

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA
✓ DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA
✓ LICENCIATURA EN ADMINISTRACION
AREA DE CONCENTRACIÓN: EMPRESAS PÚBLICAS

92900

LA TRASCENDENCIA SOCIO-POLITICA DE CONASUPO.

SEMINARIO DE INVESTIGACION

QUE PRESENTA:

✓ *Patricia Lyssette Estrada Benavidez.*

BAJO LA ASESORÍA DE:

LIC. ERNESTINA INÉS ZAPIÁN GARCÍA.

MÉXICO, D.F.

OCTUBRE, 1988.

0645120

Con profunda admiración y respeto,
a todos y cada uno de mis profesores,
quienes coadyuvaron al desarrollo
de mi formación universitaria.

Y en especial a mis padres,
con todo mi amor,
pues ellos hicieron posible
el que yo concrete
mis deseos de superación.

INTRODUCCION.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
HIPOTESIS.....	5
I. EL ESTADO CAPITALISTA CONTEMPORANEO.	
- LA TEORÍA MARXISTA DEL ESTADO CAPITALISTA CONTEMPORÁNEO.....	8
- LAS FUNCIONES BÁSICAS DEL ESTADO CAPITALISTA CONTEMPORÁNEO.....	9
- UN ACERCAMIENTO DE LA TEORÍA AL CASO DEL CAPITALISMO DEL SUBDESARROLLO.....	15
- CONSIDERACIONES COMPLEMENTARIAS PARA UN MEJOR ACERCAMIENTO.....	17
II. LA EMPRESA PUBLICA MEXICANA.	
- NOTA INTRODUCTORIA.....	20
- LA DEFINICIÓN DE EMPRESA PÚBLICA.....	21
- SU INSERCIÓN A CONTEXTOS NACIONALES.....	21
- SU ADECUACIÓN AL CONTEXTO MEXICANO.....	22
- RAZONES DEL SURGIMIENTO Y DESARROLLO DEL SECTOR PARAESTATAL.....	23
- TIPOLOGÍAS Y CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS PÚBLICAS.....	25
- MULTIPLICIDAD Y CONFLICTO DE OBJETIVOS.....	28
- LA FUNCIONALIDAD SOCIOPOLÍTICA DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA EL SISTEMA GLOBAL.....	33
III. EL CONTEXTO HISTORICO NACIONAL: LA EMERGENCIA Y CONSOLIDACION DE CONASUPO.	
- ANTECEDENTES HISTÓRICO-ECONÓMICOS.....	37

INTRODUCCION.

EL PRESENTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRETENDE DISCERNIR LA SIGNIFICACIÓN SOCIO-POLÍTICA DEL SECTOR PARAESTATAL MEXICANO, ESPECÍFICAMENTE DE LA PRESENCIA DE CONASUPO. CUÁL ES - SU VERDADERA RAZÓN DE SER, QUÉ FUNCIÓN CUMPLE DENTRO DEL CONTEXTO DEL SISTEMA CAPITALISTA MEXICANO, EN QUÉ GRADO LA ESTÁ CUMPLIENDO, Y POR LO TANTO, SI ES FUNCIONAL AL SISTEMA, EN CUANTO A LOS RESULTADOS FINALES QUE ARROJA SU ACTUACIÓN, EN RELACIÓN AL MANTENIMIENTO DEL SISTEMA EN BASE A SU LÓGICA -- ECONÓMICA Y VIABILIDAD POLÍTICO-SOCIAL, Y SI REQUIERE ACTUALIZAR SU PAPEL. SE PARTE DE LA CONSTRUCCIÓN DE UN MARCO TEÓRICO QUE ADOpte UN ENFOQUE MARXISTA PARA LOGRAR LA COMPREENSIÓN DEL PAPEL DEL ESTADO CAPITALISTA MODERNO, Y UN ENFOQUE CENTRADO EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA COMO DISCIPLINA PARA - EXPLICAR EL FENÓMENO DE LA EMPRESA PÚBLICA.

SE EMPRENDERÁ UN ANÁLISIS DIALÉCTICO, QUE VAYA DE LO -- ABSTRACTO HACIA LO CONCRETO, UNA SUCESIÓN DE APROXIMACIONES TEÓRICAS QUE ARRIBEN A SITUACIONES PRÁCTICAS. UN PUENTE ENTRE LA TEORÍA Y LA PRAXIS.

PARA LOGRARLO SE PARTIRÁ POR COMPRENDER LA TEORÍA MARXISTA DEL ESTADO CAPITALISTA Y ENCAUZARLA HACIA LA TEORÍA -- DEL ESTADO DEL SUBDESARROLLO, Y DE AHÍ UBICARSE CON EL CASO DE MÉXICO Y EN ESPECIAL EL DE CONASUPO. SE PRETENDE QUE ESTA INCURSIÓN TEÓRICA REMITA A LA CONFRONTACIÓN DE LA TEORÍA CON LA REALIDAD.

AUNQUE MI INTENCIÓN PODRÍA PARECER DEMASIADO AMBICIOSA, NO LO ES, PORQUE RECONOZCO MIS LIMITACIONES PERSONALES, PERO NO CON ELLO ME DECLARO INCOMPETENTE EN FORMA ANTICIPADA.

