación que caracterizaba al ordenamiento jerárquico de

los lugares centrales. Algunos de los centros continúan en su función de lugar central, otros se transforman en colonias residenciales o pueblos-dormitorio. Se crean nuevas plazas comerciales planificadas lejos del centro y las nuevas colonias y áreas comerciales se extienden a lo largo de las carreteras. Las zonas englobadas dentro de las regiones metropolitanas en expansión generan nuevas fuerzas de distribución espacial y otras formas de interdependencia. Las clásicas estructuras espaciales caracterizadas por la jerarquía de los lugares centrales desaparecen y son reemplazadas con las estructuras espaciales que ya de por sí caracterizaban internamente a las ciudades.

Por lo tanto, la tendencia nacional es a conformar una estructura económica regional y de ciudades a base de un conjunto de regiones metropolitanas interdependientes. Dentro de cada una de ellas ocurre una alta especialización, en lugar de la subdivisión excesiva en regiones progresivamente más pequeñas destinadas a articular de modo efectivo la distribución minorista de bienes y servicios. A medida que la población de las regiones metropolitanas crecen y se redistribuyen, los establecimientos de distribución al por menor se desarrollan más en zonas donde el número de habitantes aumenta, observándose el fenómeno inverso donde la población disminuye. La expansión y redistribución de la población explica la distribución espacial del cambio total experimentado por el comercio al menudeo dentro de la región metropolitana.

La ciudad de México impone el modelo territorial de abastecimiento alimentario que impera en todo el subsistema nacional de ciudades. Este se caracteriza como un sistema de comercio a larga distancia que conecta una gran urbe con una diversidad de zonas productoras a través de un solo mercado regional que hace las veces de centralizador de la producción agropecuaria. Las zonas abastecedoras se especializan en un doble sentido: producen uno o dos artículos para el consumo urbano y, además, para enviarlos generalmente a una sola ciudad; de tal manera que las zonas están comercialmente vinculadas con un solo mercado urbano. Existen excepciones, sobre todo de regiones con grandes excedentes que pueden abaste-

cer varias ciudades, pero el esquema predominante es el anterior. Sin embargo este modelo observa una contratendencia en su organización regional, ya que en la medida que se consolidan ciudades del interior y surgen grupos comerciales fuertes, comienzan a manifestar una autonomía del centro y buscan formas de comercialización con casi todas las regiones del país.

En la esfera de la distribución interurbana, el país presenta un patrón comercial combinado donde persisten rasgos de las etapas intermedias y avanzadas. Ello se expresa en el tipo de establecimientos comerciales: la mayoría son minúsculos y caen dentro de la categoría de familiares, ya que 370 mil (70% del total) tienen una participación baja en las ventas (6%) y en el valor agregado del comercio (7.5%). En el otro extremo se ubican 1,405 comercios gigantes (0.3% del total), pero que contribuyen con el 37% de las ventas y 35% del valor agregado. Los negocios pequeños concentran el 19% de los establecimientos.

En cuanto a los agentes comerciales, se observa una inserción funcional al sistema de abastecimiento vigente. A nivel nacional persiste el mayorista tradicional que responde a las características de los mercados rurales y a las estructuras operativas de comerciantes menudistas.

El mayorista tradicional es un intermediario que tiene gran capacidad de comprador en mercados rurales atomizados y como vendedor oligopólico. Se especializa en uno o pocos productos y abastece a otros mayoristas menores, al igual que a otras plazas de ciudades pequeñas. De hecho inducen criterios regionales de producción, acopio y comercialización, aunque adaptados a las necesidades de los grandes centros urbanos de consumo.

Existen otros mayoristas menores que no tienen contacto directo con los productores, pero que ofrecen servicios de mercado de productos y venden cantidades adecuadas al pequeño comercio. En síntesis, atienden necesidades de canales minoristas tradicionales.

Desde la perspectiva de distribución espacial, el sistema mayorista que aprovisiona a la ciudad de México, y a otros lugares centrales del país asume las formas combinadas de patrón den-

drítico y solar de abastecimiento, es decir, una apropiación del territorio que implica relaciones directas a través de un solo mercado regular, y de exclusividad-subordinación de la ciudad como su área de influencia.

Los resultados de la evaluación del patrón de abastecimiento en México nos lleva a considerar que es funcional en la medida que difícilmente puede dejar desabastecida a la población consumidora, pero la primacía hacia la centralización origina zonas mal comunicadas entre sí, con transportación intrarrural costosa, zonas rurales mal abastecidas y sistemas comerciales poco desarrollados. A medida que aumentan las distancias de los centros urbanos se encarecen y escasean los alimentos, sobre todo en zonas rurales alejadas. Igualmente, resulta ineficiente en la redistribución tanto de fuerzas competitivas en su mecanismo interno. Las grandes urbes y comerciantes mayoristas tienen áreas geográficas exclusivas. Este sistema comercial opera a base de la descapitalización perenne de campesinos y del encarecimiento de productos hacia el medio rural.

El sistema de abasto predominante ha impactado en el patrón de consumo. Por conducto del mercado se han trasladado a la estructura de la producción agropecuaria las modificaciones de la demanda alimentaria y de las materias primas que acrecentó el proceso de urbanización, la concentración del ingreso y la importación de un patrón de consumo dominado por la proteína de origen animal que en la actualidad se revela contrario a las posibilidades de explotación racional y consumo de nuestros productos agrícolas.

Además, el crecimiento de la demanda de los estratos de población de ingresos medios y altos, sobre todo en las ciudades, impacta de manera profunda en la estructura de cultivos. La naturaleza de la demanda altamente concentrada e intensiva, impulsa el desarrollo de productos nuevos de elevada densidad económica en detrimento de cultivos tradicionales.

En la dinámica comercio-abasto como proceso económico, se han logrado identificar dos sistemas de comercialización: a) el sistema centralizado que corresponde al tipo tradicional, donde el flujo del productor al consumidor, sigue canales de

variada complejidad y participan uno o muchos intermediarios, pero en general se caracteriza por la centralización urbana de todo el proceso; b) sistema descentralizado, el cual se distingue por el desplazamiento del poder mayorista al detallista y por la práctica secuencial de las diversas funciones del mercado, especialmente acopio, clasificación y procesamiento dentro de las mismas líneas de producción. Cada producto o grupo de productos afines cuenta con sus propios sistemas de comercialización dentro de un determinado mercado; por ejemplo los sistemas de comercialización del café, vino, granos, frutas y hortalizas, entre otras, constituyen unidades distintas e interdependientes entre si. Algunos de estos productos participan a la vez integrados al sistema de Centrales de Abasto, pero por lo general conforman canales unidimensionales y se relacionan directamente con autoservicios o cuentan con sus propios canales de ventas.

Los agentes que intervienen en la distribución de alimentos en México juegan un papel determinante al interior de la cadena, son de hecho quienes han condicionado la estructura del sistema de abasto actual, aunque supeditados de cualquier manera al comportamiento que sigue la concentración demográfica propiciada por las necesidades del crecimiento económico. Tan clara resulta la condicionante demográfica que hoy en día comienza a manifestarse un debilitamiento incipiente del dominio concentrador de la ciudad de México, debido al dinamismo inyectado a otras regiones del país, y en tal contexto los agentes intermediarios tradicionales y nuevos se consolidan en otras plazas comerciales al tiempo que diversifican su participación hacia otros giros y productos.

Estos desequilibrios se originan, a la vez, en la escasa atención prestada al diseño de un modelo que encuadre en condiciones de equilibrio a los diversos agentes comerciales surgidos a partir del carácter mismo de la estructura económica y la incapacidad de regulación oficial sostenida en el tiempo. El desequilibrio desde la perspectiva de heterogeneidad de los diversos agentes comerciales de la red, no ha provocado, en el medio urbano, problemas de desabasto significativos, más

que durante lapsos breves en que surgen “ocultamientos” para presionar al incremento del precio de algún producto; en cambio, genera insuficiencias en la oferta de bienes básicos, medidos sobre todo en términos de calidad, desarticulación de los procesos de abasto, desarrollo desequilibrado del comercio interior e impacto negativo en el consumo por la anexión de una serie de etapas que impactan adversamente en el precio.

El esquema anterior conforma lo que se reconoce como estructura biomodal de la venta al menudeo donde existe un canal de tipo tradicional, con márgenes comerciales de infrasubsistencia, en el que opera el comerciante predominantemente familiar que todavía representa una opción importante para los consumidores en barrios, colonias y áreas suburbanas y perimetropolitanas; el otro canal es de tipo moderno que gana cada vez más terreno entre los consumidores pero que se orienta preferentemente a satisfacer las necesidades de los consumidores de ingresos medios y altos en el ámbito urbano, principalmente a través de comercios de autoservicio, aunque esta formación cambia.

El comercio al menudeo tiene una fragmentación excesiva en los centros urbanos e implica, de hecho, una mayor diversificación de agentes comerciales para tener acceso a los distintos tipos de consumidores. En el medio rural la estructura es más simple ya que el consumidor se abastece principalmente a través de tianguis, estanquillos y mercados públicos que se ubican en el mismo estrato de comercio. Otra modalidad importante es el día de plaza, modalidad tradicional que pierde fuerza ante los embates de la modernidad, y más significativamente en las ciudades medias.

Si trabajan con el intermediario, los productos tienen garantizada una venta rápida, en tanto que si llegan de manera independiente a los grandes centros de abasto deben hacer frente a todo tipo de dificultades. Dichas dificultades son variables, pero algunas veces hasta la misma naturaleza biológica de los productos actúa como factor adverso; por ejemplo en el caso de los perecederos, entre ellos frutas y hortaliza o pescados y mariscos, se presiona al productor a vender a bajo precio

ante la falta de capacidad de almacenamiento y el incremento de la oferta; también se ve sometido a prácticas de “coyotaje” que gravitan sobre sus posibles ganancias.

La concentración del poder comercial junto con la orientación preferentemente urbana del abasto, genera un esquema de distribución de alimentos en México injusto e irracional desde el punto de vista social y económico. Prácticamente todo el desarrollo de la infraestructura se orienta hacia grandes centros urbanos, los cuales se ven beneficiados por el movimiento ágil y oportuno de una red comercial de tipo privado, que favorece al conjunto social a pesar de que existan estratificaciones de consumidores; el resto del país en cambio, con todo y los esfuerzos estatales cada vez más restringidos de la CONASUPO, a través de DICONSA e IMPECSA, padece los efectos de un sistema de comercialización escasamente vertebrado y antifuncional a las demandas nacionales.

Por tanto, debe pensarse en un mecanismo que evite la fragmentación excesiva y muchas veces perjudicial a grandes grupos de consumidores, a la vez que integre un procedimiento de beneficio real para los productores, al tiempo que disminuya al mínimo la pérdida de productos.

Resulta lamentable que no exista al menos una base mínima de información de la cual partir para elaborar propuestas de solución a las condiciones de deterioro en que se encuentran determinados eslabones. Tampoco existen condiciones para establecer un diagnóstico preciso a través del cual se puedan tomar iniciativas de planeación adecuadas al conjunto de la cadena. Por ejemplo, existen reiteradas quejas de la insuficiente infraestructura para el acopio que repercute en cuantiosas pérdidas postcosecha, pero a la fecha se desconoce el monto exacto de tales pérdidas, o no existe claridad ni continuidad en los registros estadísticos que permitan cuantificarlas.

El retiro paulatino de la participación estatal en el abasto se encuentra ya en marcha; en primer lugar se procedió a la liquidación de los Centros CONASUPO de Capacitación (CECONCA), así como de TRICONSA, la transferencia de plantas y programas del Fideicomiso Comisión Promotora CONASUPO del sec-

tor social y gobiernos de los estados, y posteriormente su proceso de liquidación.

La tendencia reprivatizadora de la empresa comenzó con una reestructuración del subsidio, blanco preferente del sector privado para presionar al retiro del Estado de la regulación del abasto y del comercio. La reestructuración de subsidios incluye la cancelación total de los que se otorgaban en forma permanente a la industria y la disminución del diferencial de precios, compra-venta a las materias primas (trigo, arroz, pasta para sopa y granos forrajeros) dejando su aplicación sólo para casos de contingencia del Pacto de Estabilidad y Crecimiento Económico (PECE).

En torno al Programa de Abasto CONASUPO-Rural se ha gestado una organización de los representantes de las tiendas ante los Almacenes Rurales, denominada como los Consejos Comunitarios de Abasto. Desde hace algunos años, estos Consejos han jugado el papel de supervisores y tienen una incidencia real cada vez mayor en la toma de decisiones de los almacenes y del sistema de distribución.

La organización de los Consejos Comunitarios de Abasto ha sido, la mayoría de las veces, un canal de expresión del punto de vista de los grupos de base que hacen de contraparte en las tiendas rurales de DICONSA. Por este medio han señalado las fallas y limitantes en el abasto rural oficial, urgiendo a que se tomen medidas que lo hagan realmente eficiente, para proteger a los consumidores del campo y evitar, simultáneamente, la actual tendencia estatal de restringir o a minimizar estos programas.

El transporte constituye la línea vertebral del Sistema de Abasto Alimentario, en la medida que establece los vínculos funcionales entre los espacios de producción (regiones) y los de consumo (ciudades), y dada la fuerza de estructuración territorial que caracteriza a todo modo de transporte, este servicio adquiere una connotación básicamente social de gran poder político y económico.

La refuncionalización de los servicios de transporte y telecomunicaciones, brinda una nueva oportunidad para fortalecer el proceso de desarrollo regional, vía la descentralización. Las

inversiones en dichos sectores tienen un incuestionable poder de encadenamiento con las diversas opciones que implica una nueva organización territorial, ya que para poder descentralizar es necesario garantizar el abasto justo a tiempo y la comunicación en tiempo real, sólo de esta manera se posibilita simultáneamente poder informar, negociar y, por supuesto dirigir y ordenar a distancia.

El país enfrenta de manera desigual entre sus regiones, estos retos de la globalización. En cuanto a la estructura del sistema carretero, la red troncal está representada por las carreteras de más altas especificaciones técnicas, encargadas de articular al país en su conjunto, garantizando la comunicación interregional y los enlaces fronterizos (terrestres, marítimos y aéreos), comunicando a las principales áreas de producción con los centros de mayor consumo.

Esta red troncal está integrada por 47.504 Kms de carreteras, de las cuales todavía falta pavimentar el 5%; esto significa que en algunas entidades como Sonora (118 Kms), Oaxaca (73 Kms), Chihuahua (45 Kms) y Chiapas (29 Kms), por ejemplo, todavía se tienen caminos de terracería operando como parte de su red troncal.

De los caminos pavimentados (45,383 Kms), sólo el 10% tiene cuatro o más carriles, el 90% restante sólo cuenta con dos, situación que repercute considerablemente en la operación y calidad de los servicios de transporte a escala nacional: por sus características técnicas (coronas de 7 u 8 mts, falta de libramiento adecuado, etc.), el accidentado relieve en gran parte del país, el notable incremento en los flujos vehiculares (actualmente, cerca de 13,000 Kms soportan tránsitos diarios promedio superiores a los 5,000 vehículos), y la diferida conservación de la red, provocan, ineficiencias que hacen difícil alcanzar las condiciones que demanda un sistema de abasto alimentario eficiente y suficiente.

La distribución geográfica de la red troncal por entidades, presenta las siguientes características: a) una estructura básicamente longitudinal; b) una relativa importancia que tiene este tipo de caminos en las penínsulas de Baja California y Yucatán;

c) concentración del 28.3% de esos caminos en sólo cinco entidades (Oaxaca 6.4%, Chihuahua 6%, Michoacán 5.5%, Jalisco 5.3% y Guerrero 5.1%); d) la importancia que adquieren en el sur y sureste del país zonas que tradicionalmente se consideran con bajos niveles de comunicación.

Al sistema o red troncal se le suma la red alimentadora que consta de 61,108 Kms de caminos, cuya función es canalizar hacia la red troncal el gran número de vehículos de carga que satisfacen demandas de transporte, tanto estatales como regionales. De esa red, sólo el 69.2% está pavimentado y sólo el 1.6% de esos caminos cuentan con cuatro o más carriles. Del resto, el 36.7% está representado por caminos de condiciones técnicas más restringidas, denominados revestidos y las terracerías representan el otro 4.1%. En el caso de la red alimentaria, se aprecia la importancia que tienen estos caminos para la zona agroexportadora de la Región Noroeste (sobre todo en Sonora y Sinaloa), y de hecho en casi todas las entidades de la frontera norte. La red de Tamaulipas y Veracruz también sobresale en el litoral del Golfo y sorprende encontrar en los rangos intermedios a ciertas entidades como Guanajuato. Los estados de Michoacán y Oaxaca, se encuentran entre los rangos más bajos, establecidos para la red alimentadora, al igual que toda la península de Baja California y Yucatán.

