

PREMISAS ESTRUCTURALES DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS EN MÉXICO

POR

LUIS FUENTES AGUILAR y CONSUELO SOTO MORA

Introducción

Una definición comúnmente aceptada de comercialización es aquella que incluye todas las operaciones, actividades y prácticas empleadas en el traslado y distribución de productos agrícolas, desde el productor hasta el consumidor, incluyendo la transformación de los productos en artículos de consumo. Así, se considera que el almacenamiento de un producto agrícola, después de la cosecha y antes de la venta, es una parte del proceso comercial y no del proceso productivo.

Soto Angli define a la comercialización de productos agrícolas como: «el proceso económico por medio del cual se cambian dichos productos, determinándose sus valores en términos monetarios; esto es, sus precios. No debe olvidarse que el proceso se refiere a un grupo de actividades que llevan por finalidad mover los bienes económicos, productos agrícolas en este caso, desde los puntos en que se producen hasta el consumidor final» (Soto Angli, 1976:67).

Luis Fuentes Aguilar y Consuelo Soto Mora. Instituto de Geografía. Universidad Nacional Autónoma de México.

Estudios Geográficos
Tomo LIII, n.º 206, enero-abril 1992

El comercio puede considerarse como una actividad de abasto, distribución y venta final de mercancías. En un modo de producción capitalista que, como es sabido, tiene por motor principal la obtención de ganancias, la venta de mercancías permite la realización de la plusvalía generada en el proceso de producción. De esta manera, el capital comercial se apropia de una parte de ésta.

Las actividades comerciales pueden estimular la producción agrícola cuando aseguran su comercialización, permitiendo no solamente la subsistencia del productor, sino la reinversión productiva, el incremento de la productividad y la satisfacción de la demanda de los consumidores. Sin embargo, en México la intermediación tiene frecuentemente un carácter monopolístico y especulativo que, por lo general, produce el efecto de reducir el ingreso del productor y encarecer los productos al consumidor.

La comercialización en función de los sistemas de lugares centrales

En las sociedades complejas, económicamente avanzadas, se implanta una estricta división del trabajo y una diferenciación de las actividades de producción, distribución (comercialización) y consumo. En el sistema de comercialización, mediante el proceso de distribución, las ofertas de los productos se ponen en contacto con las demandas de los consumidores. En este sentido, puede decirse que las mallas de la red de intercambio son los lazos que mantienen unida a la sociedad.

El intercambio tiene lugar en los «mercados». Existe un mercado allí donde cierto número de vendedores y de compradores se ponen en contacto y el precio ofrecido y pagado por cada uno de ellos es afectado por las decisiones de los otros. Un mercado es, entonces, un sistema de producción de precios que se autorregulan; los precios, a su vez, constituyen el mecanismo que conecta los actos individuales de elección.

«Los centros de mercado son asentamientos que reúnen ciertas características sociales, económicas y culturales, donde se reúnen cierto número de vendedores y compradores, y donde el precio ofrecido y pagado por cada uno es influido por las decisiones de los demás» (Belshaw, 1975:8).

Es en estos centros donde las demandas y las ofertas vienen a encontrar su equilibrio en último término, mediante el mecanismo del precio. Productores y consumidores se encuentran en los comercios de venta al

menudeo; las empresas dedicadas al comercio minorista y las de servicios son el último eslabón de la cadena de producción y comercialización, y el primer paso en el proceso de consumo.

Mientras que la geografía de la producción entraña una gran diferenciación regional en la actividad, la geografía del consumo implica demandas de conjuntos de bienes similares, que se repiten en varias regiones. Surge así un problema de «articulación», del que se ocupa el sistema de intercambio y distribución (Claval, 1982:72). Los puntos de acopio local recogen las especialidades productivas de las distintas regiones. Los centros de distribución local importan los bienes y servicios que los consumidores necesitan, procedentes de muchos puntos de acopio en otras localidades.

Los centros de acopio y de distribución se entrelazan en una complicada telaraña de intercambio. El acopio puede requerir varias etapas, pero es en los centros metropolitanos donde radican, frecuentemente, los focos de dicha actividad.

De un modo similar, la comercialización requiere varias etapas, incluyendo tanto la venta al por mayor como la venta al detalle, pero son también los centros metropolitanos los que básicamente cumplen esta tarea. Actúan como puntos de acopio de las especialidades regionales. Son puntos de reunión de los bienes solicitados por las regiones consumidoras que los rodean y son también ellos mismos importantes consumidores, trayendo de otras ciudades los productos que necesitan. Las transacciones interurbanas constituyen los flujos de conexión de una economía compleja, y las ciudades son los centros alrededor de los cuales se organiza dicha economía. Es en las ciudades donde se entrelaza la geografía de la producción y la del consumo (Duncan, 1986:60).

Las ciudades y los pueblos pueden deber su existencia a una actividad propia como productores especializados, pero muchos se mantienen exclusivamente gracias a su papel de centros de mercado. En este aspecto constituyen una agrupación de empresas de servicios y comercios al por menor, situados en un lugar que ofrece la ventaja de constituir un adecuado centro de acción o foco para los consumidores que se desplazan allí en busca de los bienes y servicios que necesitan.