OJALÁ QUE ESTA INVESTIGACIÓN SIRVIERA COMO BASE DE REFLEXIONES DE MAYOR ALCANCE O, EN EL MEJOR DE LOS CASOS, COMO PUNTO DE PARTIDA PARA FUTURAS INVESTIGACIONES.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

LA NECESIDAD DE LA INTERVENCIÓN DIRECTA DEL ESTADO MEXICANO EN EL PROCESO PRODUCTIVO Y DISTRIBUTIVO DE BIENES DE -- CONSUMO BÁSICO ADOPTA UN DOBLE ASPECTO: YA BIEN COMO POLÍTICA ECONÓMICA, YA BIEN COMO ESTRATEGIA POLÍTICA; DADO QUE -- NUESTRO PAÍS PADECE DE UNA DESPROPORCIONADA DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO, EN CUANTO QUE, TANTO LOS PRODUCTORES DIRECTOS COMO LOS CONSUMIDORES FINALES SE ENCUENTRAN DESPROTEGIDOS Y EXPUESTOS A LOS EFECTOS DE LOS DESEQUILIBRIOS ECONÓMICOS DEL PAÍS Y A LA DESIGUALDAD DE DESARROLLO REGIONAL, SE HACE ENTONCES INDISPENSABLE LA ACCIÓN INTERVENTORA ESTATAL PARA REGULAR EL MERCADO DE PRODUCTOS BÁSICOS Y CON ELLO PROCURAR EL ABASTO A PRECIOS ACCESIBLES A LAS MAYORÍAS, FOMENTANDO ASÍ -- EL BIENESTAR COLECTIVO Y EL DESARROLLO ECONOMICO-SOCIAL.

LA EFICIENCIA OPERACIONAL DE CONASUPO NO ES EN SÍ MISMA UN OBJETIVO, SINO UN MEDIO PARA EL CUMPLIMIENTO DE SU MISIÓN ESTRATÉGICA. MIENTRAS QUE SU MISIÓN ESTRATÉGICA ESTÁ CONSTITUÍDA POR LOS OBJETIVOS GENERALES QUE SE DESEAN ALCANZAR MEDIANTE LA INSTRUMENTACIÓN DE POLÍTICAS ESTATALES, EN ESTE CASO:

- REGULACIÓN DEL MERCADO DE BIENES BÁSICOS, Y
- REDISTRIBUCIÓN DEL INGRESO.

DURANTE EL PERÍODO COMPRENDIDO ENTRE 1940 Y 1970 LA POLÍTICA ESTATAL SE VIÓ ANTE LA NECESIDAD DE ORIENTAR EL CRECIMIENTO ECONÓMICO HACIA LA SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES BÁSICAS DE LA POBLACIÓN Y EL LOGRO DE NIVELES MÍNIMOS DE ALIMENTACIÓN, SALUD Y BIENESTAR PARA LA MAYORÍA DE LOS HABITANTES DEL PAÍS.

DESDE 1940 LA INTERVENCIÓN GUBERNAMENTAL EN LOS MERCADOS AGRÍCOLAS SE HA CARACTERIZADO Y JUSTIFICADO POR ESTAR -- ASOCIADA A SITUACIONES DE EMERGENCIA Y CRISIS. EL APOYO A --

PRECIOS DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS AUMENTÓ Y SE DIVERSIFICÓ EN RESPUESTA A SITUACIONES DE CRISIS Y NO COMO RESULTADO DE UN DIAGNÓSTICO SISTEMÁTICO DE LAS NECESIDADES Y UNA PROYECCIÓN ADECUADA DE LA PRODUCTIVIDAD Y LAS CAPACIDADES AGRÍCOLAS.

PARALELAMENTE A LOS INSTRUMENTOS UTILIZADOS PARA FOMENTAR LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA, EL GOBIERNO MEXICANO HA DETERMINADO POLÍTICAS ECONÓMICAS DE INTERVENCIÓN PARA FIJAR LOS PRECIOS DE MERCADO DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS, MEDIANTE EL ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS DE GARANTÍA PARA EL PRODUCTOR Y PRECIOS SUBSIDIADOS PARA EL CONSUMIDOR. SE PROVEYÓ DE BIENES DE CONSUMO BÁSICO A PRECIOS ACCESIBLES A LA CLASE TRABAJADORA, A PESAR DE QUE ÉSTE FUE EN UN PRINCIPIO UN OBJETIVO COMPLEMENTARIO A LOS ORIGINALES (ELEVACIÓN DEL NIVEL DE INGRESOS RURALES Y EL MANTENIMIENTO DE RESERVAS DE ALIMENTOS BÁSICOS) SE CONVIRTIÓ EN EL OBJETIVO PRINCIPAL DE LA POLÍTICA OFICIAL. ESTO SE DEBIÓ A QUE DENTRO DEL CONTEXTO SOCIO-POLÍTICO SURGIERON PRESIONES POR PARTE DEL SECTOR OBRERO, - POR LO CUAL SE ADOPTARON FUNCIONES DE ASISTENCIA SOCIAL PARA LAS CLASES DE MENORES INGRESOS, TRADUCIÉNDOSE ESTO EN LA TENDENCIA HACIA LA PROTECCIÓN DEL SALARIO URBANO. POR ELLO, LA ORIENTACIÓN DE LA POLÍTICA SE DIÓ EN FUNCIÓN DE LOS CAMBIOS EN LA CORRELACIÓN POLÍTICA DE FUERZAS Y COMO RESULTADO DE LAS MÚLTIPLES CRISIS DEL PERÍODO. POR LO TANTO, EL PROPÓSITO PRINCIPAL SE CONVIERTE EN LA PROCURACIÓN DE UNA DISTRIBUCIÓN MÁS EQUITATIVA DEL INGRESO Y LA INTEGRACIÓN DE LOS SECTORES MARGINADOS DE LA POBLACIÓN A LA ECONOMÍA NACIONAL. LA ÚLTIMA REFORMULACIÓN DE OBJETIVOS SE DIÓ EN TORNO A LA ATENCIÓN DE LAS CLASES MARGINADAS URBANAS, MEDIANTE SUBSIDIOS.