La red de caminos rurales tiene gran importancia en diez entidades. Además, contrasta su alta participación, en dos zonas con características socioeconómicas diferentes: el corredor que forman Coahuila, Zacatecas y Jalisco; y del norte (Sonora, Sinaloa y Nuevo León), registran rangos intermedios y los más bajos se aprecian en gran parte de las penínsulas de Baja California y Yucatán. Los 33,120 Kms de brechas restantes, constituyen una red vital para la comunicación y abasto de las zonas más inhóspitas del país. En esos sitios, donde el patrón de la población y la producción se caracteriza por ser sumamente disperso, los caminos de brecha se encargan de canalizar hacia las redes de mayor jerarquía la suma de pequeñas demandas de transporte, que en conjunto pueden representar cifras significativas.

En cuanto al sistema de carga, las 1,892 empresas que brindan el servicio de carga general realizan sus funciones con 78,413 unidades motrices (44% del total), utilizan 27,553 unidades de arrastre (61% del total), y con ese equipo transportaron en 1990, 149 millones de toneladas (47% del total). La estructura de estas unidades motrices por especialidad no ha registrado cambios significativos de 1985 a 1992, debido a que el nivel de especialización tecnológica es rudimentario: el 75% de la flota lo integran unidades dedicadas a transportar productos del campo y animales no elaborados; los fluidos que se transportan en las unidades tipo tanque sólo representan el 8.4%; las unidades para el manejo de líquidos embotellados el 1.2% y; los especializados en el manejo de productos perecederos (vehículos tipo refrigerador), apenas representan el 0.9% del total.

Respecto, al tonelaje movilizado en cada servicio: los productos del campo no elaborados y animales constituyen el 60% del volumen total transportado; en los vehículos tipo tanque se movilizó el 16%; los líquidos embotellados el 2% y los que se transportan en vehículos tipo refrigerador (perecederos) otro 2%.

El bajo nivel tecnológico que se registra en el autotransporte de carga en general y en los servicios de carga especializados en particular, resulta un fuerte obstáculo para la competencia internacional y su incidencia negativa en la economía mexicana es significativa, por el alto porcentaje de mermas que se registra, sobre todo en el transporte de mercancías perecederas.

En cuanto a la estructura de la red nacional de carreteras y el tránsito diario promedio anual registrado por los camiones de carga, destaca la estructura de una red radial que reconoce como principal nodo a la ciudad de México, y sólo unos cuantos ejes o corredores de carga que parten de la capital hacia la frontera norte principalmente; una escasa participación de los ejes transversales y la existencia de unas cuantas redes de menor jerarquía (alrededor de Guadalajara, Monterrey y otras localidades de menor tamaño), a partir de las cuales se estructura y distribuye el abasto de todo tipo de mercancías en el país.

Los servicios ferroviarios continúan con su tendencia a perder tráfico de carga en favor del autotransporte y sobre todo del marítimo. Sin embargo, al analizar la red ferroviaria y el tipo de carga que se moviliza por ella, se advierte la importante participación que todavía tiene el ferrocarril, para el traslado de alimentos y el abastecimiento de regiones.

En cuanto a la dinámica regional transporte-abasto se desprenden los siguientes resultados:

1. Una gran participación en el abasto de la capital por parte de las regiones del norte del país, contra la débil participación del sur.
2. Una gran dependencia externa que tiene la capital para el abasto de casi todos estos productos: la mayor parte entra por las estaciones fronterizas del norte (Nuevo Laredo, Piedras Negras o Ciudad Juárez), o bien por los principales puertos marítimos.
3. Aunque el número de estaciones remitentes para cada producto podrían hacer pensar que el abasto de la capital depende de varias zonas de producción, la realidad es que unas cuantas estaciones remiten la mayor parte de los alimentos considerados: el 80% del abasto de maíz proviene de tres estaciones portuarias (Veracruz, Tampico y Coatzacoalcos); el 70% del frijol llega a la capital de cuatro estaciones, una fronteriza (Nuevo Laredo) y tres portuarias (Manzanillo, Coatzacoalcos y Veracruz); de una sola estación portuaria (Manzanillo), se envía el 84.3% del arroz; y en el rubro de productos agrícolas varios, el 61% se introduce por Nuevo Laredo y de la Comarca Lagunera, nos llega otro 15.5%. Sólo el trigo se sale de este patrón, pues la mayor parte proviene de las estaciones ferroviarias que participan en el acopio de diversos productos cosechados en el noroeste de México.

En cuanto al sistema de distribución se comprobó su fragilidad para una mejor integración dado su centralismo en unos cuantos puntos fronterizos (dos terrestres y dos marítimos);

esta situación, por otra parte, permite ejercer un control estratégico en materia de alimentos.

1. El transporte de alimentos se realiza básicamente a través de los servicios marítimos de carga general (donde se incluyen, además de ciertos alimentos o productos para la industria alimenticia, otros tipos de productos a granel agrícola y transporte de perecederos. En 1990, los tres rubros citados representaron un total de 17.3 millones de toneladas, distribuidas de la siguiente manera: el 59% le correspondió a la carga general, el 39% al granel agrícola y el 2% restante a los perecederos.
2. Aunque México cuenta con una diversidad regional de puertos, tanto en el litoral del Golfo, como en el del Pacífico, el tráfico de mercancías se concentra en unos cuantos, de acuerdo a su infraestructura y equipamiento.
3. Considerando exclusivamente el movimiento del granel agrícola, resulta que por el litoral del Golfo se maneja el 79.1% del tonelaje total (4.9 millones de toneladas), y de esa cifra, los puertos de Veracruz, Tampico-Altamira y Coatzacoalcos, concentran el 78.5%. En el litoral del Pacífico, se maneja el 20.9% restante del granel agrícola (1.3 millones de toneladas), y en este caso, Guaymas, Manzanillo y Mazatlán, concentran en conjunto el 98.5%.
4. Esto significa que los seis puertos citados controlan en la actualidad el 83% del granel agrícola en el tráfico total. Además, en esos mismos puertos se realiza el embarque y desembarque del 58% de los alimentos identificados en la carga general, destacando el azúcar, que se importa básicamente por Tampico, Veracruz y Manzanillo, y el frijol, que en menores cantidades se interna por Coatzacoalcos y Manzanillo.
5. Por el tipo de servicios, se tiene que el 93% del granel agrícola se transportó en los servicios marítimos de altura, y de ese volumen, el 99.6% correspondió a las im-

portaciones, lo que evidencia las relaciones de dependencia alimentaria nacional y el flujo más importante en ese año fue el generado por el maíz proveniente de los Estados Unidos.

6. Sólo el 7% del granel agrícola se transporta en los servicios marítimos de cabotaje, cifra insignificante, dada la amplitud de nuestros litorales y la existencia de importantes ciudades costeras, con tasas de crecimiento elevadas. Para incrementar su participación, apenas se está tratando de introducir el movimiento contenerizado.
7. El transporte de perecederos sólo adquiere cierta importancia, en algunos puertos del Pacífico, como Ensenada, San Carlos, La Paz, Topolobampo y Mazatlán, por la insularidad de la península de Baja California: gran parte de su abasto alimentario se realiza por vía marítima, desde los puertos de Sonora y Sinaloa.
8. El emplazamiento de los principales puertos del país responde a las demandas de las principales ciudades del centro y hacia ellas se dirige (por vía terrestre), la mayor parte de los productos desembarcados y en sentido contrario van las manufacturas que producen. Sólo se identifican ciertos movimientos de internación con fines de distribución regional, en el caso de Puerto Progreso, para el abastecimiento de la Península de Yucatán, o en Guaymas y Mazatlán, para el norte y noroeste del país.

En el marco de una mayor apertura comercial y participación a través del Acuerdo de Libre Comercio del Norte de América plantean nuevos retos al Sistema Nacional de Transportes y los servicios relacionados con él. En el mercado se amplía la brecha temporal y espacial entre la producción y el consumo, el costo del transporte empieza a ser relativamente menos importante y en contrapeso adquieren relevancia aspectos tales como la oportunidad y confiabilidad en la disponibilidad de los productos en el tiempo y lugar adecuados y los servicios de apoyo logístico que permitan armonizar las diferentes etapas

del proceso producción-distribución-comercialización para que estos elementos se optimicen.

En el caso del transporte marítimo también se plantea el impulso a las terminales portuarias, en base a distintas estrategias de promoción, entre las cuales destaca: la creación de Administraciones Portuarias Autónomas (APAS) cuya función será la de administrar y desarrollar los recintos portuarios, adquiriendo los terrenos, instalaciones y otros activos que opera actualmente el Gobierno Federal.

Finalmente, el incremento comercial con Estados Unidos y Canadá, reforzará la participación relativa de los principales corredores de carga ya identificados: en particular, se prevé un importante incremento del volumen movilizado en el eje México-Nuevo Laredo y de menor importancia en, el México-Nogales y, en los ejes transversales que unen al centro del país con los principales puertos (Veracruz y Manzanillo). La hipótesis planteada se refuerza al considerar incluso la participación de la carga por ferrocarril, ya que la tercera parte del movimiento total de contenedores generado por los convenios entre Ferrocarriles y ferrocarriles estadounidenses se mueve desde Nuevo Laredo hasta la estación de Pantaco en el Distrito Federal, y desde este punto en sentido inverso al norte del país.

Diariamente ingresan a CEDA de la Ciudad de México 25 mil toneladas de alimentos. Este volumen alcanzaría para alimentar por un día a toda la población junta de Costa Rica, Belice y El Salvador.

La proporción de alimentos que llegan a la ZMCM para sostener a su ciudad central y área conurbada, de ninguna manera resulta exagerada y sólo refleja las dimensiones de la población capitalina. Sin embargo, tal proporción (aproximadamente la tercera parte del consumo nacional) se encuentra a contralógica con una distribución regionalmente equilibrada de los alimentos en el país; más bien esta capacidad metropolitana expresa la magnitud de la concentración demográfica, combinada con el nivel de compra promedio de su población que succiona los productos agrícolas de sus regiones y pone en movimiento hacia el centro la mayoría de los agentes comerciales.

La lógica del mercado genera otros efectos derivados del elevado porcentaje de alimentos (13% con respecto al ingreso diario global) que desde CEDA se reexpiden hacia otras ciudades del interior, con el sobreprecio consecuente que resulta de una suma adicional de etapas de intermediación.

La CEDA es el centro de la red que abastece a la Zona Metropolitana; se conforma por centros de acopio, almacenamiento, distribución, exhibición y venta de toda clase de alimentos entre los que sobresalen frutas, hortalizas, legumbres y víveres en general. Cuenta con avanzados sistemas de información sobre producción, precios, mercado y especialización productiva de las regiones por ciclo que facilitan el manejo a los mayoristas; además, conecta a estos últimos con medios mayoristas y menudistas que a su vez se encargan de llevar los alimentos a la mesa del consumidor capitalino.

Los flujos más importantes de productos que ingresan a CEDA de la ciudad de México provienen del sur del país. Entre las entidades más importantes que abastecen se encuentran Morelos y Veracruz que aportan el 50% del volumen, este se complementa con Chiapas, Guerrero, México y Michoacán, apartando con los dos primeros el 75% del abasto total. Los estados del norte y noreste también son importantes abastecedores en algunos granos, pero su presencia se encuentra supeditada al sistema de precios, el costo del transporte y las deficiencias de infraestructura para el traslado adecuado de productos. De cualquier manera, en las épocas que escasea la producción del sur, no existe impedimento para trasladar productos así sea de las zonas más alejadas, por ejemplo el jitomate y la uva de Baja California, la manzana de Chihuahua, el frijol de Sinaloa, la naranja de Nuevo León, etcétera.

Además de la CEDA que se especializa en abarrotes, frutas, hortalizas y flores. El sistema de abasto al mayoreo de la ciudad se completa con el mercado de La Viga (actualmente ya trasladado a CEDA) que expide pescado y mariscos, IDA (Ferrería) que junto con otros rastros ubicados en Iztapalapa y Topilejo aporta la dotación de carne, si bien la modalidad de rastro de sacrificio tiende a desaparecer para introducir sólo

carne en canal o empacada; existe también una complementariedad con la Central de Abastos del municipio de Ecatepec y de Atizapán de Zaragoza que surte una parte importante de la zona conurbada. Otros canales como la CONASUPO, vía DICONSA, participan de manera importante en el abastecimiento de granos para su industrialización, por ejemplo maíz y harina de trigo, así como aceites y grasas.

Para abastecer una población que demanda 200 toneladas diarias de pescados y mariscos, 13 mil toneladas de frutas y legumbres, 3 mil toneladas de abarrotes, 2,600 cabezas de ganado bovino, 7 mil cerdos, 2,400 ovinos y más de 300 mil aves; se requiere poner en movimiento una gran cantidad de regiones que, de acuerdo con las condiciones generales que presenta el país, sólo el mayorista es capaz de cubrir; esto provoca altos grados de control en la medida que el abasto presenta fases riesgosas que no cualquier agente es capaz de resistir, ni aún el Estado mismo. Así, actualmente cuatro mayoristas controlan el 72% del volumen de ingreso de chile verde; 3 el 43% de la cebolla; otros 3 el 47% del plátano, lo mismo que el limón (53%) y la naranja (25%). Se considera también que no más de diez familias, por lo general de origen español, cuyo poder comercial deviene desde la época colonial, controla el grueso de la comercialización de abarrotes.

Los grandes mayoristas establecidos son quienes obtienen los mayores beneficios del sistema comercial alimentario que opera hacia la ZMCM. En primer lugar porque no concurren directamente a las regiones para hacer acopio de productos ya que se abastecen a través de intermediarios que participan en el acopio; o bien son productores que utilizan la bodega como expendio aumentando con ello su ingreso, a pesar de que la gran mayoría de bodegueros no reconocen un margen de ganancia bruta mayor al 15%. Tampoco participan en actividades promocionales ni ofrecen su mercancía de tal manera que les represente mayores gastos; parten de la idea que todo locatario que desee vender, se verá obligado a concurrir a CEDA y recorrer cada giro para obtener mejores precios.

Los precios en CEDA se determinan por las leyes clásicas de

la oferta y la demanda. Desde luego que en el caso de CEDA esta ley adquiere una connotación “mágica e imperceptible”, porque en realidad los precios se cotizan casi a diario y a veces con una variabilidad de horas. En tal determinación interviene la información que proporciona una serie de corredores, aunque también influyen los datos de siembra y la transmisión de “secretos” sobre las existencias en bodegas de cada mayorista. Sólo los grandes mayoristas integran todos estos elementos y manejar volúmenes tales que les permiten especular a futuro con el precio.

Un mayorista puede manejarse con créditos hasta por más de 15 días forzando a sus proveedores, pero casi no proporciona crédito a sus clientes, sólo en algunos casos excepcionales otorga créditos que no exceden los tres días, salvo a cadenas de grandes autoservicios donde el margen puede llegar hasta un mes, pero el abasto a tiendas sólo ocurre en algunas épocas del año en ciertos productos. Estas, más bien se abastecen de intermediarios que tienen contacto con productores o de los productores menores.

Las mermas en la recolección se estima en 15%; el acopio representa 8% y otro 7% por deficiencias en el empaque; en el transporte varía entre 3 y 5%; del 3 al 10% en almacenamiento; por lo tanto el consumidor recibe sólo el 39.3% del potencial productivo del campo y paga con ello las deficientes técnicas del sistema de abasto.

Existe una variabilidad relativa respecto de las formas en que CEDA interrelaciona con sus zonas de abastecimiento establecidas, a través del tipo de producto que maneja. Guanajuato, México y Puebla aportan alrededor del 70% de la producción nacional de zanahoria y alrededor del 90% del abasto al D.F., Guanajuato tiene la mayor participación del mercado mayorista de la CEDA de febrero a junio; Puebla de julio a septiembre y Estado de México de octubre a enero. En Guanajuato y México es común la venta de parcelas sin cosechar, comercialización de la producción propia y venta a comisión. En Puebla solamente existe la venta de parcelas.