La cualidad esencial de un foco es su *centralidad*. Los consumidores que han de visitar el mercado con una cierta regularidad quieren un emplazamiento que les permita realizar sus compras con un mínimo de esfuerzo, y

si tienen la posibilidad de escoger entre varios, su elección recaerá siempre en el que exija menos esfuerzo de su parte. Aún así, los desplazamientos de los consumidores al mercado ofrecen cierta variedad. Para obtener los artículos que necesitan con frecuencia no quieren desplazarse si no es a pequeñas distancias. Las compras menos frecuentes pueden a menudo posponerse, de modo que un solo viaje más largo puede servir para realizar varias cosas, no sólo en lo que se refiere a compras, sino también a la vida social, diversiones, actividad política, etc.

Para actividades diferentes la centralidad tiene sentido a una escala diferente; en cualquier área geográfica existirá, por tanto, una variedad de «lugares centrales». Los comerciantes establecidos en algunos de ellos podrán atraer consumidores con cierta frecuencia, sólo a distancias pequeñas. Otros emplazamientos estarán en condiciones de suministrar una mayor variedad de bienes a zonas más extensas. Las agrupaciones de actividad en estos emplazamientos varían con el tamaño de los centros urbanos en los que radican los mercados (Berry, 1988:77).

La creación de utilidad agregada por la comercialización

La comercialización implica de hecho la creación de una utilidad agregada (Abbot, 1982: 98-114), que puede tener su origen en:

Utilidad de forma. Se crea este tipo de utilidad cuando un producto que no es aprovechable directamente en su condición presente se convierte en un artículo de consumo. Por ejemplo, es necesario transformar el ajonjolí en aceite antes de que dicho producto pueda usarse como alimento. Más de la mitad de los productos agrícolas requieren de alguna transformación para convertirse en artículos de consumo. Esta transformación implica un incremento de valor del producto para hacerlo apto para el consumo y convertirlo así en un satisfactor para la población.

Utilidad de tiempo. Esta utilidad se crea cuando un producto se retiene desde un período de excedentes y precios bajos, hasta una época de escasez y precios altos. Este incremento de utilidad resulta solamente cuando la producción tiene una variación de los precios durante el año. Por tanto, el almacenamiento desde la cosecha hasta un período posterior de consumo crea un aumento de valor.

Utilidad de lugar. La formación de esta utilidad se da cuando un

producto se transporta desde un área de excedentes hasta un centro de consumo sin producción local suficiente para satisfacer la demanda de la población. Generalmente, existe una distribución espacial lógica de los precios que objetiviza este movimiento. Los precios son más altos en los centros de consumo y disminuyen progresivamente hasta las áreas de producción y excedentes. Así, el traslado del producto da como resultado un incremento en su valor.

La falta de una adecuada aplicación a la política interna de comercialización de los productos agrícolas en relación con las deficiencias de infraestructura y especialmente de transporte y almacenaje, es la causa de la pérdida de apreciables cantidades de productos agrícolas, que ocurre especialmente en las regiones distantes de los centros de consumo. En muchos casos, cerca de un tercio de la producción agrícola se pierde por falta de transporte en el momento oportuno y de un adecuado almacenamiento, lo que ocasiona que el costo de las pérdidas se agregue al valor del producto y a la utilidad creada por el tiempo y el lugar de producción.

Utilidad de posesión. La utilidad de posesión ocurre cuando un producto se transfiere desde una persona que detenta un excedente a un comprador que demanda ese artículo. Bajo un sistema monetario, el productor vende sus excedentes por dinero, el cual puede usar para comprar o incrementar otros bienes.

El consumo no responde de manera igual en los centros urbanos y en los rurales. El nivel de ingreso y su distribución ejercen influencias disímiles en áreas rurales y urbanas, principalmente por las particularidades de las relaciones de producción en que se enmarcan y de la distinta frecuencia que tienen los ciclos de los ingresos y gastos. Es decir, la regularidad del ingreso de grandes masas urbanas por concepto de sueldos y salarios (semanal, quincenal, mensual), sin duda determina, por sí misma, diferencias en la forma de consumo en relación al de los agricultores (ingresos semestrales y aún anuales) caracterizando así, la creación de la utilidad agregada.

La menor monetización de la economía campesina es un factor de importancia en las relaciones de distribución (Peña, 1978: 239-245). Dicha monetización menor resulta tanto de los ciclos más largos del ingreso como de la posibilidad del autoconsumo. También influye en este sentido la

menor interdependencia económica a nivel local por causa de la limitada heterogeneidad de las actividades. Estos factores interrelacionados constituyen obstáculos no sólo a la expansión de la distribución, sino también a la acumulación en general, lo que contribuye a que ésta se desvíe hacia actividades urbanas.

Utilidad de insumos. La creación de la utilidad agregada está relacionada con el valor de los insumos necesarios para la comercialización de productos agrícolas. Cuanto más complejos y sofisticados sean los requerimientos de la comercialización, mayor será la utilidad agregada. Los insumos comprenden los consumos o gastos que los establecimientos realizan por conceptos tales como: compra de mercancías, materiales para envase y empaque, energía eléctrica, servicios de propaganda y publicidad, comisiones y, en general, todos aquellos gastos o cargos corrientes efectuados, excepto los pagos por intereses, regalías, rentas, impuestos, depreciación y remuneración al personal ocupado.