LAS RAZONES Y CIRCUNSTANCIAS ESPECÍFICAS PARA LA CREACIÓN DE CONASUPO IMPLICAN EL DISEÑO DE OBJETIVOS, ESTRUCTURA Y COMPORTAMIENTO DE DICHO ORGANISMO REGULADOR. Y A ESAS CIRCUNSTANCIAS OBEDECE SU MISIÓN ESTRATÉGICA, CONDICIONADA POR LAS RAZONES DE SU CREACIÓN. ENTONCES LA RAZÓN DE SU - - CREACIÓN SE ENMARCA EN LA NECESIDAD DE INTERVENCIÓN ESTATAL

EN LA REGULACIÓN DEL MERCADO DE PRODUCTOS BÁSICOS, COMO RESPUESTA A DEMANDAS PÚBLICAS ESPECÍFICAS. POR LO TANTO, ES NECESARIO DETERMINAR EL CARÁCTER DOMINANTE DE SUS ACTIVIDADES Y MISIONES, PUESTO QUE SON MÚLTIPLES. EN ESTE CASO, CONASUPO CONSTITUYE UN MECANISMO DE TRANSFERENCIA SOCIAL Y ADEMÁS CONCURRE A UN MERCADO ALTAMENTE COMPETITIVO. LO QUE SE TRADUCE COMO UNA FORMA DE MEDIACIÓN DE LAS CONTRADICCIONES DERIVADAS DEL PROCESO DE REPRODUCCIÓN DEL SISTEMA CAPITALISTA MEXICANO; ES POR ELLO QUE SE DEBEN RECONOCER LOS OBJETIVOS SOCIO-POLÍTICOS QUE COADYUVAN AL EQUILIBRIO DEL SISTEMA POLÍTICO (SU - FUNCIONALIDAD AL SISTEMA GLOBAL) TALES COMO: OBJETIVOS DE TIPO SOCIAL COMO LA ELEVACIÓN DEL NIVEL DE VIDA DE LA CLASE -- TRABAJADORA.

DE LA ARGUMENTACIÓN ANTERIOR SE DESPRENDE LA SIGUIENTE:

HIPOTESIS.

DADO QUE LAS CIRCUNSTANCIAS Y RAZONES PARA LA CREACIÓN DE ESTE ORGANISMO REGULADOR Y DE TRANSFERENCIA SOCIAL NO SON LAS MISMAS QUE LAS QUE PREVALECEN EN LA ACTUALIDAD, ES DE SUPONERSE ENTONCES UN REDISEÑO DE SUS OBJETIVOS, PERO SE ARGUMENTA QUE: SU MISIÓN ESTRATÉGICA NO HA SIDO MODIFICADA Y/O ADAPTADA A LAS NUEVAS NECESIDADES DEL SISTEMA ECONÓMICO (EN PARTICULAR, EL MERCADO DE PRODUCTOS BÁSICOS), EN BASE A LAS REFORMULACIONES EN MATERIA DE POLÍTICA ECONÓMICA QUE SE HAN SUSCITADO EN LOS RÉGIMENES POLÍTICOS POSTERIORES AL DE SU CREACIÓN. Y PUESTO QUE EN LOS ÚLTIMOS AÑOS SE HAN SUSCITADO PERÍODOS DE CRISIS ECONÓMICA QUE REQUIEREN IMPRIMIR UNA NUEVA ORIENTACIÓN DE LA FUNCIÓN DE CONASUPO COMO INSTRUMENTO REGULADOR Y DE REDISTRIBUCIÓN DEL INGRESO, Y COMO ESTA ORIENTACIÓN NO HA SIDO CLARAMENTE DEFINIDA, APARENTEMENTE NO ESTÁ RESPONDIENDO A LAS RECIENTES NECESIDADES DEL SISTEMA. POR LO TANTO, SE HA DESVIRTUADO SU FUNCIÓN SOCIAL Y EXISTE CONFUSIÓN RESPECTO A SU ACTUAL RAZÓN DE SER (NATURALEZA ESTRATÉGICA), TANTO A NIVEL SOCIAL (BENEFICIARIOS) COMO A NIVEL INSTITUCIONAL. POR LO QUE SE ENCUENTRA EN CRISIS Y SE PONE EN TELA DE JUICIO SU FUNCIONALIDAD AL SISTEMA GLOBAL. ENTONCES SE SOSTIENE QUE NO EXISTE CLARIDAD ORGANIZACIONAL AL INTERIOR DE LA INSTITUCIÓN, LO CUAL SE REFLEJA HACIA EL EXTERIOR, Y ES NECESARIO EMPRENDER UNA REFORMULACIÓN DE OBJETIVOS PARA REALIZAR LOS AJUSTES Y ADAPTACIONES NECESARIOS. ES POR ESO INDISPENSABLE DETERMINAR LA EFICIENCIA RELATIVA DE CONASUPO COMO INSTRUMENTO PARA EL LOGRO DE DIVERSOS OBJETIVOS GUBERNAMENTALES Y LA APLICACIÓN DE DIVERSAS POLÍTICAS, ASÍ COMO EVALUAR SI LA REFORMULACIÓN DE OBJETIVOS HA SIDO ACORDE A LOS IMPERATIVOS ACTUALES.

*La conquista conceptual
de la realidad comienza,
lo que parece paradójico,
por idealizaciones.*

Mario Bunge.