En el caso de las parcelas sin cosechar, los productores ven-

den su parcela y los compradores absorben gastos de cosecha, transporte, lavado, selección y empaque. En el segundo caso los propios productores comercializan su producto en bodegas de CEDA y otras centros de venta al mayoreo del país; en el tercer caso el producto es integrado a un bodeguero en el centro mayorista, a quien le pagan 10% por la venta que realiza. La producción de zanahoria de Guanajuato y México también se destina a Guadalajara y Monterrey, además del D.F., en tanto que Puebla también envía a Yucatán, Tabasco, Chiapas y Veracruz. El ingreso anual a CEDA se estima en 52 mil toneladas que representa el 35% de la producción nacional; el 38% proviene de Guanajuato, 30% del Estado de México, 10% de Puebla y 6% e otras entidades menos importantes (Morelos, Querétaro, Veracruz, Hidalgo, Michoacán). De lo que llega al D.F. 50% se canaliza directamente a zona de bodegas y 50% a subasta donde se reexpide gran parte.

El comercio de alimentos en México ha mantenido una estructura dual que se remarca sin embargo en la ZMCM. La coexistencia de dos subsistemas de abasto es resultado de una distribución desigual del ingreso entre la población, aunado a los diversos defectos que enfrentan la distribución mayorista y menudista de alimentos.

El subsistema tradicional de abasto en la ZMCM se conforma por diversos tipos de mercados públicos y tiendas de barrio de donde surte su despensa mayoritariamente la población de bajos ingresos; sus formas de operación están condicionadas por los hábitos de compra de su clientela. Las compras a través de este canal se realizan diariamente debido al escaso monto y la irregularidad del ingreso de las familias que acuden. Los establecimientos más concurridos son los mercados públicos donde la población pobre adquiere el 84% de su consumo diario de frutas y hortalizas; 61% de carnes y derivados; 81% del pescado; casi la mitad de huevo y grasas; una tercera parte de leche y derivados lácteos y 65% de granos y legumbres. Los establecimientos especializados abastecen sólo pan, tortillas y carne.

A pesar de que el comercio tradicional se orienta hacia los

estratos socioeconómicos más bajos y tiende a declinar, su impacto en la Zona Metropolitana es significativo. Actualmente representa el 36.9% de la venta total de productos alimenticios en la ZMCM; el mercado público participa en 22.5%, mientras que la tienda de barrio absorbe el 14.4%. Este canal cumple funciones indispensables para muchas familias en el abasto diario, mientras que el mercado público es uno de los canales más importantes en la compra de perecederos y despensa, las ventas de la tienda de barrio se concentra en el expendio de faltantes ocasionales y en la venta de artículos de compra rápida; por ello satisface el 63.6% e los faltantes ocasionales y el 46.3% del consumo nacional de leche, pan, huevo y refrescos; mientras que el mercado público abastece el 34.8% de las necesidades metropolitanas globales de frutas y verduras, casi el 30% de la carne y más del 25% de la despensa.

Las familias pobres concurren en un radio espacial de compra no mayor de diez cuadras donde existe un conjunto de pequeños comercios tradicionales capaces de garantizarles la mayor parte de sus alimentos. Ello representa varias ventajas para estas familias; en primer lugar permite la compra a pie y el ahorro de costo de transporte y tiempo cuando dicha compra se realiza cotidianamente, sobre todo porque lo reducido de su salario no les permite compras voluminosas; la elección está determinada por el tiempo y ello les impide acudir a tiendas con mejores precios.

Los precios resultan mayores en las pequeñas tiendas, no obstante que registran un margen de ganancia promedio de 15% mayor que en otro tipo de servicios. A pesar de ello, el costo de la canasta básica no varía sensiblemente de una zona a otra (10% aunque cambia según el producto); el ahorro que significaría comprar a precios más bajos en supermercados, es contrarrestado por el gasto en transporte y en tiempo empleado para movilizarse. Esta es una razón por la cual el comercio tradicional se expande más que el comercio moderno en los municipios conurbados al Distrito Federal.

El comercio moderno de tiendas de autoservicio y supermercados representa el 45% de las ventas totales en el Area Metro-

politana, aunque se estima que en la ciudad de México abarca ya el 60%. Sin embargo, tal porcentaje varía por estrato social; mientras los estratos de ingresos más altos realizan el 68% de sus compras alimentarias en este canal, los de estratos más bajos sólo participan con el 12%.

Los niveles de compra que se realizan en el subsistema moderno varían por tipo de producto. El consumidor metropolitano compra en supermercados la mayor parte de productos procesados como carnes frías (67.8%); artículos de despensa en general (59.9%). Al contrario, presentan menor preferencia por productos frescos como frutas y verduras (35.6%); y faltantes ocasionales (24.1%) cuya compra realizan en mercados públicos, misceláneas y establecimientos especializados. De cualquier manera la concentración de la población demandante del autoservicio tiende a presentar una gran heterogeneidad a lo largo del entorno metropolitano. Lo mismo es posible encontrar una gran proporción de familias que concurren al autoservicio privado en municipios conurbados que en delegaciones políticas tradicionalmente consideradas de ingresos altos.

La CEDA de la ciudad de México constituye el mercado mayorista de frutas y verduras más importante de América Latina y, por su extensión y número de comerciantes, el más grande a nivel mundial. Por su conducto se satisface cerca del 80% de la demanda hortofrutícola y de abarrotos del Valle de México y un 15% de la de algunos estados circunvecinos. Este mercado es proveedor importante de frutas y hortalizas de doce estados de la República, fundamentalmente México, Veracruz, Puebla y Guerrero a donde se dirige o reexpide el 15% del total de su volumen vendido o egresado.

Del total de mercancías ingresadas anualmente (tres millones de toneladas) un 79% corresponde a hortalizas y frutas, un 18% a abarrotos y un 4% a flores y otros, por lo que CEDA constituye, fundamentalmente, un centro mayorista.

En cada una de las frutas y verduras principalmente existe un reducido grupo de comerciantes mayoristas que concentra un elevado porcentaje de la oferta total. Así, al analizar once de aquéllos productos, resulta que 56 bodegueros mayoristas,

es decir 3% del total de comerciantes dedicados a hortofrutícolas en CEDA controlan el 40% del volumen total desplazado de ese tipo de bienes.

Desde luego que el grado de concentración varía de acuerdo al bien de que se trate, desde el menos concentrado, el jitomate, donde seis mayoristas controlan el 27% de los volúmenes comerciados, hasta el caso del chile serrano, en que cuatro agentes se encargan de desplazar el 90% de esa hortaliza.

La investigación realizada en torno a los canales o circuitos comerciales que siguen diez de los principales hortofrutícolas desplazados en CEDA, en su tránsito entre el campo y las bodegas de los mayoristas más relevantes de ese mercado, revela que, lejos de existir una “excesiva intermediación” o participación de múltiples agentes, lo que prevalece es:

1. Integración del capital comercial y el productivo, concretada en un mismo agente, que aquí hemos denominado productor-bodeguero. Este mecanismo, a través del cual los mayoristas surten sus bodegas mediante su propia producción, es representativo del abasto de productos como plátano, jitomate, papa alpha (procedente de Sinaloa y Sonora), cebolla (producida en Morelos) y gran parte de la piña que proviene de Veracruz.
2. Relación directa entre bodeguero y productor. En este mecanismo de abasto de los mayoristas, establecen vínculos, sobre todo con los grandes y medianos productores, quienes pueden garantizarles productos con cierta calidad y continuidad. La gama de peculiaridades que adopta esta interrelación es muy amplia, sin embargo, los mecanismos más comunes a los que acuden los mayoristas son los siguientes:
 - a) Compra del producto ya cosechando a pie de predio.
 - b) Renta y compra de huertas.
 - c) Envíos de los productores a CEDA para ser vendidos “a comisión”.
 - d) Adquisición de la oferta de los agricultores o en las

- empacadoras de los mayoristas ubicadas en las zonas de producción.
- e) Asociación de los comerciantes con los productores para los procesos productivos y de comercialización, mediante acuerdos de mediería, al tercio, etc.
 - f) Habilitamiento a los productores vía otorgamiento de créditos y/o semillas y/o material post-cosecha.
3. Relación directa entre bodeguero y acaparador o intermediario. Ocurre con frecuencia en el caso de la papa alpha procedente de Michoacán, Tlaxcala, Guanajuato y Puebla, en el del limón que se produce y envía a CEDA de Michoacán y Oaxaca, y en el de la naranja, donde el intermediario es el “corredor” que opera en el andén de subasta de ese mercado. El acaparador local y/o regional se relaciona, a su vez, directamente con el productor.

Los mayoristas de CEDA constituyen los agentes claves del abasto urbano; su influencia en el ámbito rural es considerable, ya que son ellos el conducto mediante el cual un gran número de productores del país vende sus mercancías, siendo también los agentes que fijan los precios rurales, en función de los prevalecientes en CEDA.

Los altos precios pagados por el consumidor final por los bienes hortofrutícolas deben explicarse, no solo por la cadena de intermediarios, también por la magnitud de los márgenes de ganancia de esta actividad comercial, tanto al mayoreo como al detalle.

Dicha lógica de comercialización opera en casi todos los productos que ingresan a CEDA; las formas de interrelación de la capital del país con respecto a sus regiones proveedoras, varían sólo en términos de la especialización productiva que cada una tiene y el rol que cubre dentro del calendario de abastecimiento. De lo que no existe duda, es que todo el entramado regional de la producción alimentaria trabajará con base en las necesidades que demande la capital del país.

El crecimiento de la población urbana y la expansión de las

ciudades en nuestro país se tradujeron en mayores presiones sobre la oferta de alimentos y al mismo tiempo plantearon nuevas exigencias en los sistemas de distribución urbana. Un aumento relativo del ingreso de la población en las décadas de los sesenta y setenta y la movilidad social que ello implicaba, en términos de expansión de los estratos urbanos medios y los cambios en los hábitos de consumo alimentario de la población hacia alimentos industrializados, generaron la ampliación en la demanda de los bienes de consumo.

Esta situación impulsó el crecimiento de la modalidad de autoservicio en el comercio alimentario, toda vez que los canales tradicionales como los mercados públicos, tianguis y diversas tiendas especializadas sólo tuvieron un crecimiento cuantitativos y sus radios comerciales se mantuvieron sin variaciones considerables. Las tiendas de autoservicio, como establecimientos comerciales intensivos, permiten satisfacer en una primera etapa el abasto alimentario de grupos sociales bien definidos, no obstante, el acceso a estos canales comerciales ha tenido actualmente una difusión en la mayor parte de los grupos de ingresos y en cerca de 80 ciudades mexicanas.

En nuestro país el comercio alimentario a través de tiendas de autoservicio, no solo apareció como tal en la ciudad de México a mediados de la década de los cuarenta, sino que mantuvo una presencia exclusiva, creciendo en una escala limitada hasta finales de los setenta. No obstante desde inicios de la década de los ochenta y hasta la fecha los supermercados y autoservicios han entrado en un proceso acelerado de crecimiento y movilidad interurbana, desplazándose a ciudades y regiones que ya constituyen mercados atractivos, bien sea por su alta densidad de población demográfica o por su elevado nivel de ingresos y hábitos alimentarios congruentes con el tipo de productos que distribuyen los autoservicios.

Las cadenas comerciales se han trasladado ahora a grandes urbes como Monterrey, Guadalajara y Puebla, ubicándose como los centros de segunda importancia, después de la Ciudad de México. Cabe destacar que las grandes cadenas privadas cubren la mayor parte del consumo alimentario que se da a través

del comercio moderno y tienen presencia nacional; sobresalen Cifra, Gigante y Comercial Mexicana. Su consolidación comercial obedece a dos factores fundamentales: una captación creciente de consumidores urbanos por la vía de ofrecer productos alimentarios y en general a precios más bajos que en los establecimientos tradicionales, y en segundo lugar la expansión de estos grupos comerciales a partir de su financiamiento en la Bolsa Mexicana de Valores, lo cual les ha permitido desarrollar importantes estrategias comerciales y tecnológicas.

La expansión de las principales cadenas de autoservicio en busca de mayores cuotas de mercados ha dado como resultado que las ciudades medias se conviertan actualmente en los centros más atractivos para la penetración de nuevos autoservicios y supermercados. La alta congruencia entre los rangos de ciudades y la estructura cuantitativa de los sistemas comerciales de autoservicio permiten detectar este fenómeno. Ciudades medias como las ubicadas en entidades nortañas y fronterizas constituyen centros con un alto grado de sobreatención comercial a partir de los autoservicios entre las que cabe destacar, Culiacán, Chihuahua, Saltillo, Mexicali, Torreón, Cd. Juárez, Hermosillo, Reynosa y Tijuana. Esta preferencia por ciudades medias de la frontera norte obedece a que en tales urbes cuentan con niveles de ingreso relativamente altos y sus patrones culturales, muy vinculados a los de Estados Unidos, se traducen en hábitos de consumo similares, por lo cual los alimentos distribuidos en tiendas de autoservicio se convierten en un modelo predominante.

Las variaciones de ubicación de las grandes cadenas nacionales demuestran estrategias en el control de los mercados regionales y urbanos específicos. En la Ciudad de México el mayor mercado nacional, aunque tiene presencia de las tres cadenas comerciales mencionadas, se aprecia un fuerte predominio de Cifra con 80 tiendas (Aurrerá, Superama, y bodegas); por su parte Gigante, con sólo 29 tiendas en la ZMCM, se ha consolidado en ciudades de tres regiones del país: Guadalajara, en el Centro Occidente; en el Noroeste Tijuana y Ensenada; y en el Noreste Monterrey y las principales ciudades de Tamaulipas.

Finalmente, Comercial Mexicana aunque tiene un alto nivel de operaciones en la ZMCM con 69 tiendas, es la cadena que posee una distribución más homogénea en el país (cuenta con establecimientos de uno a tres, en 30 ciudades).

Otras cadenas comerciales de relativa menor importancia nacional, pero de gran influencia regional se integran de la siguiente manera: el grupo Sorimex participa en las regiones Norte y Noreste destacando la Comarca Lagunera (Torreón-Gómez Palacios), Monterrey, Chihuahua, Zacatecas, Aguascalientes y Tamaulipas. Chedraui tiene el control total de Centro Oriente (Golfo de México), específicamente en las ciudades de Veracruz, Jalapa, Córdoba, Coatzacoalco, Poza Rica, Villahermosa y Tuxtla Gutiérrez en el Sur. Esta distribución espacial se encuentra en correlación con el control que ejercen los grupos regionales hegemónicos, pero esta patrón tiende a perderse en la medida que los grupos comerciales con fuerza se expanden.

Finalmente el mercado de la Región Noroeste con fuerte presencia de Gigante, comparte el mercado con otras dos grandes cadenas locales: Casa Ley en ciudades de Sonora, Sinaloa, Baja California y Nayarit, destacando Obregón, Mazatlán, Culiacán, Los Mochis, Tepic, Hermosillo, Mexicali y Tijuana. Las tiendas VH tienen una presencia importante en la misma región destacando las ciudades de Hermosillo, los Mochis y Nogales.

La proliferación reciente y las estrategias de desarrollo de cadenas de minisuperes a lo largo de un gran número de ciudades permite detectar que, junto a las grandes cadenas comerciales, conformarán el prototipo de tienda que ira sustituyendo a las tradicionales tiendas de barrio, consolidándose Oxxo a nivel nacional y Super7 en la Ciudad de México y Monterrey y algunas otras ciudades de tercer nivel.

Cabe señalar que las grandes cadenas de auto-servicio nacionales y con presencia regional, tradicionalmente a partir de los sistemas de contratos, y dadas las expectativas de proyectos de coinversión agropecuaria, siguen una tendencia hacia la integración de cadenas agroalimentarias toda vez que realizan compras en el origen mismo de la producción agropecuaria,

situación que permite asegurar directamente grandes volúmenes de productos perecederos que no pasan necesariamente por procesos de intermediación ajenos a los sistemas de cadena comercial, al tiempo que les facilita ofrecer productos a precios bajos, en comparación con los mercados tradicionales.

La mayor proporción de perecederos como frutas y verduras que se venden en los supermercados y autoservicios los adquieren a través de las centrales mayoristas de abasto que les suministran cerca del 75% de dichos productos (para el caso de las cadenas de la ciudad de México), aunque los suministros regionales a sus cadenas varían según presenten ventajas las regiones productoras.