En México, el valor de los insumos para la comercialización de productos agrícolas, es un indicador importante de la actividad comercial. El Distrito Federal concentra el 36.3% del valor nacional de insumos, siguiéndole en importancia la región del Bajío, las entidades que conforman la llanura costera del Golfo de México, exceptuando la península de Yucatán, junto con los estados de Nuevo León, México y Chiapas que manejan insumos con un intervalo de clase que va del 3.1 al 4.0% con respecto al total nacional. Figura 1. La distribución espacial del valor de los insumos está correlacionada con las zonas de producción, de almacenamiento, así como de consumo.

Funciones de la comercialización

Las funciones que, en general, se considera que cumple la comercialización de productos agrícolas son:

1. Funciones de intercambio, que comprenden la compra y venta de mercancías.
2. Funciones físicas, que implican la manipulación, transformación, transporte y almacenamiento.
3. Funciones de facilitación, que consideran las normas de calidad, financiamiento, investigación y mejoramiento.

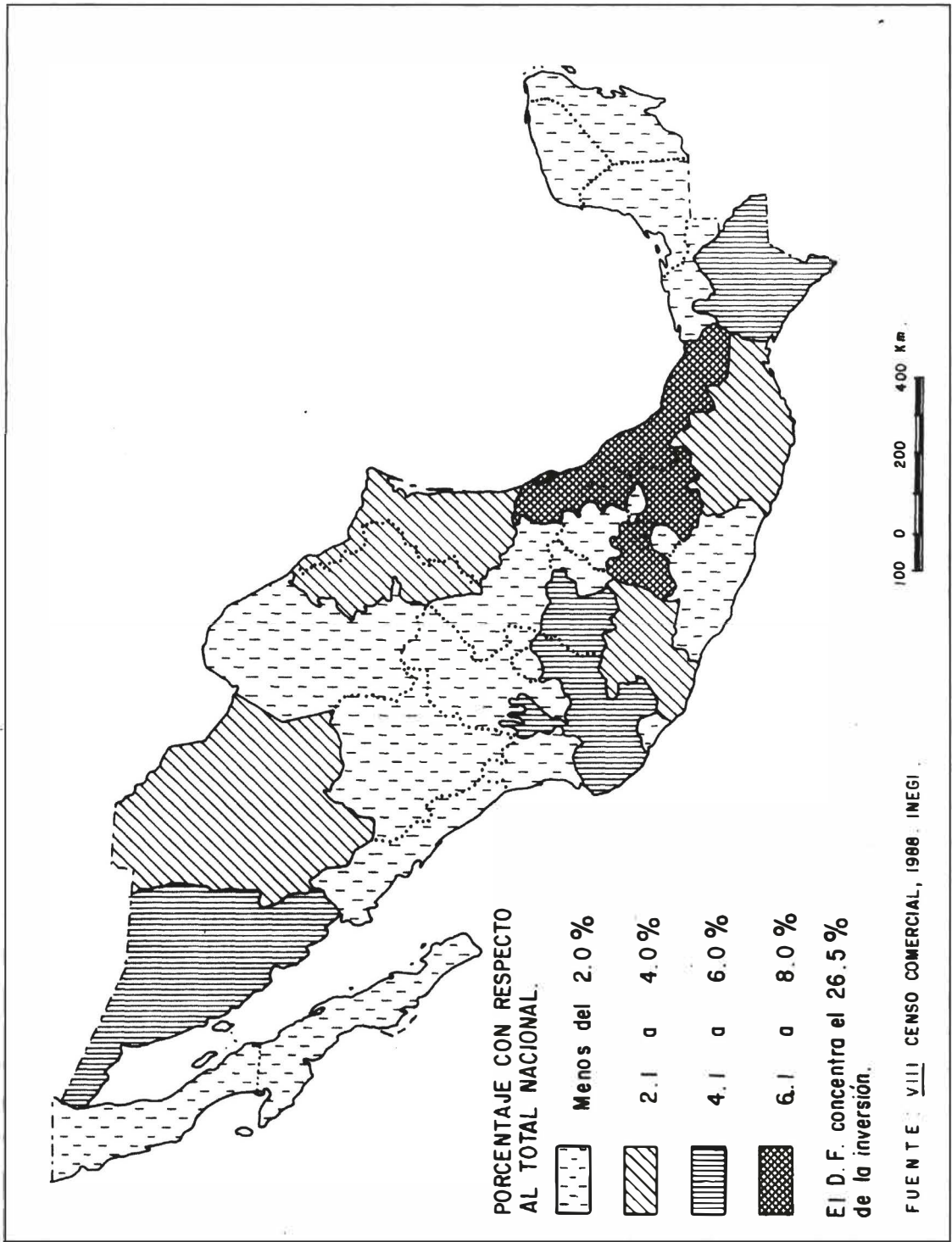


FIGURA 1.—Valor de los insumos para la comercialización de productos agrícolas

Las funciones de intercambio se pueden establecer en el contexto de la circulación de mercancías. La mercancía es, en primer término, una cosa apta para satisfacer necesidades humanas, de cualquier clase que ellas sean. Para que una cosa tenga un valor de cambio, necesita tener primero un valor de uso social. «Ningún objeto puede ser un valor sin ser a la vez objeto útil. Si es inútil, lo será también el trabajo que éste encierra; no contará como trabajo ni representará, por tanto, un valor» (Marx, 1975: I, 8).