MARCO TEORICO

I. EL ESTADO CAPITALISTA CONTEMPORANEO

LA TEORIA MARXISTA DEL ESTADO CAPITALISTA CONTEMPORANEO.

SEGÚN LA INTERPRETACIÓN DE SONNTAG Y VALECILLOS ESTA TEORÍA DISCURRE EN ESTE SENTIDO:

EL ESTADO CAPITALISTA ES PARTE INTEGRAL E INTRÍNSECA DEL FUNCIONAMIENTO DEL MODO DE PRODUCCIÓN CAPITALISTA Y HA JUGADO UN PAPEL FUNDAMENTAL EN SU DESARROLLO. ESTE PAPEL HA VARIADO EN EL TIEMPO Y SE HA DIFERENCIADO EN CADA UNA DE LAS FORMACIONES SOCIALES SOMETIDAS AL RÉGIMEN DE ACUMULACIÓN CAPITALISTA, SIN PERDER EN ESENCIA LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES PROPIAS DEL ESTADO CAPITALISTA.

A RAÍZ DE LA LARGA CRISIS SUFRIDA POR EL CAPITALISMO EN EL PERÍODO DE 1914-1945 EL CAMPO DE ACCIÓN ESTATAL SE AMPLIÓ DENTRO DEL ÁMBITO ECONÓMICO, TANTO EN LOS PAÍSES CAPITALISTAS CENTRALES COMO EN ALGUNOS PERIFÉRICOS.

SE TRATÓ, PUES, NO SÓLO DE UNA CRISIS DE CARÁCTER ECONÓMICO, SINO TAMBIÉN IDEOLÓGICA QUE VINO A CUESTIONAR Y A HACER NECESARIA LA INTERVENCIÓN DIRECTA DEL ESTADO EN LA ECONOMÍA (COMO FACTOR DE EQUILIBRIO), ASÍ COMO DE SU CONTRAPARTE IDEOLÓGICA^{1/}. PARA LOS AUTORES: "AMBOS PROCESOS APARTE DE AMPLIAR EL CAMPO DE SU ACCIÓN, OBLIGABAN AL ESTADO A CREAR UNA CANTIDAD GRANDE DE NUEVOS APARATOS Y A INSTITUCIONALIZAR SU FUNCIONAMIENTO POR VÍA JURÍDICA^{2/}".

EL ESTADO ES CONSIDERADO COMO UN ENTE RELATIVAMENTE AUTÓNOMO RESPECTO DEL MANEJO DIRECTO, INSTRUMENTAL, POR PARTE DE LA CLASE CAPITALISTA.

LA AUTONOMÍA RELATIVA DEL ESTADO JUEGA UN PAPEL DETERMINANTE PARA EL MANTENIMIENTO DEL SISTEMA EN SU TOTALIDAD. EL ESTADO INTENTA MISTIFICAR EL PAPEL QUE DESEMPEÑA EN LA ACUMULACIÓN MEDIANTE LA IDEOLOGÍA LEGITIMIZANTE DEL SISTEMA POLÍTICO.

LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS CUMPLEN UNA FUNCIÓN PARA EL MANTENIMIENTO DE LA HEGEMONÍA IDEOLÓGICA.

CABE ADEMÁS DESTACAR AQUÍ QUE EL ESTADO DE LAS SOCIEDADES PERIFÉRICAS ESTÁ MÁS ESTRECHAMENTE VINCULADO CON EL DESARROLLO Y FUNCIONAMIENTO ECONÓMICOS QUE EL DE LAS DEL CAPITALISMO CÉNTRICO.

EN LOS PAÍSES DE LA PERIFERÍA SE ESTÁN IMPLEMENTANDO FORMAS DE "CAPITALISMO DE ESTADO" QUE CONLLEVAN A LA SEPARACIÓN DE LA ECONOMÍA ENTRE EL SECTOR PÚBLICO Y EL PRIVADO.

LAS FUNCIONES BÁSICAS DEL ESTADO CAPITALISTA CONTEMPORÁNEO.

O'CONNOR RETOMA DE MARX EL CONCEPTO DE ACUMULACIÓN COMO FUNCIÓN DE LA SOCIEDAD CAPITALISTA, Y DE WEBER EL DE LEGITIMACIÓN, COMO CATEGORÍAS BÁSICAS PARA INTERPRETAR Y CRITICAR CON ELLAS EL PAPEL DEL ESTADO CAPITALISTA CONTEMPORÁNEO.

A CONTINUACIÓN SE RESUME SU TEORÍA, CUIDANDO DE SUS RASGOS BÁSICOS Y SUBRAYANDO LOS ASPECTOS RELEVANTES PARA LOS FINES DE ESTA INVESTIGACIÓN.

LA PRESENCIA DEL ESTADO CAPITALISTA MODERNO SE EXPLICA EN BASE A SUS DOS FUNCIONES BÁSICAS (QUE CONTRADICTORIAMENTE PUEDEN SER COMPLEMENTARIAS Y OPUESTAS A LA VEZ): LA FUNCIÓN DE ACUMULACIÓN O REGENERACIÓN DEL CAPITAL Y LA DE LEGITIMACIÓN. ESTAS FUNCIONES SE REFIEREN A QUE EL ESTADO DEBE CREAR Y MANTENER CONDICIONES FAVORABLES A LA ACUMULACIÓN DE CAPITAL, ASÍ COMO TAMBIÉN CREAR Y MANTENER LAS CONDICIONES NECESARIAS PARA LOGRAR UNA SITUACIÓN DE ARMONÍA SOCIAL, (O "BUENAS RELACIONES DE PRODUCCIÓN").