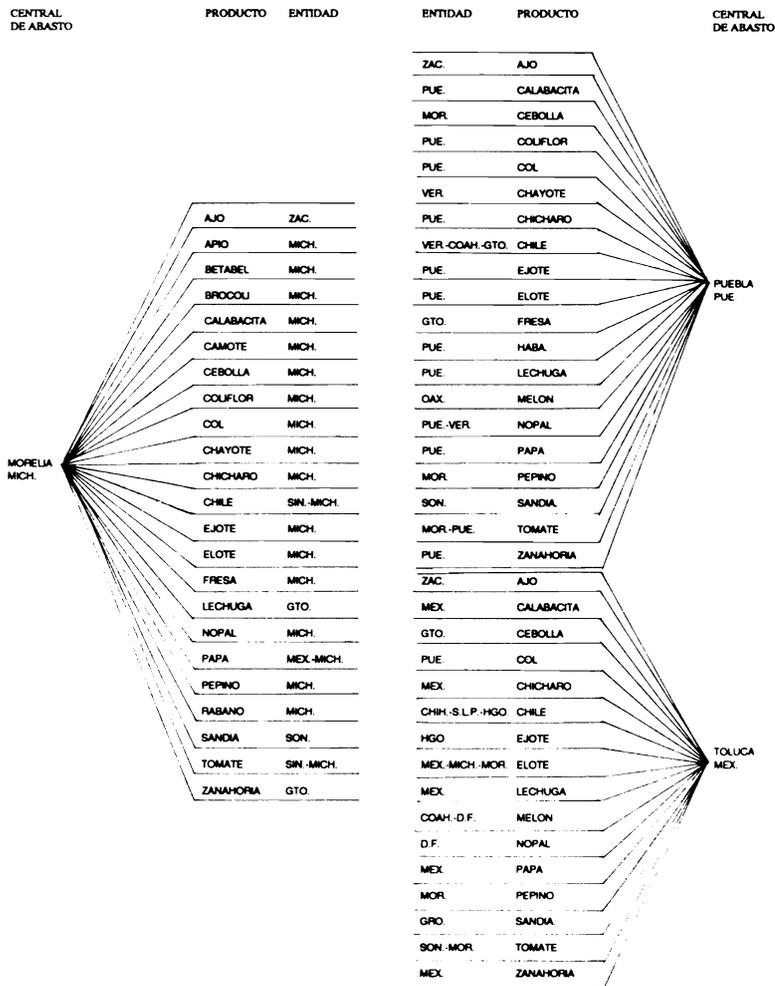
La investigación en tecnología en alimentos y biotecnología dirigido desde empresas agroindustriales ha constituido un hecho fundamental a partir del cual se han inducido cambios cualitativos para desarrollar nuevos productos alimentarios y realizar diversos procesos de conservación de perecederos. Esta situación ha permitido a la industria en alimentos generar gran diversidad de productos con mayor valor agregado. Por ello la dinámica del autoservicio se vinculan cada vez más con el desarrollo de las agroindustrias que acondicionan masivamente alimentos para venderlos con los sistemas de autoservicio. Esta interrelación permite que las cadenas de autoservicio y supermercados constituyan en México el principal canal de distribución para los productos de la industria alimentaria debido a que para el productor agroindustrial resulta una ventaja el concentrar su comercialización en clientes directos y de esta manera eliminar procesos de intermediación. De la misma manera, las cadenas de autoservicios y supermercados que se abastecen directamente de proveedores agroindustriales obtiene menores costos de operación y mejores negociaciones de compra.

Por último, cabe destacar que un gran número de ciudades ha entrado en un esquema de refuncionalización del comercio minorista de alimentos, ya que mientras los sistemas de autoservicio se han expandido y mantiene el control monopólico de mercados regionales y urbanos en los últimos años, los establecimientos tradicionales manifiestan una tendencia creciente

en ventas y números de establecimientos. En este contexto, con la instrumentación del Tratado de Libre Comercio del Norte de América que implicará mayores inversiones, los grupos principales han adoptado estrategias en el comercio alimentario como las recientes asociaciones de las grandes cadenas mexicanas con sus similares norteamericanas. Estos hechos aunados al auge de las franquicias alimentarias, y la difusión de plazas comerciales en las urbes significa la conformación de un esquema hegemónico de abasto y comercio de alimentos basado primordialmente en establecimientos modernos.

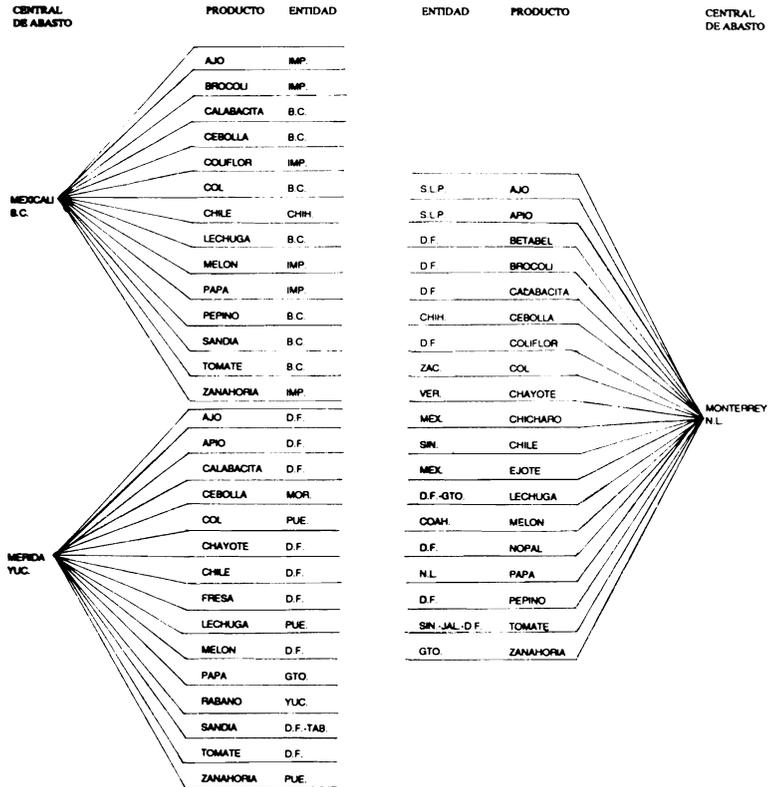
El auge reciente de estas concesiones constituye un canal importante en la comercialización de alimentos en mercados urbanos para grupos sociales de ingresos medios y altos que han encontrado en las franquicias centros importantes para satisfacer sus demandas alimentarias.

Origen de los productos Central de Abastos Hortalizas 1991



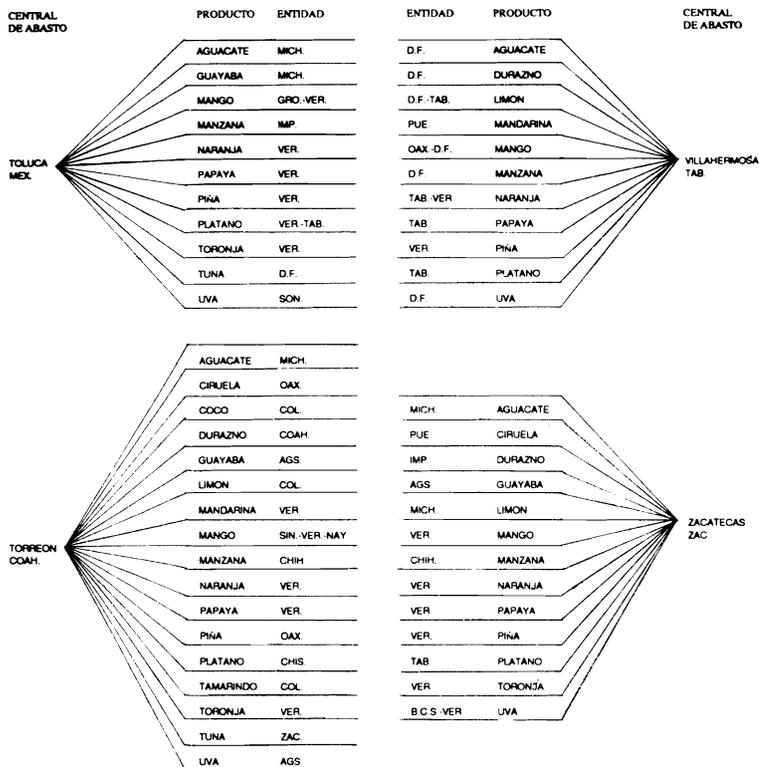
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Hortalizas 1991



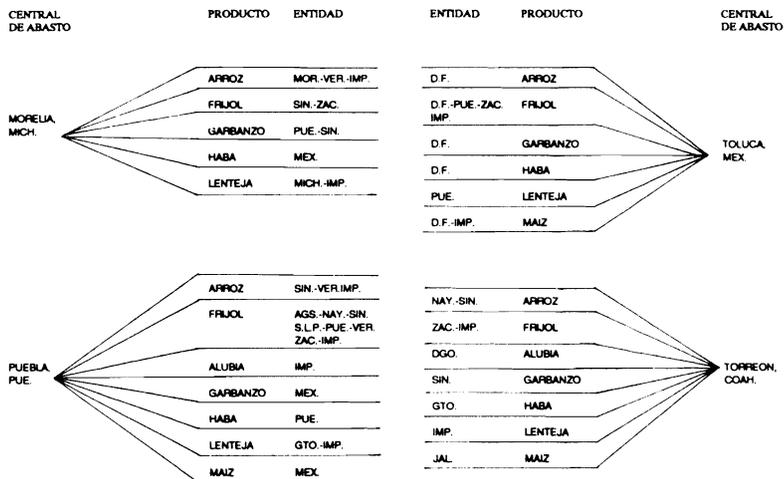
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Frutas 1991



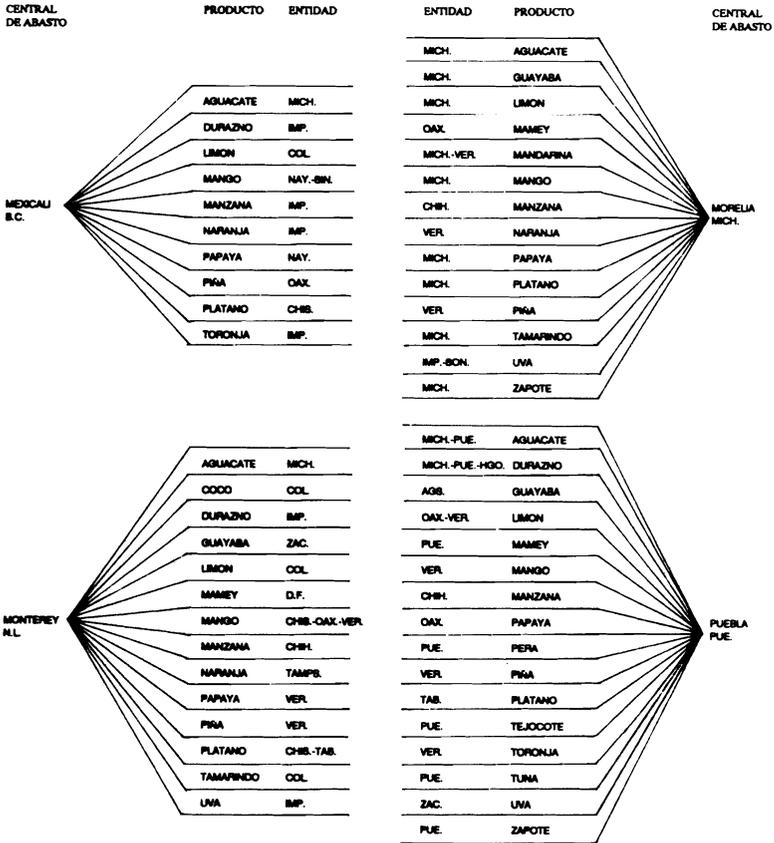
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Granos y semillas 1991



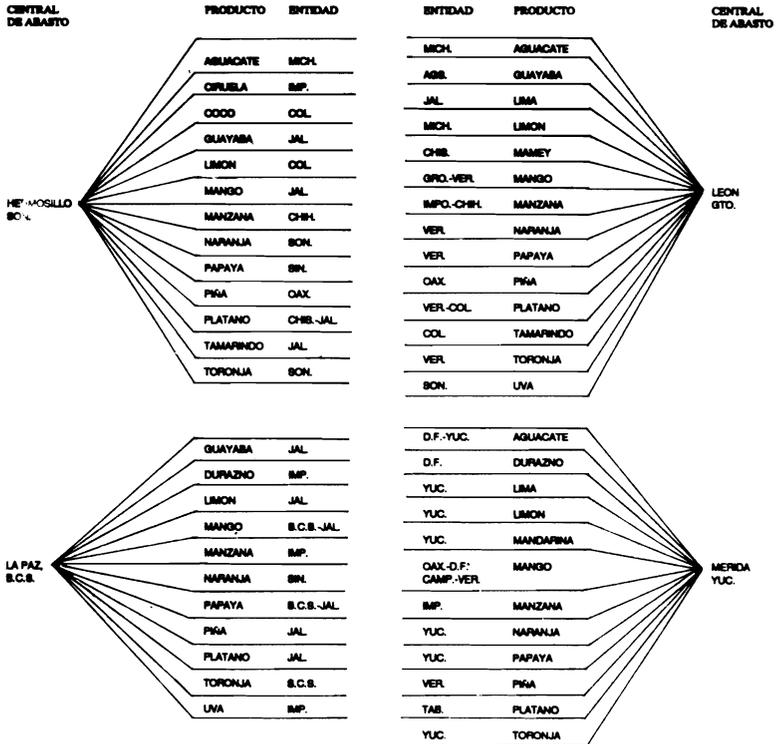
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Frutas 1991



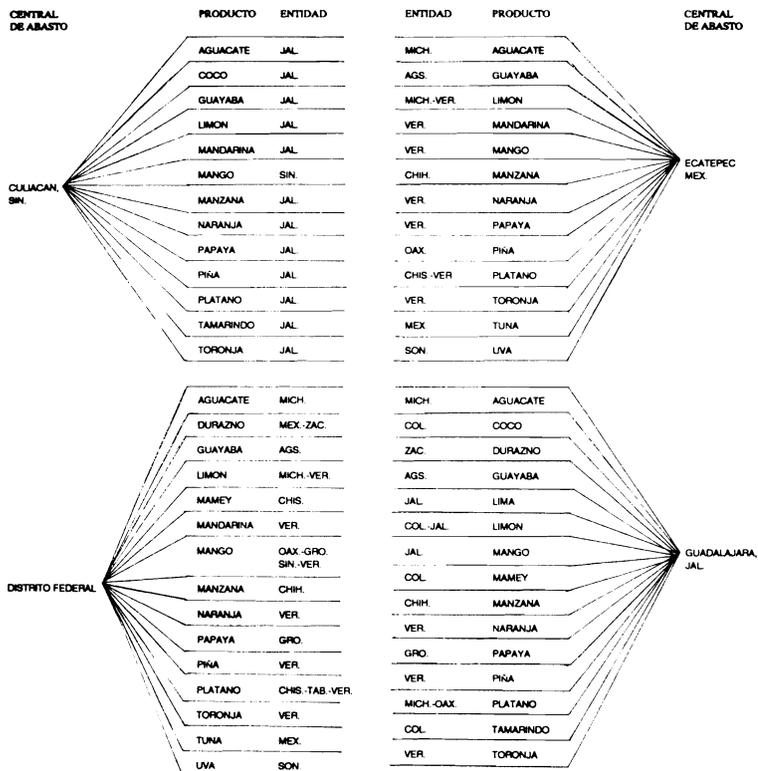
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Frutas 1991



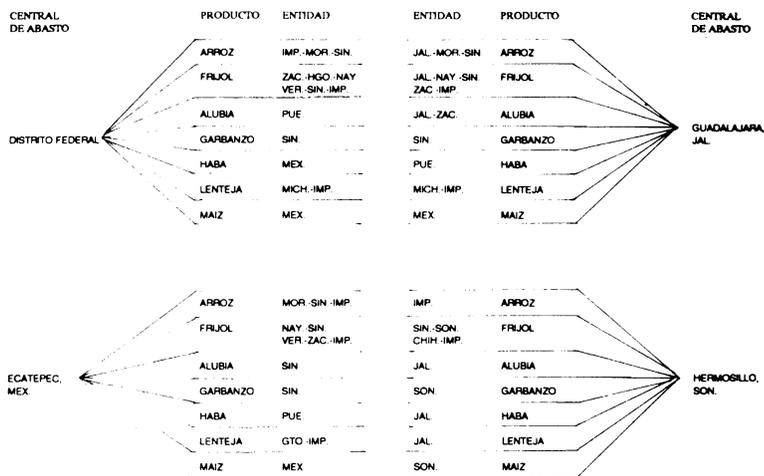
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Frutas 1991