El valor de cambio de una mercancía es la cantidad de trabajo social empleada en su producción. Si la oferta de las mercancías rebasa la demanda líquida, una parte de las mercancías no se venderá, o se venderá a un precio inferior al costo de su producción real, y por ello una parte del trabajo habrá sido superfluo y, por tanto, inútil (*ibidem*, I, 66-67). El juego de la oferta y la demanda desemboca, por lo tanto, en la formación de un precio de mercado, que está dado por las relaciones de intercambio, sin que por eso corresponda realmente al valor de la mercancía y a su costo social de producción.

Las funciones físicas que tienen lugar en la comercialización de productos agrícolas son fundamentalmente cuatro. La manipulación es una de las funciones inherentes de las actividades de los intermediarios. Las otras tres funciones físicas son la transformación, el transporte y el almacenamiento, que añaden utilidades económicas de forma, espacio y tiempo respectivamente.

Cualquier región cuya agricultura sea del tipo de subsistencia requiere poco transporte. La comercialización de la producción, por el contrario, exige el desarrollo del transporte extensivo y eficiente. Esto permite el abasto para la población en grandes ciudades como las capitales de las entidades federativas y los máximos centros urbanos del país —zona metropolitana de la ciudad de México, Guadalajara y Monterrey—, y por otra parte, la regionalización de la producción como la de trigo y garbanzo en Sonora. El transporte crea utilidad de espacio porque el valor de un producto aumenta con el traslado de una región de excedentes a un centro de escasez.

El almacenamiento que produce la utilidad de tiempo, es necesario para retener los abastos durante cierto lapso. La utilidad de tiempo, como ya se indicó, se crea cuando el valor de un artículo aumenta durante el período de su retención después de la época de cosecha o la estación intensa de producción hasta un período de escasez relativa.

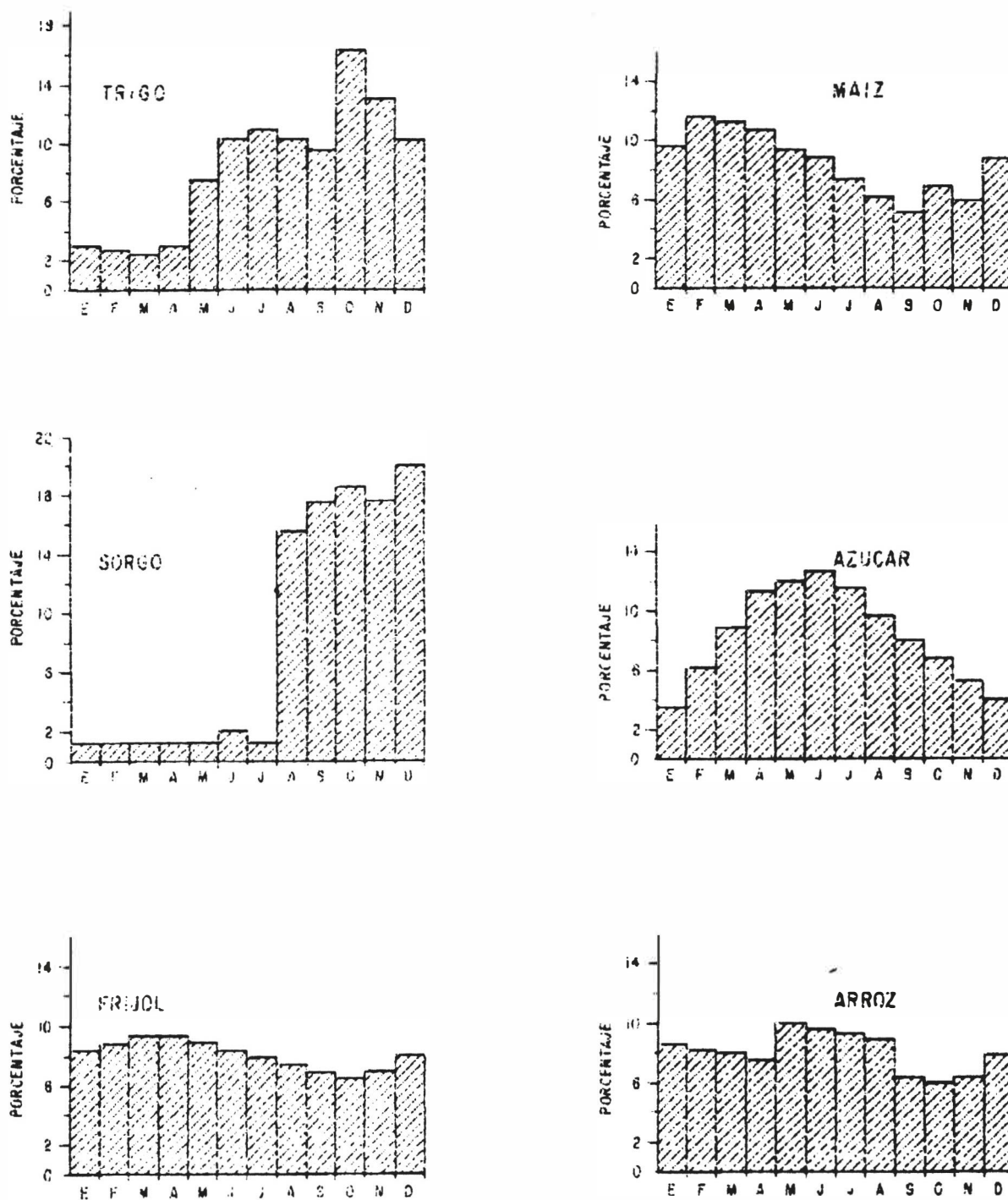
Desde luego, el almacenamiento tiene varios propósitos que dependen de las características del producto. Se puede almacenar un artículo producido en cierta época para distribuirlo a través de todo el año, o para permitir la producción uniforme durante el año de un producto con una demanda altamente estacional. Es necesario retener una cantidad de abastos en los canales de comercialización para asegurar su disponibilidad constante en los centros de distribución.