ESTAS RELACIONES SE LOGRAN CONCRETAR POR MEDIO DE LOS GASTOS ESTATALES: YA BIEN EXPRESADOS COMO CAPITAL SOCIAL, YA BIEN COMO GASTO SOCIAL (RUBROS QUE CORRESPONDEN A LA FUNCIÓN DE ACUMULACIÓN Y A LA DE LEGITIMACIÓN, RESPECTIVAMENTE).

EL CAPITAL SOCIAL, QUE CONTRIBUYE A UN INCREMENTO INDIRECTO DE PLUSVALÍA, SE DIVIDE EN DOS CLASES: INVERSIÓN SOCIAL Y CONSUMO SOCIAL.

EN CUANTO A LOS GASTOS SOCIALES, ESTOS SON CONSIDERADOS COMO LOS PROYECTOS Y SERVICIOS NECESARIOS PARA EL MANTENIMIENTO DE LA ARMONÍA EN LOS ÓRdenes SOCIAL Y POLÍTICA, LO QUE SE TRADUCE EN PAZ SOCIAL, ES DECIR, LOS MEDIOS PARA QUE EL ESTADO -- PUEDA CUMPLIR CON SU FUNCIÓN LEGITIMADORA; Y NO PUEDEN CONSIDERARSE COMO PRODUCTIVOS NI EN FORMA INDIRECTA.

PUESTO QUE EL ESTADO CAPITALISTA POSEE UN CARÁCTER DUAL Y CONTRADICTORIO, LA MAYORÍA DE LOS SECTORES DE LA ADMINISTRACIÓN ESTATAL SE ENCUENTRAN COMPROMETIDOS EN LA ACUMULACIÓN Y EN LA LEGITIMACIÓN.

EL COMPLEJO CARÁCTER SOCIAL DE LOS GASTOS ESTATALES NO IMPIDE DETERMINAR A QUÉ FUERZAS POLÍTICO-ECONÓMICAS RESPONDE CUALQUIER ACCIÓN COMPRENDIDA POR EL ESTADO.

POR OTRA PARTE, EL CRECIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DEL ESTADO ES EN FORMA SIMULTÁNEA CAUSA Y EFECTO DE LA EXPANSIÓN DEL CAPITAL MONOPOLISTA. Y ESTA EXPANSIÓN CONLLEVA DESAJUSTES ECONÓMICOS TALES COMO: DESEMPLEO, POBREZA, ENTRE OTROS. Y ES ENTONCES CUANDO LA PRESENCIA DEL ESTADO SE MANIFIESTA NECESARIA PARA SATISFACER LAS DISTINTAS DEMANDAS DE LAS "VÍCTIMAS" DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO, ASEGURANDO ASÍ LA LEALTAD DE LAS MASAS Y AL MISMO TIEMPO MANTENER SU LEGITIMIDAD.

TANTO LA ACUMULACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL COMO LA DE LOS GASTOS SOCIALES SE DA DENTRO DE UN MARCO POLÍTICO; ADEMÁS EXISTE UNA MARCADA TENDENCIA DE LOS GASTOS ESTATALES A INCREMENTARSE MÁS RÁPIDAMENTE QUE LOS MEDIOS PARA FINANCIARLOS; TODO ELLO -- TIENDE HACIA LA GENERACIÓN DE CRISIS ECONÓMICAS, SOCIALES Y POLÍTICAS.

EL CARÁCTER CONTRADICTORIO DEL ESTADO CAPITALISTA ACTUAL -- QUEDA MANIFIESTO POR SU DOBLE PAPEL: PROMUEVE LA ACUMULACIÓN CAPITALISTA PRIVADA A TRAVÉS DEL CAPITAL SOCIAL, LO CUAL, A SU -- VEZ, REQUIERE LA EXTENSIÓN DEL GASTO SOCIAL PARA SUBSANAR LOS COSTOS SOCIALES DE LA ACUMULACIÓN.

EL ESTADO SE VE OBLIGADO A HACERSE CARGO, EN FORMA PERMA--

NENTE, DE LOS COSTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES DE LA ACUMULACIÓN PARA PODER CONSERVAR ASÍ SU CAPACIDAD PARA ASEGURAR EL CONSENSO - POLÍTICO E IDEOLÓGICO. O'CONNOR REFRENDA ESTA ASIGNACIÓN CON SU POSTURA "ME HE APARTADO DEL MARXISMO TRADICIONAL AL SOSTENER -- QUE LOS GASTOS SOCIALES SON EL PRECIO QUE EL ESTADO HA DE PAGAR PARA OBTENER EL CONSENSO POLÍTICO Y LA LEGITIMACIÓN"^{3/}. CONSENSO Y LEGITIMACIÓN QUE RESULTAN INHERENTES A LA INTEGRACIÓN SOCIAL Y QUE PUEDEN INTERACTUAR CON LA CRISIS DEL SISTEMA.

LA EXPANSIÓN DE LOS BENEFICIOS^{4/} PRESUPONE LA LEGITIMACIÓN Y LA HEGEMONÍA QUE FOMENTAN LA INTEGRACIÓN SOCIAL (UNA VEZ LOGRADA LA COHERENCIA IDEOLÓGICA INTERNA).

ENTENDIÉNDOSE POR LEGITIMACIÓN LAS FORMAS DE JUSTIFICACIÓN QUE UTILIZA EL ESTADO PARA OCULTAR SUS PROPÓSITOS Y A LA VEZ GENERAR APOYOS DENTRO DEL ESQUEMA DE ACUMULACIÓN CAPITALISTA.