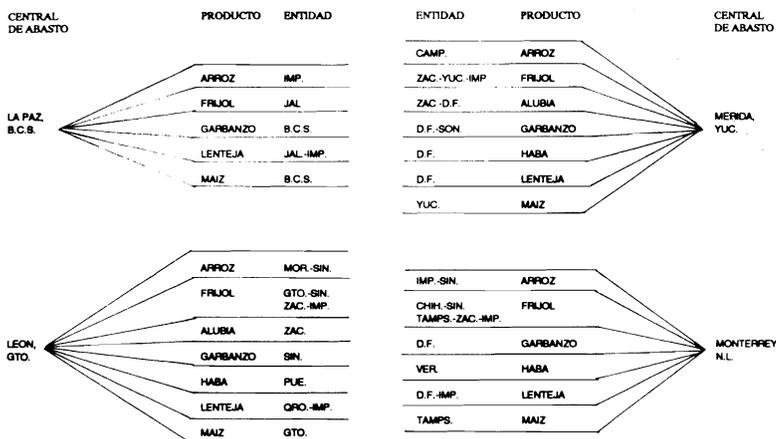
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Granos y semillas 1991



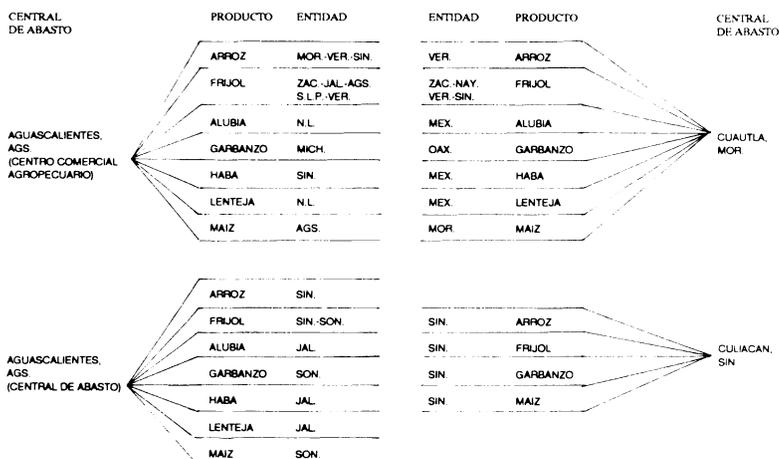
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Granos y semillas 1991



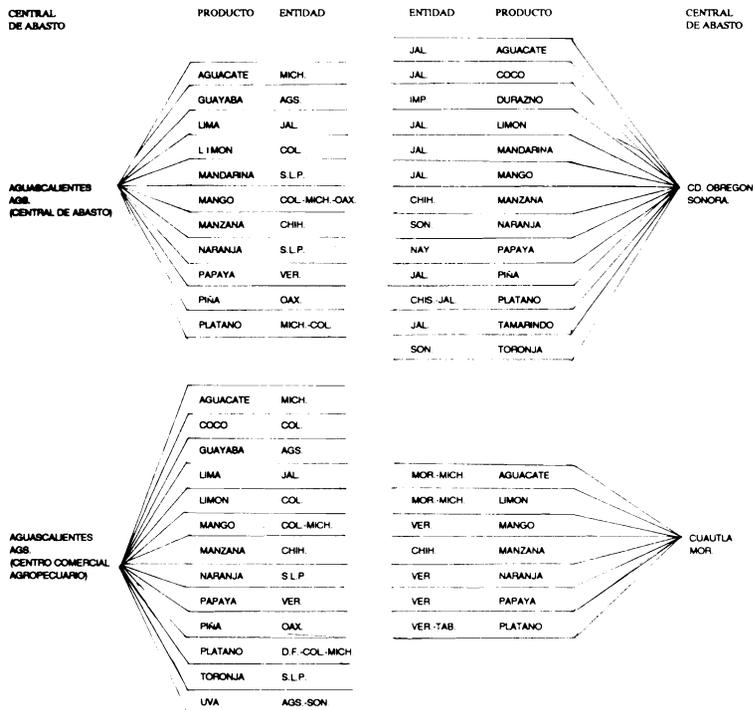
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Granos y semillas 1991



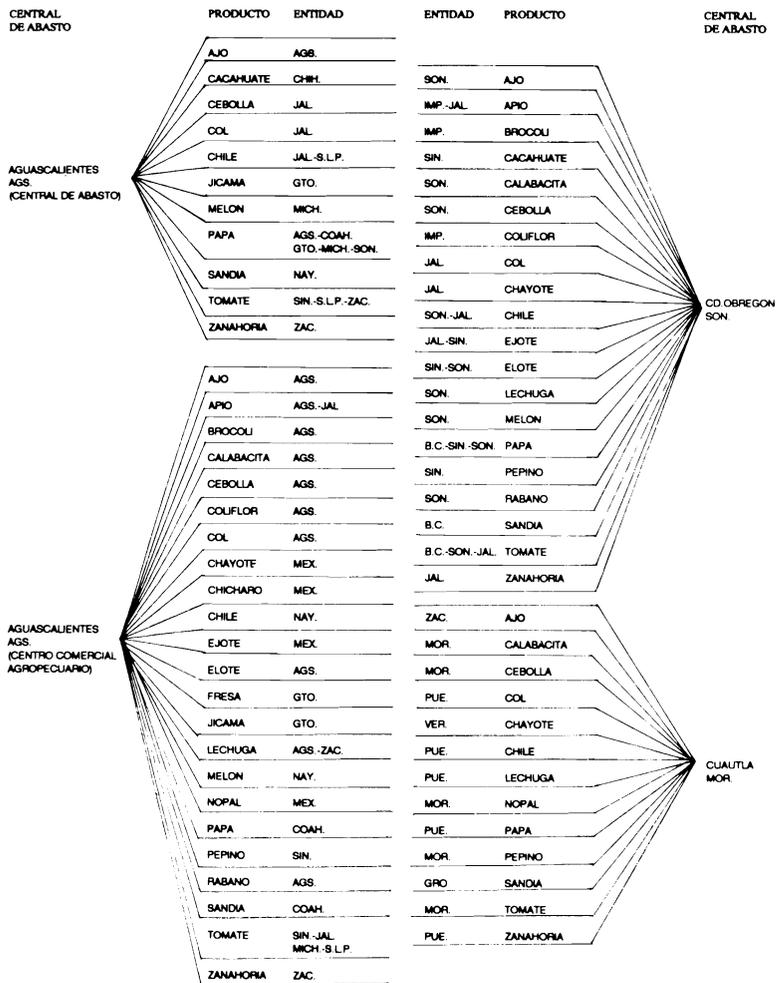
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Frutas 1991



Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Hortalizas 1991



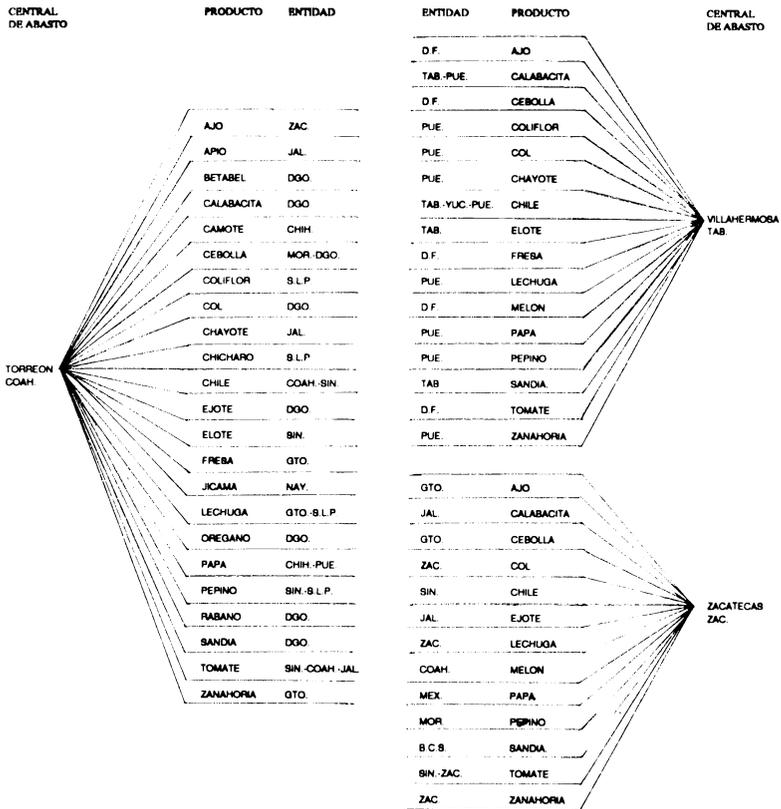
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Granos y semillas 1991



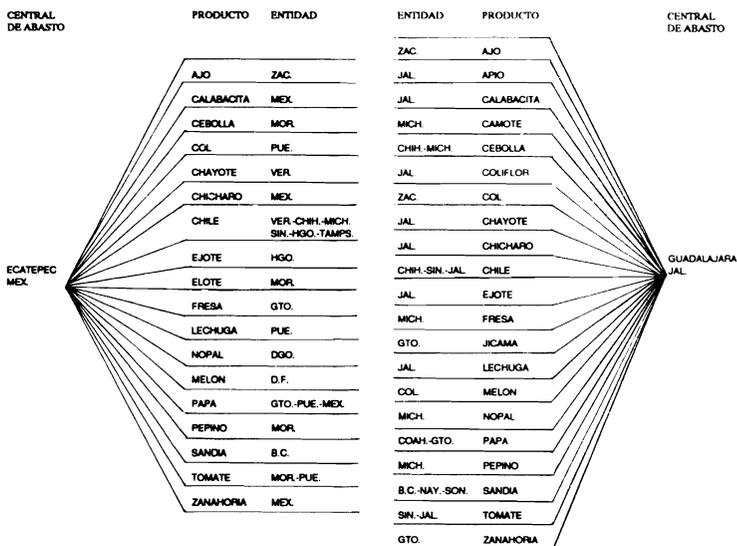
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Hortalizas 1991



Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Hortalizas 1991



Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

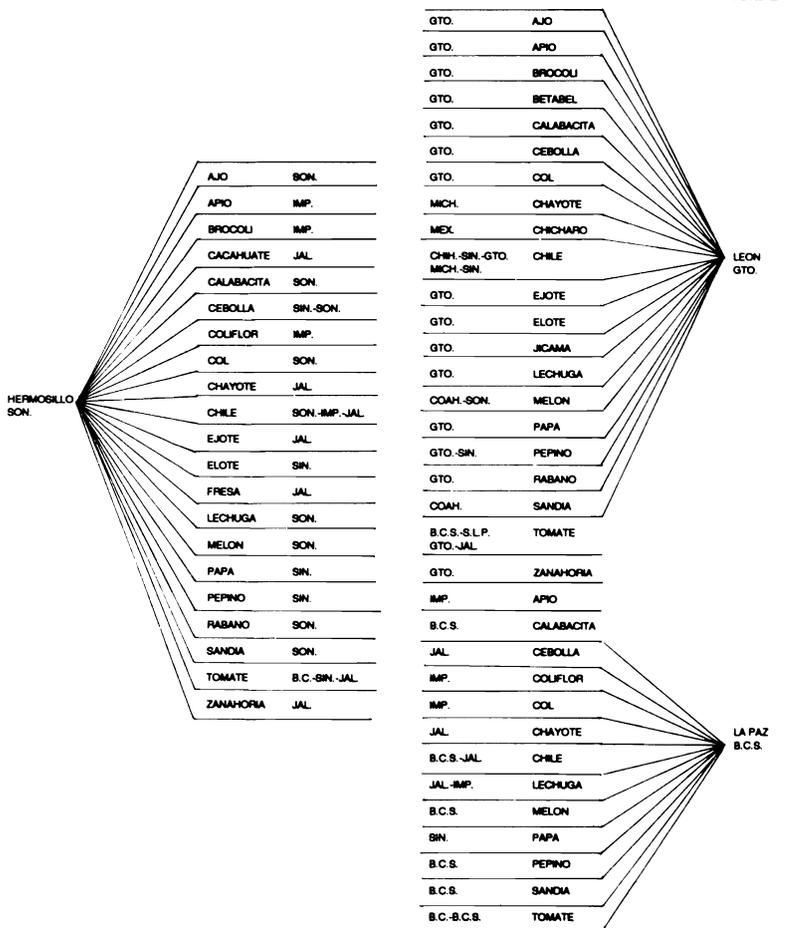
Origen de los productos Central de Abastos Hortalizas 1991

CENTRAL
DE ABASTO

PRODUCTO ENTIDAD

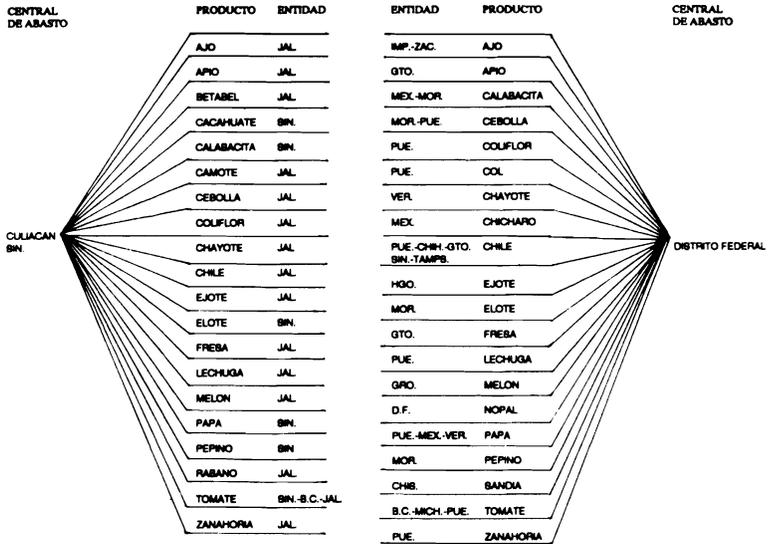
ENTIDAD PRODUCTO

CENTRAL
DE ABAS



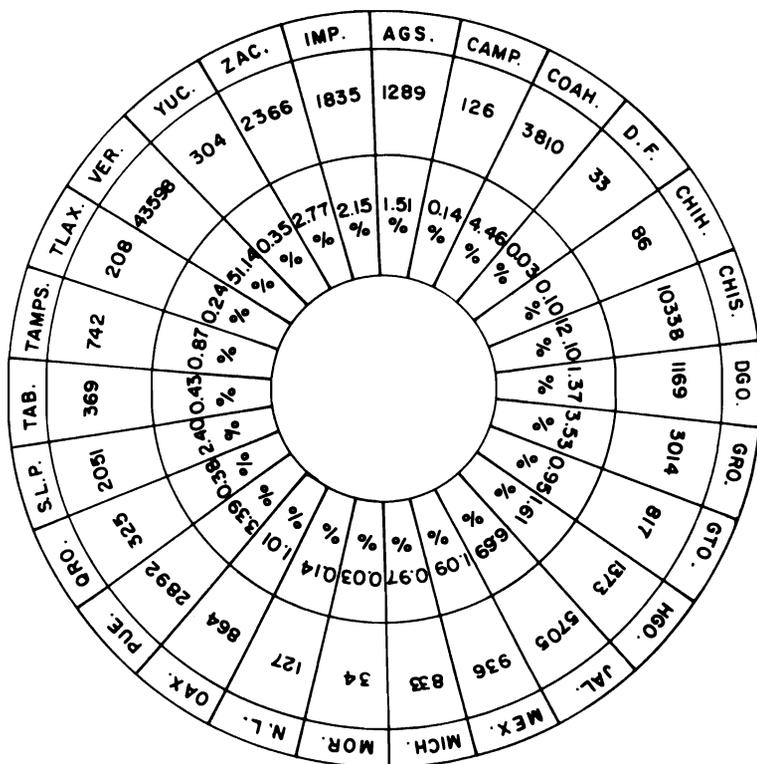
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen de los productos Central de Abastos Hortalizas 1991