Algunas veces, la rapidez de la cosecha proporciona abastos locales que exceden la capacidad del equipo de transporte para trasladarlos a los centros de consumo en forma inmediata. También, ciertos productos se deben almacenar para lograr un mejoramiento en su calidad y madurez. En períodos recientes se ha tratado de retener, por parte del gobierno, ciertos productos agrícolas para mantener y regular los precios de los mercados internos.

De aquí que sea necesario prevenir bodegas y equipo para almacenar los abastos comerciales estacionales cuando las ventas son grandes hasta que llegue posteriormente el período de compra. Los datos sobre las existencias de maíz y trigo retenidas por la Comisión Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO) indican que la cantidad de maíz almacenada por los Almacenes Nacionales de Depósito, S.A. (ANDSA), fue mayor en el mes de febrero o marzo, y menor en los meses de agosto a noviembre; en tanto que las existencias de trigo alcanzaron su máximo en octubre y noviembre y su nivel más bajo en los primeros meses del año (figura 2).

Las variaciones en el almacenamiento son todavía más marcadas en productos como el sorgo. La recepción en bodegas se concentra principalmente de agosto a diciembre, en cambio, de enero a julio, se recibe sólo el 13% del almacenamiento total anual del sorgo; sin embargo, la demanda de este producto para elaborar alimentos balanceados se presenta durante todo el año. Otro ejemplo donde la demanda de almacenamiento es estacional, es el azúcar, que se presenta sobre todo de abril a julio, que es cuando se concentra la producción de las distintas zafras. En este caso también la demanda de este artículo es permanente a través del año (figura 2).

Contrastando con los ejemplos anteriores se tiene al frijol y al arroz, cuya entrada en los almacenes de depósito es relativamente constante a través del año, lo mismo que su demanda por los consumidores (figura 2).



FUENTE: Almacenes Nacionales de Depósito, S.A.

FIGURA 2.—Variación del almacenamiento por ANDSA, a través del año 1990

La demanda para harina y pan, para nixtamal y tortillas, es uniforme también durante todo el año. Consecuentemente, es necesario almacenar maíz y trigo cuando las producciones son estacionales para asegurar la satisfacción de las necesidades constantes de los consumidores.

Aún los productores de subsistencia requieren de sitios donde almacenar cantidades suficientes para alimentar a sus familias de una cosecha a otra. Los indígenas mesoamericanos habían desarrollado varios sistemas de almacenamiento de maíz y frijol antes de la llegada de los españoles. El arte de la preservación y almacenamiento de los productos agrícolas alimenticios para su uso posterior es muy antiguo.

Por otra parte, cada intermediario que manipula y vende los productos agrícolas debe mantener una cierta cantidad de bienes de reserva. El detallista de abarrotes tiene, por lo general, su propia bodega para almacenar sus existencias. Por lo general, los mayoristas y fabricantes, para asegurar abastos para sus requerimientos a largo plazo, almacenan durante la cosecha grandes cantidades de productos estacionales. Así, estos intermediarios realizan la función de almacenamiento como una parte complementaria de su actividad principal. De hecho, cada vendedor que maneja los productos debe tener un espacio de retención de abastos reservado para ventas futuras.

En otros casos, resulta imposible suministrar suficiente equipo de transporte para llevar las cosechas desde las zonas productoras hasta los centros de consumo tan pronto como la cosecha se ha terminado. En tales casos se necesita espacio de retención en las áreas productivas para esperar el servicio de traslado. Por ejemplo, cerca del 70% de la cosecha de trigo se logra en un solo mes en el valle del Yaqui, lo que hace imposible la concentración de furgones de ferrocarril en número suficiente para mover tal volumen desde Navojoa y Ciudad Obregón, Sonora, durante la corta época de cosecha. En esta ciudad se dedican más de 300.000 toneladas métricas de espacio para almacenar el trigo, hasta que es distribuido a los principales centros de consumo.

De igual manera, la época de cosecha de sorgo en Tamaulipas crea un problema de transporte porque no existen almacenes de capacidad suficiente para retenerlo localmente. En este caso, Ferrocarriles Nacionales intenta proporcionar los furgones necesarios para el movimiento, pero la tarea es difícil. Sería deseable construir más bodegas locales para aliviar esta situación.

Muchas veces, las fábricas industriales de materias primas agrícolas, como las de despepitadoras, pueden producir sus derivados rápidamente y en volúmenes grandes, de tal forma que no puede efectuarse su transporte inmediato, por lo que dichos productos han de ser almacenados para su acopio y su entrega posterior. Frecuentemente la transformación de una materia prima estacional dura sólo un corto período.

La concentración de productos agrícolas a nivel estatal se puede apreciar en figura 3. La inversión de existencias de productos agrícolas se concentra principalmente en algunas entidades como el Distrito Federal, que registró el 26.5% del valor de las existencias nacionales; los Estados de Veracruz, Puebla y México tienen productos agrícolas en existencia, cada uno de ellos, que representa del 6.1 al 8.0% del valor nacional. Les siguen en importancia las áreas de producción de cereales como Sonora y la región del Bajío, y la entidad de Chiapas que controla existencias principalmente de café en el área del Soconusco y frutales diversos.