EN VIRTUD DEL DESARROLLO CAPITALISTA, LOS BENEFICIOS OBTENIDOS POR UNOS CUANTOS SE PRODUCEN A EXPENSAS DEL DETERIORO EN LA SITUACIÓN DE UNA MAYORÍA. TAL DESEQUILIBRIO NO PUEDE SER OBSERVADO EN FORMA PASIVA POR EL ESTADO, YA QUE PONDRÍA EN PELIGRO SU FUNCIÓN LEGITIMADORA, SU PROPIA ESTABILIDAD. ENTONCES RECURRE A MECANISMOS DE TRANSFERENCIA PARA CONTRARRESTAR EN CIERTA MEDIDA ESOS EFECTOS.

UNO DE LOS DESEQUILIBRIOS ECONÓMICO-SOCIALES QUE OCASIONAN LA DESENFRENADA ACUMULACIÓN DE CAPITAL Y LAS INNOVACIONES TECNOLÓGICAS ES LA REPRODUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES EN LA DISTRIBUCIÓN DE LA RIQUEZA. Y POR OTRO LADO, LA ESCASEZ Y EL EXCEDENTE DE LOS BIENES DE CONSUMO SE MANIFIESTA EN DESEQUILIBRIOS SOCIALES. ESTA PROBLEMÁTICA REQUIERE DE LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO, - MEDIANTE EL ESTABLECIMIENTO DE SUBSIDIOS PERMANENTES EN BENEFICIO DE LAS CLASES MARGINADAS, PARA ATENUAR LOS EFECTOS ATRIBUIBLES AL CRECIMIENTO DEL CAPITAL MONOPOLISTA, PROCURANDO CON ELLO LA ESTABILIDAD Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICOS. EN ESTE SENTIDO, EL PRESUPUESTO ESTATAL PUEDE CONSIDERARSE COMO UN COMPLEJO MECANISMO CUYA FINALIDAD ES LA REDISTRIBUCIÓN DE LA RENTA DENTRO DE LA CLASE TRABAJADORA Y CON ESTO MANTENER LA CONCORDANCIA SOCIO-PO-

LÍTICA AL TIEMPO QUE ACELERA LA ACUMULACIÓN E INCREMENTA LOS BENEFICIOS DEL SECTOR MONOPOLISTA.

LA CLAVE PARA COMPRENDER EL MECANISMO DE LA AYUDA QUE PROCURA EL ESTADO A LAS CLASES EXPLOTADAS RADICA EN LAS FUNCIONES QUE DESEMPEÑA CON RESPECTO AL ORDEN ECONÓMICO Y POLÍTICO. ESTAS POLÍTICAS DE APOYO, SUELEN SER DE CARÁCTER EXPANSIVO Y SU OBJETIVO PRINCIPAL ES EL DE MANTENER EL ORDEN CIVIL (EN FORMA INDIRECTA, NO REPRESIVA).

POR CONSIGUIENTE, LAS CLASES MARGINADAS DEPENDEN CADA VEZ MÁS DEL ESTADO, PARA SATISFACER SUS NECESIDADES Y COMPLETAR SUS INGRESOS, YA SEA EN FORMA DIRECTA POR LAS LEYES DEL SALARIO MÍNIMO, O BIEN INDIRECTAMENTE A TRAVÉS DE LA ASISTENCIA Y LOS SERVICIOS SOCIALES.

EN OTRAS PALABRAS: SE FUERZA AL TRABAJADOR A SEGUIR DESEMPEÑANDO SU PAPEL DENTRO DEL SISTEMA Y A LA VEZ A DEPENDER CADA VEZ MÁS DEL CAPITAL Y, A LA POSTRE, DEL ESTADO.

EL CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN MARGINADA Y SU ESCASO PODER ADQUISITIVO REQUIERE DE LA INSTRUMENTACIÓN, POR PARTE DEL ESTADO, DE PROGRAMAS SOCIALES QUE EN CIERTA MEDIDA COMPENSAN LOS DESEQUILIBRIOS QUE PROVOCA LA EXPANSIÓN CAPITALISTA. TRADUCIENDOSE ELLO COMO UNA FORMA SUTIL DE CONTROL POLÍTICO QUE EVITE DESÓRDENES SOCIALES Y POLÍTICOS.

POR CONSIGUIENTE SE DEDUCE QUE TANTO LA POBREZA COMO LOS PROGRAMAS ESTATALES DE AYUDA SON CARACTERÍSTICAS INHERENTES A LA EXPANSIÓN CAPITALISTA. ES DECIR, EL CAPITALISMO ES "[...]" EN PARTE, LA HISTORIA DE INDUSTRIAS Y DE REGIONES ENTERAS QUE SE HAN IDO EMPOBRECIENDO ECONÓMICAMENTE COMO CONSECUENCIA DE -- LOS AVANCES TÉCNICOS Y DE LAS FUERZAS DEL MERCADO; "[...]"^{5/}.

EL DESARROLLO ECONÓMICO ESPECÍFICO DE UNA ZONA O REGIÓN ES FACTOR DETERMINANTE PARA DETERMINAR LA PROPORCIÓN DE LOS GASTOS DE BIENESTAR SOCIAL.

LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE LOS PROGRAMAS SOCIALES AMERITA

LA CREACIÓN DE NUEVOS ORGANISMOS ESTATALES O EL CRECIMIENTO DE LOS YA EXISTENTES, Y BAJO ESTA LÓGICA NOS PODRÍAMOS EXPLICAR LA EXPANSIÓN DEL SECTOR PÚBLICO O PARAESTATAL.