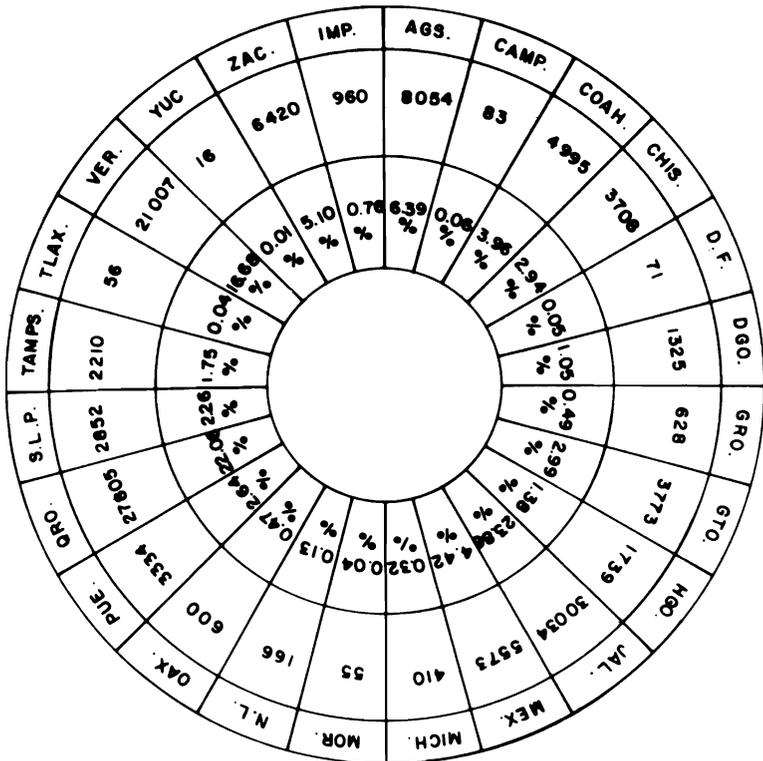
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen y volúmenes de cabezas de ganado bovino en pie que ingresó al rastro y mercado de mayoreo de carnes de IDA-Ferrería 1991



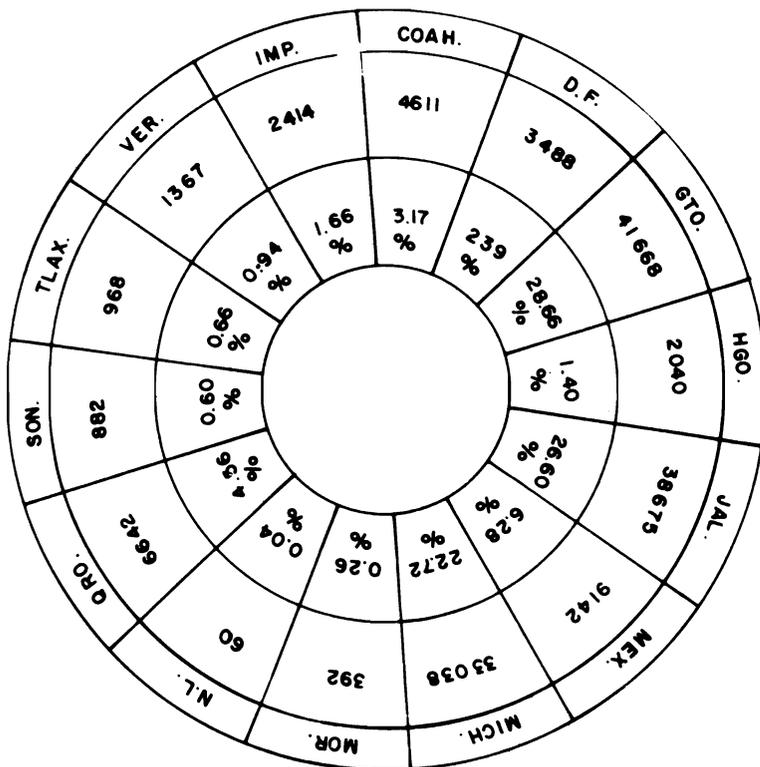
Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

**Origen y volúmenes de cabezas de ganado bovino
que ingresó a los rastros de: Ferrería, Milpa Alta,
Naucalpan y Tlanepantla 1992**



Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Origen y volúmenes de ganado porcino en pie que ingresó al rastro y mercado de mayoreo de carnes de Ida-Ferrería 1991



Fuente: Servicio Nacional de Información de Mercados.

Bibliografía

- ACEVEDO, Ma. Luisa, *Pobreza y riqueza en 378 municipios de México*, Centro de Ecodesarrollo, México, 1990.
- AGUILAR, Javier, "La apertura comercial y las importaciones mexicanas de productos agropecuarios en los ochentas: un resultado de la evolución económica de los sectores agropecuarios de USA y la CEE", Fac. de Economía-UNAM, México, 1991, inédito.
- ALARCÓN MENDIZABAL, Adolfo, "La política mexicana de productos agrícolas", en *Problemas Agrícolas e Industriales de México*, Octubre-Diciembre de 1946, México.
- ALVERDE G., José María, "El comercio ambulante en la Ciudad de México", en *Economía Informa*, 2da. Ed., Diciembre de 1988, Cámara Nacional de Comercio.
- ANÁLISIS DEL AGRO MEXICANO, Editora Económica, Vol. 2, Núm. 21, México, 1978.
- ANTAD, Directorio de Autoservicios por Ciudades y Estados, México, 1992 (Inédito).
- ANTAD, Directorio General de Asociados, 1992, 11 pp. (Inédito).
- ANTOLOGÍA DE LA PLANEACIÓN EN MÉXICO, 1917-1992, SPP/FCE, México, 1993, 23 volúmenes.
- APPENDINI, Kirsten, "El papel del Estado en la comercialización de granos básicos", en *Las sociedades rurales*, Jorge Zepeda Patterson, editor, México, CONACYT Colegio de Michoacán, 1988.
- ARCILA FARÍAS, Eduardo, *Reformas económicas del siglo XVIII en Nueva España*, Col. Sepsetentas 117-118. SEP, Dirección General de Educación Audiovisual y Divulgación, México 1974, 2 Vols.
- ARDITO BARLETTA, Nicolás, "El crecimiento de la agricultura mexicana y de los cultivos sujetos al programa de investigación, 1940-64", en *La economía mexicana*, Selección de L. Solís, FCE, México, 1975.

- ARROYO VELÁZQUEZ, Jesús, *La actualidad pesquera y su prospectiva nacional*, Tesis, Facultad de Economía, UNAM, 1990.
- ARTIS ESPRIU, Gloria, *Regatones y maquileros. El mercado del trigo en la Ciudad de México (siglo XVIII)*, Colección Miguel Othón de Mendizábal, núm. 7, Ediciones de la Casa Chata, CIESAS, México.
- IIAM, *Aspectos Económicos del marco jurídico del comercio al detalle de alimentos en México*, México, IIAM, 1989.
- ASSEDOURIAN, Carlos S., *La organización económica espacial del sistema colonial*, México, s/d. et al., Modos de Producción en América Latina, México, Siglo XXI, 1980.
- ATLAS DE LA CIUDAD DE MÉXICO, DDF-Colegio de México, México, 1989.
- SECOFI, *Balance Sexenal del Sector Comercio y Fomento Industrial 1982-1988*, Secretaría de Fomento Industrial SECOFI, 1988.
- BANCO DE MÉXICO, *La comercialización de Alimentos en México*, México, Banco de México, 1979.
- BANRURAL, *60 años de apoyo crediticio al campo*, México, 1986.
- BARBOSA RAMÍREZ, René, *La estructura económica de la Nueva España, 1519-1810*, México, Siglo XXI, 1973.
- BÁRCENAS PÉREZ, F. y Ruiz Reyes, S., *Una alternativa de intervención profesional en la problemática alimentaria*, Tesis Profesional, 1985.
- BARKIN, David y Suárez, Blanca, *El fin de la autosuficiencia alimentaria*.
- BASSOLS B. ANGEL, coordinador, *Realidades y problemas de la geografía en México*, Editorial Nuestro Tiempo, México, 1982.
- BASSOLS BATALLA, Angel, *México: Formación de regiones económicas: Influencia, factores y sistemas*, IIEc-UNAM, México 1993.
- BELSAHAW, Cyril S., *Comercio tradicional y mercados modernos*, Editorial Labor, S.A. Nueva Colección Labor, Núm. 142, Barcelona, 1973.
- BLACKJOHN, *Urban transport planning: theory and practice*, Baltimore MD, John Hopkins University, 1981.
- BOISER, Sergio, *La articulación Estado-región: Clave del desarrollo regional*, CEPAL-ILPES, Documento CPRD - C/74.
- BOLSA MEXICANA DE VALORES, *Información financiera trimestral: Grupo Gigante, Controladora Comercial Mexicana y Organización Soriana* (Cuarto trimestre de 1992).
- BORAH, Woodron et al., *Ensayos sobre el desarrollo urbano de México*, México, SEP, 1974.
- BORIS, Graizbord y Carlos Garrocho, *Sistema de ciudades: fundamen-*

- nal de Estudios Municipales, Secretaría de Gobernación, México, 1986.
- DAFT M. LYNN, *Política alimentaria en Norteamérica*, México, INAP, 1982.
- DDF, Central de Abastos, Ciudad de México 1982, Departamento del Distrito Federal, Coordinación General de Abasto, Programa de Abasto Popular, Documentos I y II.
- DE BALOGH, P.G., "Algunos aspectos importantes para la administración y financiamiento de mercados mayoristas", Mayo de 1978.
- DE LA TORRE, Rodolfo, *La teoría económica del comercio interior en un modelo simple. Versión preliminar*, ITAM, México, D.F., 1987.
- DELGADILLO MACÍAS, Javier, "Nuevos servicios comerciales, la otra cara de la globalización", en Revista *Momento Económico*, Sep-Oct. 1992, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México.
- DELGADILLO MACIAS, Javier y Felipe Torres Torres, "Bases económico-geográficas sobre el comportamiento del abasto alimentario en México", Revista *Posición*, No. 9-10, México, 1992.
- DELGADILLO, Javier y Felipe Torres, "Viejos vicios y virtudes: El TLC y el abasto nacional de alimentos", en Revista *Problemas del Desarrollo*, México, Vol. XXIII, No. 88.
- DÍAZ BALLESTEROS, Enrique, "Acción Reguladora de CONASUPO", en *El Mercado de Valores*, Año XL, No. 23, Nacional Financiera, S.A., junio 9 de 1980, México.
- DÍAZ POLANCO, Héctor, "Estructura de clases y comercialización. Un caso mexicano", en *Mercado y dependencia* (Ursula Oswald, compiladora), Edit. Nueva Imagen, México, 1979.
- DUHAU L., Emilio, *Mercado interno y urbanización en el México colonial*, México", UAM, Unidad Azcapotzalco, Edición Gernika, 1988.
- ECHVERRÍA ZUNO, Rodolfo (coordinador), *Trasnacionales, agricultura y alimentación*, Colección Colegio Nacional de Economistas, A.C., México, 1982.
- EDWIN VAN BÖVENTER, "La teoría de la organización espacial como fundamento de la planificación regional", en *Análisis de las estructuras territoriales*, Bernardo Seccas (compilador), Edit. Gustavo Gili, Barcelona.
- ENJALBERT, Henry, *Algunas ideas sobre regionalización geográfica económica de México*, Comisión Nacional de los Salarios Mínimos, 1967.

- CIFUENTES, Eduardo, *El equilibrio interno del sector campesino y los efectos de los procesos de intermediación*, Centro de Investigaciones del Desarrollo Rural, México.
- CLAUDE BATAILLON, *Las regiones geográficas en México*, Siglo XXI Editores, México, 1969.
- COABASTO-CEDA, (1987-1988), *Sistemas producto para el D.F.*, Serie temática producto, México, (Estudios de los siguientes bienes: jitomate, plátano, cebolla papa, limón, naranja y chile).
- COELLO SALAZAR, Emilio, "El comercio interior", en *La vida económica. T. II Historia moderna de México, El Porfiriato*, Ed. Hermes, México 1965.
- COLMEX, *Precios del maíz y crisis agrícola en México (1708-1810)*, El Colegio de México. s/f.
- COMERCIO TRADICIONAL Y MERCADOS MODERNOS, Editorial Labor, S.A., Nueva Colección Labor, Núm. 142, Barcelona, España (1973).
- CONAPO, *Proyecciones de la población de México y de las Entidades Federativas, 1980-2010*, México, 1990.
- CONASUPO, *50 años de lucha por la alimentación*, México, 1987.
- CONASUPO, *El impacto de DICONSA y alternativas de abasto para los grupos marginales rurales y urbanos del sureste*, s/f.
- CONASUPO, *El sistema de precios y subsidios; impacto sobre la producción 1980-1987*, México 1987.
- CONASUPO, *Diconsa en la modernización comercial y la regulación del abasto popular*, Conasupo, México, 1987.
- CONSEJO NACIONAL DE POBLACIÓN, *Sistema de ciudades en México. Estructura y funcionamiento*, México, 1988.
- COOK SCOTT & DISKIN, Martin, *Crítica final a las cuestiones de teoría y método en los estudios del mercado de Oaxaca*, Colección SEP-INI, Núm. 40, México.
- COOK, R., *El mercado mayorista de abarrotes y cadenas voluntarias*, FIDEC, Banco de México, 1985.
- COORDINACIÓN DE ABASTO Y DISTRIBUCIÓN DEL D. F. *et al.*, *Sistema producto* (varias monografías), México, 1990.
- CORONA, Rentería A., *La economía urbana: ciudades y regiones mexicanas*, IIEC, México, 1974.
- CROSS MALCOM, *Urbanization and urban growth in the caribbean: an essay on social change in dependent societies*, Cambridge, 1979.
- CUADERNOS DE NUTRICIÓN, Colegio Nacional de Licenciados en Administración, A.C., Jornadas Nacionales sobre Alimentación. México, Julio-Agosto, 1987.
- CULEBRO, Javier, "El abasto alimentario como instrumento de desarrollo municipal", en *Estudios Municipales*, Núm. 7, Centro Nacio-

- CASTILLO MÉNDEZ, Laura, *Historia del comercio en la Ciudad de México*, México, D.D.F., Secretaría de Obras y Servicios (Colección Popular de la Cd. de México), 1973.
- CASTREZANA, Ma. del Rocío, *El impacto socioespacial de la nueva Central de Abasto*, Tesis de Licenciatura, Colegio de Geografía, UNAM, México, 1989.
- CEBREROS, Alfonso, "La modernización del sector agropecuario: un cambio de paradigma", *Revista Comercio Exterior*, Vol. 41, Núm. 10, octubre de 1991, México.
- CEDA, *Directorio de la Central de Abasto de la Ciudad de México, 1991 y Monografía sobre el funcionamiento de CEDA, 1983*.
- CEHAM, *Agrarismo y agricultura en el México independiente y postrevolucionario*, FCE-CEHAM, México, 1988.
- CENTRAL DE ABASTO DEL DISTRITO FEDERAL, Dimensión Comercial de CEDA, versión mimeográfica, México, febrero, 1987.
- CENTRO DI STUDI SUL COMMERCIO, Università L. Bocconi, *The economics of distribution: retailing, wholesaling and all other links between producers and consumers*, Milano, Franco Angeli Editore, 1984.
- CEPAL-ILPES, *Los procesos de descentralización y de desarrollo regional en un marco sinérgico*, CEPAL-ILPES, Santiago de Chile, Documento CPRD - D/100, 1986.
- CEPAL-ILPES, *La descentralización desde una perspectiva política*, CEPAL-ILPES, Santiago de Chile, Documento CPRDD/90, 1983.
- CEPAL-ONU, *Las transformaciones tecnológicas mundiales y sus consecuencias para América Latina y el Caribe*.
- CERECEDA, LUZ E., *¿Qué comen los pobres?: Hábitos, alimentación, estrategias de compra y mecanismos de sobrevivencia*, Santiago, Chile, Universidad Católica de Chile, Instituto de Sociología, 1987.
- CESCOM, *Economics of Distributive Trades*, Centro di Studi Sul Commercio de la Università l' Bocconi, Milán, Italia, 1980.
- CHAIONIAS LEMUS, Javier, *La Compañía Nacional de Subsistencias Populares en la comercialización de México*, México, UNAM, 1984.
- CHÁVEZ OROZCO, Luis, *La crisis agrícola novohispana de 1784-1785*, Publicaciones del Banco Nacional de Crédito Agrícola y Ganadero, S.A. México, 1953.
- CHORLEY, Richard J. y Peter Haggett, *Integrated, Models in Geography*, University Paperbacks, Methuen, London, Great Britain, 1970.
- CIFUENTES LEMUS, Juan Luis, Torres García, Pilar, Frías Mondragón, Marcela, *El Océano y sus recursos. IX: La Pesca*, Colección La Ciencia desde México, Coedición SEP FCE, No. 81, México, 1991.