Además, los almacenes en las regiones productoras deben ocupar sitios estratégicos con el objeto de que los productos puedan trasladarse a cualquier dirección sin duplicidad. Por ejemplo, el trigo de Ciudad Obregón y Navojoa, en Sonora, se puede trasladar al puerto de Guaymas para su exportación, o enviarse a las ciudades de Guadalajara, México o Monterrey, para su transformación en harina y su consumo local.

Dado que una de las funciones de la comercialización es el traslado de las mercancías agrícolas, de los productores a los consumidores, se pueden requerir una serie de operaciones tales como acopio o concentración del producto en lugares adecuados para facilitar las labores de selección y envase; acondicionamiento o beneficio, para uniformar la calidad de la producción, liberarla de impurezas, etc.; selección de acuerdo con ciertos requisitos del mercado en base a tamaño, peso y otros; envase para proteger el producto contra golpes, plagas, etc., y finalmente, transporte, almacenamiento y venta.

Las fábricas ubicadas en las áreas de producción tienen una ventaja en el acopio de sus materias primas si poseen bodegas para retener sus requerimientos anuales. En este caso, la compra directa de los productos elimina una manipulación adicional. Las despepitadoras, molinos de trigo, molinos de semillas oleaginosas y otras plantas para la transformación de las materias primas agrícolas prefieren los sitios cercanos a las áreas regionales de producción.

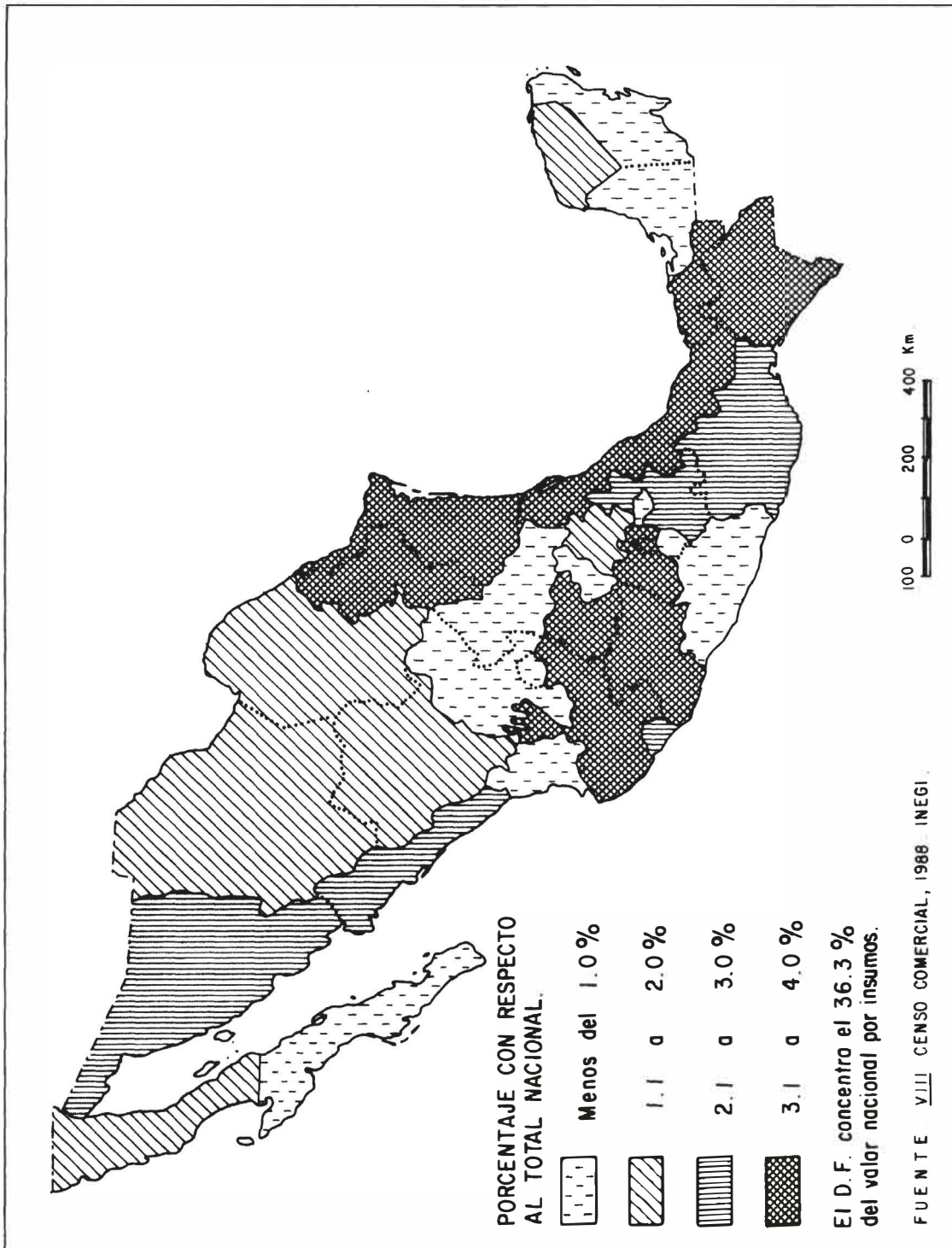


FIGURA 3.—Inversión total bruta en existencias de productos agrícolas

Para productos comestibles importantes así como para los granos producidos estacionalmente, en los predios cercanos, los pueblos pequeños necesitan bodegas de tamaño suficiente para retener las cantidades que han de consumirse durante el año entero. Cuando esos pueblos no cuentan con tal tipo de almacenamiento, la producción local se vende en mercados fuera del pueblo en la época de cosecha. Durante el resto del año, los consumidores deben obtener sus abastos de las fuentes exteriores y pagar precios mayores.