LA AYUDA EN GENERAL QUE PRESTA EL ESTADO SE TRADUCE EN UN MECANISMO DE LEGITIMACIÓN QUE TRATA DE COMPENSAR EL DESEQUILIBRIO PRODUCIDO POR LA ACUMULACIÓN CAPITALISTA.

LAS POLÍTICAS PROTECCIONISTAS QUE ADOPTA AL FINAL DE CUENTAS NO SÓLO TIENEN COMO FIN ÚLTIMO RESGUARDAR A LAS CLASES MARGINADAS DE LOS EFECTOS ARRIBA MENCIONADOS Y AL MISMO TIEMPO LEGITIMARSE Y ALCANZAR LA ESTABILIDAD, SINO MÁS BIEN, PROMOVER EL DESARROLLO DEL SISTEMA CAPITALISTA EN SU CONJUNTO.

EL ESTADO SE CONVIERTE ENTONCES EN UN GRAN APARATO LEGITIMADOR DENTRO DEL SISTEMA CAPITALISTA CONTEMPORÁNEO, QUE PROCURE LA MEDIATIZACIÓN DE TODO TIPO DE PROTESTAS POLÍTICAS Y ECONÓMICAS. LA ÚNICA FUENTE DE LEGITIMACIÓN DEL ESTADO CONTEMPORÁNEO - EN SU PAPEL DE "PROTECTOR" RADICA EN LOS CRECIENTES GASTOS ESTATALES, YA QUE EL APARATO ESTATAL SE APOYA EN ÉSTOS PARA PODER OFRECER BIENES Y SERVICIOS INDISPENSABLES CUANDO ESTÁ OCURRIENDO UNA REDUCCIÓN DRÁSTICA DEL ESTÁNDAR DE VIDA DE LAS CLASES TRABAJADORAS, Y CON ELLO VINCULAR SU LEGITIMACIÓN Y EL CONSENSO POLÍTICO.

EL CAPITAL MONOPOLISTA ESTÁ PREDISPUERTO A QUE EL ESTADO - SUFRAGUE LOS COSTOS Y GASTOS SOCIALES QUE GENERA SU ACTIVIDAD. EN ESTE CONTEXTO, LAS NECESIDADES DE ACUMULACIÓN Y LEGITIMACIÓN OPERAN IMPULSANDO EL INCREMENTO DE LOS GASTOS PÚBLICOS.

PARA FINANCIAR LOS CRECIENTES GASTOS PÚBLICOS CON LOS QUE SE VE COMPROMETIDO, EL ESTADO RECURRE YA SEA A UNA REFORMULACIÓN TRIBUTARIA, A LA DEUDA PÚBLICA, O BIEN, A LA CREACIÓN DE EMPRESAS ESTATALES.

PARA LOS FINES DE ESTA INVESTIGACIÓN NOS CENTRAREMOS A ESTA ÚLTIMA FORMA DE FINANCIAMIENTO ESTATAL Y A LA PROBLEMÁTICA QUE CONLLEVA.

A RASGOS GENERALES SE PUEDE AFIRMAR QUE LA FINALIDAD Y RESULTADOS ÚLTIMOS DE LA EMPRESA PARAESTATAL SON FAVORECER EL BENEFICIO PRIVADO. EN PALABRAS DE O'CONNOR: "[...] LA EMPRESA - PARAESTATAL SUELE ESTABLECER UNA ALIANZA ENTRE EL ESTADO Y EL CAPITAL MONOPOLISTA, Y SU ADMINISTRACIÓN ESTÁ ORIENTADA A ACELERAR LA ACUMULACIÓN DE CAPITAL EN EL SECTOR MONOPOLISTA, [...]"^{6/}. DE AQUÍ PODEMOS DESPRENDER QUE EL DESARROLLO DEL SECTOR PARAESTATAL NO OFRECE COMO RESULTADO GRANDES EXCEDENTES QUE PUDIERAN CONLLEVAR UNA REDUCCIÓN DE IMPUESTOS O DE PRECIOS, SINO POR EL CONTRARIO OCASIONA UN MAYOR ENDEUDAMIENTO ESTATAL Y UN INCREMENTO DE LA DEPENDENCIA FISCAL DEL ESTADO. AFIRMACIÓN QUE SE SUSTENTA EN BASE A QUE LAS EMPRESAS MONOPÓLICAS (INSTAURADAS POR NACIONALIZACIÓN O EXPROPIACIÓN) QUE EL ESTADO CREA DEBERÍAN PROCURAR EXCEDENTES SUFICIENTES PARA FINANCIAR LOS GASTOS PÚBLICOS - GENERALES, DADO QUE DENTRO DEL SECTOR MONOPOLISTA LA TASA DE BENEFICIOS ES RELATIVAMENTE ALTA Y ESTABLE.

COMPLEMENTANDO ESTA IDEA CON EL ARGUMENTO DE O'CONNOR REFERENTE A QUE: "[...] EL SECTOR NACIONALIZADO PRODUCE LOS ARTÍCULOS Y SERVICIOS QUE NO PRODUCE LA INDUSTRIA PRIVADA. ADEMÁS, SU MINISTRA ESTOS BIENES Y SERVICIOS EN UNAS CONDICIONES MUY FAVORABLES PARA EL SECTOR PRIVADO, [...]". ESTO SIGNIFICA QUE LA INDUSTRIA PRIVADA ES EL PRINCIPAL BENEFICIARIO DEL SECTOR NACIONALIZADO, PUESTO QUE LE PROPORCIONA LOS PRODUCTOS Y LOS SERVICIOS BÁSICOS QUE NECESITA"^{7/}.