- tos teóricos y operativos*, El Colegio Mexiquense A.C., Cuadernos de Trabajo No. 2, México, 1987.
- BORJA, Jordi, "Descentralización: una cuestión de método", *Revista Mexicana de Sociología*, Año XLVI, Núm 4, 1984, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.
- BUSTAMANTE LEMUS, Carlos, *Urban concentration and policies for decentralization in México 1976-1982*, IIEC, 1983.
- CALNER, Edward E., "Conjunto urbano y modelo residencial en Tenochtitlán", en *Ensayos sobre el desarrollo urbano de México*, Col. Sepsetentas, 143, Sep. Dirección General de Educación Audiovisual, México, 1974.
- CALVA, José Luis, *Crisis agrícola y alimentaria en México 1982-1988*, Distribuidores Fontamara, S.A., México, 1988.
- CALVA, José Luis, *Probables efectos de un Tratado de Libre Comercio en el campo mexicano*, Fontamara, México, 1991.
- CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, *Abasto de alimentos a la Ciudad de México*, México, 1991.
- CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE CONSERVAS ALIMENTICIAS, *Informe de Labores*, 1992.
- CAMARGO, Luis Antonio, *La intervención del estado en el abasto y regulación del mercado de productos básicos*, México, Ed. Coordinadora de Información y Publicaciones de Conasupo.
- CANACO, *El comercio ambulante en la Ciudad de México*, Cámara Nacional de Comercio, agosto de 1987.
- CANACO, *Abasto de alimentos a la Ciudad de México, Comercio Tradicional. ¿Qué compran? ¿Cuánto gastan?*, CANACO, México, 1990.
- CANACO, *Abasto de alimentos a la ciudad de México, comercio tradicional, comercio moderno*, CANACO, México, 1991.
- CARTÓN, Hubert, "El campo hacia el fin del milenio", *Revista Nexos*, enero de 1992.
- CASTILLEJA AIDA, "Asignación del espacio urbano: el gremio de los panaderos 1793", en *Ciudad de México. Ensayo de Construcción de una historia*, INAH, Seminario de Historia Urbana, México, 1978.
- CASTILLO BERTHIER, Héctor, "De la Merced a la Central de Abastos", en Jorge Alonso (Coord), *Los movimientos sociales en el Valle de México*, México, CIESAS-INAH, 1986.
- CASTILLO BETHIER, Héctor F., "El mercado de la Merced antes del cambio", *Revista Mexicana de Sociología*, Año XLV, Volumen XLV, Núm 3, Julio-Septiembre de 1983, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.

- ERDENER, Kaynaks Ed., *World marketing systems*, Butterworth Scientific Publisher, 1984.
- ESPINOLA F., Silvano, "El sistema de precios y subsidios; estímulos y apoyo del gobierno federal al Sistema Nacional para el Abasto", *Diario Oficial*, Sep. 27 de 1984, SECOFI.
- ESTEVA, Gustavo, *Food Policy in Mexico: The search for self sufficiency*, Ed. Lay James A. Austin and Gustavo Esteva Ithaca, N.Y., Cornell University, 1987.
- ESTEVA, Gustavo, "La experiencia de la intervención estatal reguladora en la comercialización agropecuaria 1970-1976", en Ursula Oswald, compiladora, Edit. Nueva Imagen, México, 1979.
- EXPANSIÓN, (Revista), "La apertura y los consumidores", abril de 1989.
- EXPANSIÓN, "Cifra, la guerra que sí valió la pena", marzo 6, 1991.
- EXPANSIÓN, "Cifras, sigue la guerra", junio 26, 1991.
- EXPANSIÓN, "Gigante, las guerras no arreglan nada", julio 10, 1991.
- EXPANSIÓN, "Las huellas de Gigante", abril, 1988.
- FAO, *Población, suministro de alimentos y desarrollo agrícola*, FAO, 1975.
- FAO, Estadísticas de pesca, Productos-Anuario, Vol. 69, 1989.
- FAO, Organización de Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación, *Informe Alimentario Mundial*, 1987.
- FAO-ONU, *Los recursos naturales y el medio humano para la agricultura y la alimentación*, Roma, ONU-FAO, 1980.
- FERNÁNDEZ GARCÍA TRAVÉSI, Jorge, *Efectos de la distribución del ingreso sobre la estructura del sector comercial para la ciudad de México*, México, 1984, Tesis (L.E.), ITAM.
- FERRONALES DE MÉXICO, *Subgerencia de Planeación. Producción y Consumo de los Principales Productos Agrícolas y su Transporte Ferroviario (1981-2000)*, México, FNM, 1983.
- FIDEC, *Manual de evaluación de proyectos de comercio interior*, México, 1987.
- FIRA, *Resumen: Programa para el desarrollo del establecimiento de centros de recepción y comercialización de productos agropecuarios en México*, s/f.
- FLORES CABALLERO, Romeo, "Comercio interior", en *La economía mexicana en la época de Juárez*, Secretaría de Industria y Comercio, México, 1972.
- FLORES VEGA, Ernesto y Vanessa Nahoul, "Viaje al centro de los centros comerciales", en *Expansión*, Agosto 7, 1991.
- FLORESCANO, Enrique, "El Abasto y la Legislación de granos en el Siglo XVI", en Revista *Historia Mexicana*, No. 56, Vol. XIV, No. 4, México, El Colegio de México, Abril-Junio 1965.

- FOX, Jonathan, "La participación popular y el acceso a la alimentación: Los Consejos Comunitarios de Abasto, 1976-1986", *Investigación Económica*, No. 191, Vol XLIX, Facultad de Economía UNAM, México, 1990.
- FRIEDMAN, John, *El futuro de la urbanización en América Latina: algunas observaciones sobre el papel de la periferia*, CEPAL-ILPES, Santiago de Chile, Documento CPRD - B/36.
- FRIGERIO, Norberto, *Urbanización y evolución de la estructura comercial y opciones de política para mejorar la distribución de alimentos de los estratos urbanos de bajos ingresos*, FAO, R. Latamerc, 4, Santiago, 1983.
- GARCÍA ACOSTA, Virginia, *Los precios del trigo en la historia colonial de México*, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 1988, Ediciones de la Casa Chata.
- GARCÍA AGUILAR ALVAREZ, Ma. Martha, *Concentración del comercio al mayoreo de alimentos en México: regulación y economías a escala*, México, ITAM, 1989.
- GARCÍA ROCHA, Adalberto, *La desigualdad económica*, El Colegio de México, México, 1976.
- GARCÍA, Alvaro, *Planificación alimentaria. Esquema, método lógico para el análisis de experiencias en América Latina*, Organización Internacional del Trabajo, 1983.
- GARZA, Gustavo, "El carácter metropolitano de la Ciudad de México", en *Teoría y práctica del desarrollo regional y la regionalización socioeconómica*, (Bassols, Delgadillo y Torres comps.), Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México, 1991.
- GASCA ZAMORA, José, "Las agroindustrias alimentarias en el marco del desarrollo regional", en: *Revista Momento Económico*, Sep-Oct. 1992, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México.
- GEORGE, Pierre, "Geografía del consumo, Oikos-tan", Colección *¿Qué sé?*, No. 86, Barcelona, España, 1972, 118 p.
- GERHARD, Peter, *D guide to the historical Geography of New Spain*, Cambridge, University Press. 1972.
- GIGANTE, Informes Anuales de las Asambleas de Accionistas: Gigante, Comercial, Soriana y Cifra, Microfilms, 1991, (inéditos).
- GLICKMAN, Norman J., *Econometric analysis of regional systems: explorations in model buildin and policy analysis*, Academic press, New York. 1977.
- GOBIERNO FEDERAL, *Plan Nacional de Almacenamiento. Estrategias y tendencia histórica*, México, 1988.
- GÓMEZ DOMINGUEZ, Pablo, *Experiencia histórica y promoción del desarrollo regional en México*, Nacional Financiera, 1987.

- GONZÁLEZ MÉNDEZ, Héctor, Contreras León, Armando, Tovar Castro, Alberto, *Estudio sobre comercialización y distribución de pescados y mariscos en México*, Fondo para el desarrollo comercial, Banco de México, 1990.
- GONZÁLEZ PACHECO, Cuauhtémoc (Comp.), *La modernización del sector agropecuario*, IIÉc-UNAM, México, 1991.
- GORDILLO, Gustavo, "El tiempo del ejido", *Revista Nexos*, enero de 1992.
- GORMSEN, Erdmann y Klein-Lüpke Rainer, "La plaza comercial en América Latina: un nuevo patrón de metropolización", ponencia del Coloquio: Grandes Metrópolis de África y América Latina, Toulouse, 27-29 de noviembre de 1991.
- GREEN RAÚL H., "El comercio agroalimentario mundial y las estrategias de las trasnacionales", *Comercio Exterior*, Vol. 39, No. 8, México, 1989.
- GREEN, H.A. John, *La teoría del consumidor*, Madrid, A. Peláez, 1986, 338 p.
- GREEN, Raúl, "Evolución de la Economía Internacional y la Estrategia de las Trasnacionales", en: *Comercio Exterior*, Vol. 40, No. 2, México, Febrero de 1990.
- GURZA TIMOINE, Margarita. "Grupo Sorimex, el contraataque desde el norte", en: *Expansión*, Agosto 19, 1992.
- GUY, Christophe, *El abasto y la comercialización de alimentos básicos, elementos para una síntesis*, Programa de Formación de Seguridad Alimentaria, Panamá, 1990.
- HALL, D. Peter, *Modelos de análisis territorial*, Oikos-Tau, Colección Urbanismo, Barcelona, España, 1975.
- HAMILTON, Nora, *México: Los límites de la economía del Estado*, México, 1980.
- HANSEN, Niles M., *Desarrollo desde arriba: el paradigma de desarrollo del centro hacia abajo*, 1981.
- HANS-HARALD, John, "Ajustes estratégicos de las empresas agroalimentarias", en *Revista de Estudios Agrosociales*, Núm. 157, Vol. 3, 1991, Magisterio de Agricultura, Pesca y Alimentación España.
- HASSIG, Ross, *Comercio, tributo y transporte. La economía política del Valle de México en el Siglo XVI*, Alianza Editorial Mexicana, México, 1990.
- HERNÁNDEZ, Laos, E. y Grabinsky, N. Productividad y eficacia del transporte y del Comercio en México, *Comercio y Desarrollo*, abril-junio 1981.
- HERRERA CORRALES, Inés, "La circulación: transporte y comercio", en: *México en el siglo XIX (1821-1910)*, México, Editorial Nueva

- Imagen, S. A., 1980; y "Comercio exterior", en: *La economía mexicana en la época de Juárez*, Secretaría de Industria y Comercio, México, 1972.
- HEWITT DE ALCÁNTARA, Cynthia, *La modernización de la agricultura mexicana, 1940-70*, Edit. Siglo XXI, México, 1982.
- HEWITT, Cynthia, "Abasto y consumo de alimentos en la ciudad de México", en *Diálogos*, México, Rev. trimestral, vol. 19, No. 1 (109), Ene-feb, 1983.
- HISTORIA DEL ABASTO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO*, México, Edit. Fondo de Cultura Económica, 1988, 582 p.
- HOM SU, Paula Acacia, *Transporte Federal de Carga*, México, ITAM, 1989.
- HOPE, María, "Franquicias, ahora es cuándo", en Revista *Expansión*, Mayo 15, 1991.
- IAN SCOTT, *Urban and spatial development in México*, Baltimore, The Johns Hopkins University, 1982.
- ILPES, "Los asentamientos humanos intermedios en las estrategias de organización territorial", en *América Latina y el Caribe*, LC/G., 1375 (Sem. 21/27), Dic. 1985.
- IMMEC, *Estudios sectoriales: El sector comercial bursátil 1983-1988*, IMMEC-BRN, Marzo, 1990, 61 pp.
- INCO, *El gasto alimentario de la población de escasos recursos de la Ciudad de México*, México, INCO, 1989.
- INEGI, *Estadísticas Básicas de Comercio y Fomento Industrial 1983-1988*, México, INEGI, SPP, SECOFI, 1988 (Biblioteca de CONASUPO).
- INEGI, *Abasto y comercialización de productos básicos: maíz, oleaginosas, arroz*, México, 1988.
- INEGI, *Anuario de estadísticas estatales*, México, INEGI, 1988-1990.
- INEGI, *El sector alimentario en México*, México, INEGI, 1988.
- INEGI, *Boletín de información oportuna del sector alimentario*, México, INEGI, 1992, (Publicación mensual).
- INEGI, *Cuaderno de información oportuna regional*, México, INEGI, 1992, (Publicación trimestral).
- INAH, *Mercado y dependencia. Dimensión del mercado bajo el capitalismo*, Centro de Investigaciones superiores del INAH, Edit. Nueva Imagen, México, 1979.
- INSTITUTO DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE NUEVO LEÓN, A.C., *Teoría y Praxis Administrativa*, Volumen II, Nos. 6 y 7, abril/septiembre 1988, Monterrey, N.L., 1988.
- INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, "El gasto alimentario de la po-

- blación de escasos recursos en la ciudad de México”, Revista de *Comercio Exterior*, Banco Nacional de Comercio Exterior, S.A., Volumen 39, Núm. 10, México, Enero de 1989.
- KEITH, Robert G., “Encomienda, Hacienda and Corregimiento in Spanish America a Structural Analisis”, *Hispanic America Historical Review*, Vol. SI, pp. 431 y ss., 1971.
- KRIEGSBURG, M. *The marketing challenge: distributing increased production in developing nations*, USD of Agriculture, 1970.
- LEANY, William Harrall (comp.), *Urban economics: theory, development and planing*, New York, 1970.
- LEWIS, J. Parry, *Economía urbana: diferentes enfoques*, FCE, México, 1984.
- LITTLE, Ian, Tibor Salovstky y Maurice Scott, *Industria y comercio en algunos países en desarrollo*, México, FCE, 1975.
- LIVAS, Raúl y Miranda Mérida, Bernardo, “Niveles de ingreso y alimentación en México. Situación actual y perspectivas”, Revista de *Comercio Exterior*, Banco Nacional de Comercio Exterior S.A., Volumen 38, Núm. 9, México, Septiembre de 1988.
- LLAMBI, Luis, “Reestructuración mundial y necesidad de nuevos enfoques”, en: *Comercio Exterior*, Vol. 43, Núm. 3, Marzo, 1993.
- LÓPEZ CUADRA FRANCISCO, *La estructura económica y social de México en la época de la Reforma*, Siglo XXI Editores, México, 1964.
- LÓPEZ MONJARDÍN, Adriana, “El espacio en la producción: Ciudad de México 1850”, en: *Ciudad de México, ensayo de construcción de una historia*, INAH, Departamento de Investigaciones Históricas, México, 1978.
- LÓPEZ ROSADO, Diego G., *Comercialización de granos alimenticios en México*, México, Secretaría de Comercio, 1987.
- LÓPEZ ROSADO, Diego, *El abasto de productos alimentarios en la Ciudad de México*, Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1987.
- MACHADO C., Absalón, *El sistema agroalimentario: una visión integral de la cuestión agraria en América Latina*, México, Siglo XXI, 1987.
- MALDOON, J. y Servitje, D., *El comercio de alimentos en México*, Ed. Diana, México, 1984.
- MASSEY, Doreen, *Which “New Technology”?*, CEPAL-ILPES, Santiago de Chile, Documento CT - 6, 1985.
- MATTOS, Carlos A. De., *Ciudades intermedias y descentración territorial: propósitos, alcances y viabilidad*, CEPAL-ILPES, Santiago de Chile, Documento CPRD - D/82.
- MAURO GONZÁLEZ, B. y Balogh, P., (1978), “La comercialización de

- productos agrícolas perecederos en México”, *Comercio y Desarrollo*, No. 3, feb. 1978.
- MC. MILLIAN, “La competencia desigual y el desequilibrio regional”, en *Capital vs The regions*, Londres, 1976.
- MEMORIAS, *Tercer Seminario de Investigación Agrícola*, Universidad de Colima, Colima, 1992.
- MENDIOLA, Gerardo y Carmen Aguilar, “Las franquicias más importantes de México”, en Revista *Expansión*, Mayo 15, 1991.
- MERINO MAÑON, José (Coordinador), *Tamaño y composición de la administración pública mexicana*, México, INAP, 1988.
- MEYERS, Carol, *Pequeño comercio de alimentos en las colonias populares de Ciudad Netzahualcoyotl*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México, 1990.
- MIER, Nelda, “Minisúperes: Batallas silenciosas”, en Revista *Expansión*, Agosto, 1992.
- MIESZKOWSKI, Peter, *Current issues in urban economics*, Baltimore MD, Johns Hopkins university, 1979.
- MINSHULL, Roger M., *Regional geography: Teoría y práctica*, Chicago, 1967.
- MONJARÁS MORENO, Jorge A., “Autoservicios, guerras sin cuartel”, en *Expansión*, Mayo 27, 1992.
- MONTEMAYOR, Aurelio, “El funcionamiento de los mercados de productos perecederos en México”, *Comercio y Desarrollo*, abril-junio 1982.
- MONTERO DA COSTA, Jorge Marcelino, *Procesos Espaciais de Auculacao de Capital no Capitalismo Tardío*, CEPAL-ILPES, Santiago de Chile, Documento CPRD - C/76.
- MORENO M. ERNESTO, *Hongos en granos almacenados*, Seminario sobre conservación de granos y semillas en almacén, PUAL-UNAM, México, 1988 (Mimeo).
- MORENO TOSCANO, Alejandra, “Economía regional y urbanización: tres ejemplos de relación entre ciudades y regiones en Nueva España a finales del siglo XVIII”, en Borah, W. et al, *Ensayos sobre el desarrollo urbano de México*, México, SEP, 1974, Biografía Económica de México, 1968.
- MORSE, Richard M., *Las ciudades latinoamericanas*, Sepsetentas, México, 1973.
- MORTIMORE, Michael, *Procesos de transnacionalización de las finanzas externas de los países en desarrollo*, XXVII Curso Internacional, ILPES-CEPAL, Santiago de Chile (s/f)
- MUMMERT, Gail, (Coordinadora), *Almacenamiento de productos agropecuarios*, El Colegio de Michoacán-ANDSA-México, 1987.