Para asegurar un abasto constante y suficiente en un centro de consumo, es prudente mantener una cantidad importante de cada producto almacenable en tal centro. Tanto los almacenes públicos como los de la industria de transformación pueden ser utilizados para este propósito.

El movimiento más eficiente del producto a una bodega en un centro de consumo puede lograrse cuando se cargan los camiones o furgones directamente durante la cosecha y se envían inmediatamente a su destino. De otra manera, se requiere una manipulación adicional en el área de producción. Algunas veces, las fábricas ubicadas en las grandes ciudades establecen sucursales o agencias con bodegas pequeñas en las zonas productoras para recibir, manipular y enviar las materias primas requeridas.

El valor de un producto almacenado puede disminuir de dos formas: en algunos casos hay una merma importante durante el proceso y, en otros, por el deterioro de la calidad. De hecho, la calidad del almacén y el cuidado dado al producto influyen en la rapidez del deterioro durante su retención. En muchos casos, es necesario proteger al producto retenido contra plagas y enfermedades.. Algunas veces, es posible usar las prácticas que retardan el deterioro, por ejemplo, una bodega refrigerada con un ambiente de nitrógeno gaseoso retiene los frutos de semilla, como las manzanas, en buena condición por mayor tiempo que en un ambiente de aire natural.

Por otra parte, cualquier retención de un producto por un lapso dado, afronta el riesgo de un cambio en las condiciones generales de la economía. Durante una época de deflación el poseedor de los artículos retenidos puede sufrir una pérdida provocada por las condiciones monetarias. Por el contrario, una época de inflación promueve un ascenso en los precios de los productos en las bodegas y beneficia al propietario.

Los productos que tienen variaciones estacionales sustanciales en sus abastos, experimentan cambios en sus precios que varían inversamente

con tales cambios estacionales en las entradas al mercado. Los precios en la época de la cosecha son bajos y deben ascender gradualmente durante los meses siguientes para pagar los costos de almacenamiento. No hay datos confiables en México sobre los precios de los productos agrícolas y sus oscilaciones por estos conceptos. El especulador que acepta el riesgo de la estacionalidad depende básicamente de su propia experiencia.

El especulador es una persona que espera lograr alguna ganancia de los cambios de precios entre la compra y venta sin la ejecución de otros servicios. Ordinariamente prefiere las operaciones a corto plazo. Un especulador retendrá un producto en bodega solamente si espera un aumento en los precios y usará los servicios de otros para el almacenamiento. En realidad, cada persona que retiene los productos de un período a otro, es un especulador.

Los cereales y el frijol, productos importantes en la dieta mexicana, son almacenables, pero sin un sistema adecuado para retenerlos en buenas condiciones, los productos se deterioran. En general, experimentan precios bajos en la época de cosecha y precios altos posteriormente. Para evitar esta circunstancia, los Almacenes Nacionales de Depósito, S.A. (ANDSA) se ocupa, por parte del gobierno federal, de la responsabilidad de recibir y almacenar los cereales y el frijol comprados por la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO), y dirige las remesas desde las áreas de excedentes hacia los centros de escasez durante todo el año. Para asegurar un abasto constante en la ciudad de México, ANDSA mantiene grandes bodegas en Pantaco, D.F. y Tlalnepantla, Estado de México. Además de la gran capacidad de los almacenes en estas dos localidades, también tiene instalada gran capacidad de almacenaje en las entidades de Coahuila, Tamaulipas, Veracruz, Sinaloa, Sonora y Jalisco.

La CONASUPO en sus centros de capacitación, ha establecido normas para ciertos productos involucrados en sus programas de compra. Las normas de calidad no establecen grados o tipos, pero fijan límites mínimos para varios factores que determinan la calidad y los descuentos para cada clase de variación entre los extremos aceptables. Por ejemplo, en el caso del trigo, el máximo de humedad sin castigo es el 12% rechazándose aquellos trigos con humedad igual o superior al 16.1%. Del 12.1% al 16.0% el descuento es igual a un kilogramo por tonelada por cada 0.1% de humedad en exceso del 12%. Así, el descuento para 12.5% es igual a 5 kilogramos y

para 16.0%, 40 kilogramos por tonelada. Otros factores considerados en las normas para trigo son impurezas, granos dañados, peso específico y mezclas. Los factores, desde luego, varían con el producto en cuestión.

Estas normas frecuentemente ocasionan retrasos en la aceptación de los productos y dificultan la comercialización. Por otra parte, los centros de recepción frecuentemente pagan con vales que hay que hacer efectivos en bancos de poblaciones cercanas. Estos vales causan desconfianza en los campesinos que tienen que desplazarse a veces hasta 30 kilómetros para cobrarlos. Esto hace que muchos productores prefieran vender a intermediarios a precios menores que los de garantía, pero que les pagan en efectivo y van a sus predios por los productos, y a cambio les merman el peso y hacen que no operen los precios de garantía.

Consideraciones finales

La política de precios de garantía permite asegurar el abasto de bienes básicos, así como reorientar los cultivos hacia las demandas de la población. El incremento en los índices de autosuficiencia se ha visto impactado por la reducción del ingreso real de los trabajadores que ha contraído la demanda interna de algunos productos y, por tanto, ha coadyuvado a reducir las importaciones de los mismos.

En 1984, se puso en marcha el Programa para la Integración, Operación y Desarrollo del Sistema Nacional para el Abasto, con el propósito fundamental de promover la integración, ordenación y modernización del proceso comercial de productos de consumo generalizado.

A fin de lograr una adecuada relación entre las zonas de producción y los centros de consumo, el Sistema se integró por tres elementos fundamentales: acopio, transporte y distribución, así como por siete servicios básicos: normalización, información de mercados, comercialización, almacenamiento especializado, organización, capacitación y financiamiento.

La estructura del Sistema comprende, por una parte, el establecimiento de una red de infraestructura y servicios comerciales, por medio de la articulación y modernización de la existente y, por otra, la creación de nuevas instalaciones y servicios. En el territorio nacional se tienen más de 170 proyectos de diversa naturaleza que incluyen centros de acopio en zonas de producción, centrales y módulos de abasto en las principales ciudades del país, silos para granos y frigoríficos para productos perecederos.

Se instrumentó el Servicio Nacional de Información de Mercados como un organismo público descentralizado, con el propósito de captar, procesar y difundir información sobre precios, origen, volumen y calidad de los productos que se comercializan en los principales centros de acopio y centrales de abasto. El Servicio actualmente recaba y difunde información sobre la comercialización al mayoreo en siete de las principales centrales de abasto del país: Distrito Federal y Escatepec, en el área metropolitana de la ciudad de México; Guadalajara, Jalisco, Hermosillo, Sonora; Mérida, Yucatán; Monterrey, Nuevo León; y Torreón, Coahuila. Asimismo, cuenta con un mecanismo de divulgación que cubre todo el territorio nacional y contribuye a hacer transparentes las operaciones comerciales y la formación de precios. Al respecto, se cubre un grupo de 22 frutas y 23 hortalizas, a fin de estimular la competencia entre los oferentes.

La estrategia que se sigue en relación con el comercio exterior de estos productos, consiste en asegurar el abasto interno con base en el fomento de la producción nacional, y recurriendo a las importaciones sólo en el caso de déficit en la oferta nacional. Las compras externas son concebidas en términos complementarios del propio abasto para cubrir la demanda interna. Con ello se pretende que la industria de básicos opere por encima de su punto de equilibrio económico para mantener y fomentar las fuentes de empleo, reducir costos de operación y defender el poder de compra de los consumidores.

BIBLIOGRAFÍA

- ABBOT, J. C. (1982): *Trade Problems in Agricultural goods*, Food and Agricultural Organization of the United Nations, USA.
- BELSHAW, C. S. (1975): *Traditional Exchange and Modern Markets*, Englewood Cliffs-Prentice Hall, London.
- BERRY, B. J. (1988): *Comparative Studies of Central Place Systems*, Office of Urban Research, Washington, D.C.
- CLAVAL, P. (1982): *Géographie Générale des Marchés*, Les Belles Lettres, París.
- DUNCAN, O. D. (1986): *Metropolis and Region*, Johns Hopkins University, Baltimore.
- MARX, C. (1975): *El Capital*, Fondo de Cultura Económica, México.
- PEÑA, S. (1978): *El modo de producción capitalista, teoría y método de investigación*, Siglo XXI Editores, S.A., México.
- Soto Angli, J. M. (1976): *El mercado regional de Tehuacán*, Universidad Autónoma de Chapingo, México.

RESUMEN.—*Premisas estructurales de la comercialización de productos agrícolas en México.* La comercialización de productos agrícolas en México presenta características que implican la especulación que afecta al ingreso del productor y encarece los productos al consumidor. Los puntos de acopio local concentran la producción de las distintas regiones de acuerdo con los ciclos agrícolas, estableciendo una red de intercambios. Asimismo, la comercialización implica la creación de una utilidad de diferentes orígenes, de acuerdo con la función que desarrolla, incluyendo el almacenamiento y traslado.

PALABRAS CLAVE.—Comercialización. Producción agrícola. Acopio. Utilidad agrícola.

ABSTRACT.—The commercialization of agricultural products in Mexico, presents some features that include the speculation that affects the peasant income and increases the price of the products. The gathering in local points concentrates the regional production agree with the agricultural cycles, establishing an interchange net. Also, the commercialization includes the profit creation, of several origins, agree with the function that realize, including the warehouse and transportation.

KEY WORDS.—Commercialization. Agricultural production. Gathering. Profit added.

RÉSUMÉ.—Au Mexique, le commerce des produits agricoles à des caractéristiques qu'impliquen une spéculation qu'arrive à une élévation dans le prix des produits que doit être payé par des consommateurs. La production des différentes régions s'est concentrée dans les points d'approvisionnement local d'accord à les divers cycles agricoles. De cette manière on arrive à avoir un réseau d'échanges. De même le commerce implique la formation d'une utilité d'origine différente selon la fonction qui développe, qui comprend à la fois le magasinage ainsi que le transport.

MOTS CLÉ.—Commerce. Production agricole. Approvisionnement. Utilité agricole.