- MURDOON, Juan y Daniel Servitje, *El comercio de alimentos en México, presente y futuro*, Editorial Trillas, México, 1984.
- NACIONAL FINANCIERA, *Bienes de capital e insumos para la agricultura mexicana*, NAFINSA, SPP, ONUDI, 1986.
- NACIONES UNIDAS, *Planificación de zonas metropolitanas y nuevas ciudades*, Nueva York, 1969.
- NAFINSA, *Propuestas para una nueva política industrial de México*, México, NAFINSA, 1988.
- NAVA MARINO, Víctor, *La comercialización de productos básicos a través del estado como sistema regulador*, México, UNAM, 1984.
- NIEMBRO, Laura, *La producción de frutas y hortalizas y la función del intermediario en el abasto interno*, Segundo Foro sobre Docencia, Investigación y Servicios en el Medio Rural, Guadalajara, México, 1990 (inédito).
- OLIVER OIDMAN, Henry J. Aaron, Richard M. Brid, *Financing urban development in México city. A case study of property tax, housing and urban planning*, Cambridge, Mass., Harvard University, 1967.
- ONU, *La agricultura campesina y el mercado de alimentos. La dependencia externa y sus efectos en una economía abierta*.
- ORTÍZ C. Arturo, *El sistema de manejo postcosecha de granos en México*, Segundo curso sobre conservación de granos y semillas en almacén, PUAL-UNAM, México, 1988 (Mimeo).
- ORTIZ, Hugo, *México. Data Bank*, México, Mexican Financial Advisory, 1990.
- OSLLAK, Oscar, *Políticas públicas y regímenes políticos: reflexiones a partir de algunas experiencias latinoamericanas*, CEPAL-ILPES, Santiago de Chile, Documento.
- OSWALD, Ursula (Compiladora), *Mercado y dependencia. Dimensiones del mercado bajo el capitalismo*, Centro de Investigaciones Superiores del INAH, Editorial Nueva Imagen, México, 1979.
- PADILLA, Cristina, *El consumo de alimentos en la zona metropolitana de Guadalajara*, Cuadernos 11 y 12, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México, 1990.
- PÁZ SÁNCHEZ, Fernando, *Estructura y desarrollo de la agricultura mexicana*, México, 1987.
- PALERM, Angel, "Sobre la formación del sistema colonial: apuntes para una discusión", en Florescano, E. (comp.), *Ensayos sobre el desarrollo económico de México y América Latina (1500-1975)*, México, Fondo de Cultura Económica, 1979.
- PALMA, Eduardo, *La descentralización de la política social: participa-*

- ción e intersectorialidad*, ILPES, Santiago de Chile, Documento CPS - 48, 1986.
- PECALDE, Fabián, *Política alimentaria y nutricional*, México, FCE, 1988.
- PERROUX, François, *Los polos de desarrollo y la planificación nacional urbana y regional*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1973.
- PETER REES, *Transportes y comercio entre México y Veracruz, 1519-1910*, México, SEP, 1976.
- PLAN NACIONAL DE ALIMENTACIÓN 1990-1994*, Poder Ejecutivo Federal.
- PLAN NACIONAL DE DESARROLLO AGROINDUSTRIAL 1980-82*, México, 1980.
- PLANES NACIONALES DE DESARROLLO, 1982-1988 y 1989-1994*.
- PONCE MELÉNDEZ, Gustavo, "El Mercado de la megalópolis mexicana", Revista de *Estudios Rurales Latinoamericanos*, Vol. 7, abril-diciembre de 1984.
- PREDESAL-CEPAL, *México estructura productiva y modernización de consumo del sector agroalimentario*, México, PREDESAL, CEPAL, Documento Preliminar, s/f.
- PROCESO, "La destrucción del ejido empezó desde Alemán", Revista *Proceso*, No. 786, 25 de noviembre de 1991.
- PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN 1983-1988*, Poder Ejecutivo Federal (Síntesis Ejecutiva).
- PROGRAMA NACIONAL DE MODERNIZACIÓN DEL ABASTO Y DEL COMERCIO INTERIOR 1990-1994*, SECOFI.
- QUINTANA ECHEGOYEN, Carlos, *Los espacios del comercio*, Edit. CANACO-LIMUSA, México, 1992.
- QUIÑONES, Héctor, "Las nuevas tendencias del consumidor en el mundo: su influencia en el comercio detallista", en: *Antena, Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales*, No. 80, Vol. 9, México, Nov-Dic, 1992.
- RELLO, Fernando y Demetrio Sodi, *Abasto y distribución de alimentos en las grandes metrópolis, el caso de la Ciudad de México*, Editorial Nueva Imagen, México, 1989.
- RELLO, Fernando, "Los aparatos de distribución de alimentos en la Ciudad de México", *Ensayos*, Vol VI, No. 12, Facultad de Economía, DEP, UNAM, México, 1989.
- REVISTA *AMÉRICA LATINA*, "Franquicias: La revolución comercial", en: *América Latina: Suplemento* (s/p, s/f).
- REVISTA *ANTENA*, "Autoservicios y productividad", en: Revista *Antena*, marzo-abril 1992, No. 76, Vol. 8.
- REVISTA *ANTENA*, "Escenas de una economía. El sector comercial ante el Tratado de Libre Comercio", en: *Antena*, Revista de la ANTAD, México, Vol. 78, No. 8, Julio-Agosto 1992.

- REVISTA *COMERCIO EXTERIOR*, "El abasto de frutas y legumbres en México", *Comercio Exterior*, Vol. 39, México, 1989.
- REVISTA *COMERCIO EXTERIOR*, Banco Nacional de Comercio Exterior, S.A., Volumen 39, Núm. 10, México, Enero de 1989.
- REVISTA EPOCA, "Revolución agraria, justicia y libertad", *Revista Epoca*, No. 23, 11 de noviembre de 1991.
- REYES OSORIO, Sergio y colaboradores, *Estructura agraria y desarrollo agrícola en México*, FCE, México, 1974.
- ROJAS, José Luis, "El control del granero del imperio y la consolidación del imperio Mexica", en *Almacenamiento de productos agropecuarios en México*, Gil Maumment (coord.), El Colegio de Michoacán, ANDSA, México, 1987.
- ROMERO I., María Eugenia y Erendira Villamar, "Producción y mercado. San José Acolman y anexas: 1788-1798", en: Enrique Semo (Coord.), *Siete ensayos sobre la hacienda mexicana, 1780-1880*, Colección Científica, núm. 55, Departamento de Investigaciones Históricas, INAH. México.
- RONDINELLI, Dennis A., *Applied methods of regional analysis the espatial dimensions of development policy*, ILPES, Documento auxiliar Núm. 384.
- SALINAS DE GORTARI, Raúl, "La estrategia del abasto del sistema de distribuidores Conasupo", *Revista de Comercio Exterior*, Banco Nacional de Comercio Exterior, S.A., Volumen 33, Núm. 6, México, Junio de 1983.
- SÁNCHEZ BURGOS, Guadalupe, *La región fundamental de economía campesina en México*, Centro de Inv. del Des. Rural, 1980.
- SARH, *Desarrollo agroindustrial y alimentación*, México, Coordinación General de Desarrollo Agroindustrial y Alimentación Nacional, México, SARH, 1980.
- SCHATTAN, J., *El abastecimiento de alimentos de la ciudad de México*, PROCADES/CEPAL, Mimeo, 1982.
- SCHWARTZMAN, Jacques, *A teoría da base de exportacao e o desenvolvimento regional*, CEPAL-ILPES, Santiago de Chile, Documento CPRD - C/65, 1975.
- SECCHI, Bernardo, "Las bases teóricas del análisis territorial", en *Análisis de las estructuras territoriales*, Edit. Gustavo Gili, Barcelona, 1968.
- SECOFI, *Modernización comercial y abasto popular 1982-1988*, México, 1988.
- SECOFI, *Información oportuna*, Dirección General de Análisis Económico Estadístico e Informativo, Octubre, 1984.

- SECOFI, *Programa Nacional de Modernización del Abasto y del Comercio Interior*, México, 1990.
- SECRETARIA DE COMERCIO, *Los mercados de la ciudad de México*, México, 1982.
- SENADO DE LA REPÚBLICA, Foro Permanente de Información, Opinión y Diálogo sobre las Negociaciones del Tratado Trilateral de Libre Comercio, Audiencias Públicas, México, 1991.
- SEP-INAH, "Designación del espacio urbano: El gremio de los Panaderos, 1770-1793", en Moreno Toscano, A. (Coord), *Ciudad de México, ensayo de construcción de una historia*, México, SEP, INAH, 1978.
- SERVICIO NACIONAL DE INFORMACIÓN DE MERCADOS, *Comportamiento de los precios del pescado*, México, 1989, 1990, 1991, 1992.
- SHULTZ THEODORE W., *Modernización de la agricultura*, 1978, México.
- SILVA, Alvaro., R., Albornoz, "El comercio de alimentos en Colombia", *Revista de Planeación y Desarrollo*, Colombia, abril 1979.
- SIMPOSIO SOBRE RELACIONES CAMPO CIUDAD, Instituto de Geografía, 1979.
- SISTEMA ALIMENTARIO NACIONAL (SAM, varios documentos).
- SISTEMA DE DISTRIBUIDORES CONASUPO-UAM XOCHIMILCO, México, 1988.
- SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN DE MERCADOS Y CEDA, Reportes de volúmenes de ingreso por producto, México, 1987 y 1988.
- SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN DE MERCADOS Y CEDA, Reportes de volúmenes de ingreso por producto, México, 1987-1988.
- SOLÍS, Leopoldo. "Hacia un desarrollo del comercio de alimentos en México", en: Revista *Comercio*, Núm. 203, Vol. XIX, Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, Octubre de 1977, México.
- SOUSTELLE, Jaques, *La vida cotidiana de los aztecas*, México, Fondo de Cultura Económica, 1970.
- SPP-INEGI, *Abasto y comercialización de productos básicos (sorgo, maíz, trigo, arroz, frijol, oleaginosas, atún, sardina, huevo, leche y carne)*, México, INEGI, 1988.
- STERN, Claudia, *Las regiones de México y sus niveles de desarrollo socioeconómico (jornadas 72)*, El Colegio de México, 1973.
- STÖHR, Walter, *Desarrollo desde abajo: el paradigma de desarrollo de abajo hacia arriba, y de la periferia hacia adentro*, CEPAL-ILPES, Santiago de Chile, Documento CPRD - D/80, 1981.
- SUPPER C. Jhon y Thomas C. Wright. (Compiladores), *Alimentación, política y sociedad en América Latina*, Edit. Fondo de Cultura Económica, México, 1989.

- TORIBIO MORA, Tomás, *Manual de educación para el consumo. ¿Qué es el INCO?*, Instituto Nacional del Consumidor, México, 1988.
- TORRES TORRES, Felipe y Javier Delgadillo Macías, "Competencia y desigualdad. El nuevo modelo de abasto alimentario en México", Revista *Problemas del Desarrollo*, No. 85, Vol. XXII, abril-junio de 1991, México.
- TORRES TORRES, Felipe, "El abasto alimentario en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México: la eficiencia comercial de la racionalidad social", en: *El complejo geográfico, económico y social de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México*, IIEC, UNAM, D.D.F., 1992.
- TORRES, Felipe y Javier Delgadillo, "Viejos vicios y virtudes: el Tratado de Libre Comercio y el abastecimiento de alimentos", Revista *Problemas del Desarrollo*, No. 88, Vol. XXIII, enero-marzo de 1992, México.
- TORRES, Felipe y Javier Delgadillo, "El sector agropecuario frente al Tratado de Libre Comercio", Revista *Problemas del Desarrollo*, No. 86, Vol. XXII, julio-septiembre de 1991, México.
- TRAPAGA DELFÍN, Yolanda, "Bloques regionales y agricultura: el caso de la Cuenca del Pacífico", Revista *Problemas del Desarrollo*, No. 88, Vol. XXIII, enero-marzo de 1992, México.
- TYRAKOWSKY, Konrad, "El papel de las localidades con mercado semanal en la urbanización del espacio rural. El ejemplo del estado de Puebla", Revista *Geografía y Desarrollo*, Vol 2, No. 4, Instituto de Geografía, UNAM, México, 1989.
- UNIKEL, Luis, *Desarrollo urbano y regional en América Latina; problemas y políticas*, FCE, México, 1975.
- UNIQUEL, Luis *et al.*, *El desarrollo urbano en México: diagnóstico e implicaciones futuras*, El Colegio de México, 1978.
- VALENTÍN IBARRA, Sergio Puente, Fernando Saavedra. (comp.), *La ciudad y el medio ambiente en América Latina: seis estudios de caso*, El Colegio de México y Centro de Est. Demograf. y de Des. Urb., 1986.
- VÁZQUEZ DE WARMAN, Irene, "El Pósito de la alhóndiga en Nueva España", en: *Historia Mexicana*, Núm. 67, Vol. Núm. 3, El Colegio de México, Enero-Marzo de 1968, México.
- VIDALI, Carlos, "La importancia de la demanda en el proceso de planeación agropecuaria", en *Efectos de los mercados mayoristas en las estructuras agrícolas y comerciales*, XV Congreso de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas, México, 1986.

- WIKE, Charles, "Así comían los aztecas", en: *Esplendor del México Antiguo*, Vol. II, INAH, Centro de Investigaciones Antropológica de México, 1959.
- WILKIE, Richard, *Latin american population and urbanization analysis: Maps and statistics 1950-1982*, Los Angeles, 1984.

Este libro se terminó el 22 de noviembre de 1994 en Imprenta de Juan Pablos, S.A., Mexicali 39, Col. Condesa, 06100 México, D.F. Se tiraron 1 000 ejemplares.



La distribución de alimentos enfrenta hoy en día profundas transformaciones espaciales y adopta diversas estrategias comerciales, lo cual en mucho obedece a la mayor apertura con mercados

externos. Todo parece indicar que los principales aparatos de distribución mayorista (centrales de abasto, rastros, mercados, etc.), así como cadenas de autoservicio urbano, en el caso del comercio al por menor, serán quienes se ubiquen a la vanguardia del abasto alimentario en nuestro país.

El uso más frecuente de los lectores ópticos de barras, recientemente introducidos en autoservicios y supermercados, optimizarán la cadena de comercialización, ya que al contar oportunamente con información de montos de ventas, demanda e inventarios de cada producto, se pueden crear circuitos comerciales que integren sistemáticamente a las zonas productoras, mercados mayoristas y agroindustrias a la dinámica de esos aparatos de distribución.

Lo anterior junto con la expansión de las ciudades, que sin duda aumenta las demandas alimentarias, incide en toda recomposición regional del abasto dentro del entorno producción-distribución-consumo; aspectos que se ven influenciados por las directrices de la política económica y, sobre todo, por los agentes económicos que a su vez influyen en el ordenamiento espacial de esta actividad, tratada a profundidad en el presente texto.