POR ÚLTIMO, O'CONNOR AFIRMA QUE EL DOMINIO ECONÓMICO OTORGA A LA CLASE QUE LO DETENTA EL DOMINIO IDEOLÓGICO, ES DECIR, EL SISTEMA LEGAL ESTÁ BASADO EN LOS INTERESES DEL CAPITAL.

IAN GOUGH. ESTE AUTOR RETOMA LA TEORÍA DE O'CONNOR Y AL INTERPRETARLA REVIERTE SUS PROPIOS PUNTOS DE VISTA. CONSIDERA QUE SON CONTRADICTORIAS LAS FUNCIONES DEL ESTADO: AL APORTAR A LA ACUMULACIÓN PRIVADA DE CAPITAL Y AL MISMO TIEMPO AL LEGITIMAR SUS RELACIONES SOCIALES. Y ESPECIFICA QUE "[...] LOS GASTOS DEL ESTADO HAN SIDO FUNCIONALES A LA MANTENCIÓN DE LA ESTABILIDAD SOCIAL Y POLÍTICA DESDE LA GUERRA, EN EL FORTALECIMIENTO DE LA INVERSIÓN PRIVADA, [...]"^{8/}.

PARA ÉL LA DILATACIÓN DE LOS GASTOS ESTATALES SE ENCUENTRA EXPRESADA EN EL GRAN PESO POLÍTICO-ECONÓMICO DEL ESTADO CAPITALISTA MODERNO. TAMBIÉN CONSIDERA PRUDENTE DARLE EL PESO NECESARIO AL PAPEL DE LA LUCHA DE CLASES EN LA CONFORMACIÓN DE LOS GASTOS ESTATALES, ESPECIALMENTE LOS SOCIALES.

EN CUANTO A LA AUTONOMÍA RELATIVA DEL ESTADO OPINA QUE ÉSTA VARÍA CON RESPECTO DE LAS ESTRUCTURAS QUE CARACTERICEN A DETERMINADA FORMACIÓN SOCIAL, ASÍ COMO CON RESPECTO DE LAS CLASES POLÍTICAMENTE DOMINANTES DE CADA FORMACIÓN SOCIAL. LA INCAPACIDAD DE LAS CLASES CAPITALISTAS PARA ORGANIZARSE COMO FUERZA POLÍTICA ES LO QUE DETERMINA QUE EL ESTADO INTERVENGA Y EJERZA SU HEGEMONÍA POLÍTICA^{9/}. ADEMÁS GOUGH SOSTIENE QUE EL ESTADO PARTICIPA DECISIVAMENTE EN LA NEUTRALIZACIÓN POLÍTICA DE LAS CLASES DOMINADAS AL ERIGIRSE COMO EL REPRESENTANTE DE LOS INTERESES GENERALES DE LA SOCIEDAD. RESUMIENDO SUS IDEAS ENCONTRAMOS QUE EL ESTADO CAPITALISTA ACTÚA SIMULTÁNEAMENTE PARA ORGANIZAR A LAS CLASES DOMINANTES COMO FUERZA POLÍTICA Y PARA DESORGANIZAR POLÍTICAMENTE A LAS CLASES DOMINADAS. SIN EMBARGO, ESTAS DOS ACCIONES REQUIEREN SU AUTONOMÍA CON RESPECTO DE LA PROPIA CLASE DOMINANTE. POR LO TANTO, LA AUTONOMÍA RELATIVA DEL ESTADO CAPITALISTA ES UNA CARACTERÍSTICA DETERMINADA ESTRUCTURALMENTE.

LOS SERVICIOS SOCIALES QUE CUBRE EL ESTADO CON FINES LEGÍTIMOS ABARCAN VARIAS CATEGORÍAS ECONÓMICAS: DESEMBOLSOS DIRECTOS EN BIENES Y SERVICIOS CORRIENTES (EDUCACIÓN, SALUD), GASTOS DE CAPITAL (ESCUELAS), TRANSFERENCIAS Y SUBSIDIOS (ALIMENTOS, VIVIENDA).

UN ACERCAMIENTO DE LA TEORÍA AL CASO DEL CAPITALISMO DEL SUBDESARROLLO.

SONNTAG FORMULA UNA TEORÍA TENDIENTE AL ESTUDIO DEL ESTADO CAPITALISTA SUBDESARROLLADO.

SUS CONSIDERACIONES PRINCIPALES SON:

EL ESTADO ES UN FACTOR DE REGULACIÓN QUE TIENDE HACIA EL EQUILIBRIO GLOBAL DEL SISTEMA.

EN EL CAPITALISMO DEL SUBDESARROLLO LA DOMINACIÓN ES ASIGNADA A LA ESFERA POLÍTICA PERMANENTEMENTE Y ENTONCES LO POLÍTICO SERÁ EL NIVEL DECISIVO DENTRO DE LA ESTRUCTURA TOTAL. ESTO SIGNIFICA QUE, A LA POSTRE, LO ECONÓMICO CONFIERE A LO POLÍTICO EL PAPEL FUNDAMENTAL.

EL ESTADO DEL SUBDESARROLLO PRETENDE LOGRAR UNA IMÁGEN DE CONCILIADOR DE CONTRADICCIONES DE CLASES DENTRO DE UN ORDEN POLÍTICO FICTICIAMENTE IGUALITARIO^{10/}.

DEBIDO A SU SUJECCIÓN EXTERNA, LA ESFERA ECONÓMICA TIENE UN DÉBIL PODER DE DOMINACIÓN SOBRE LA ESTRUCTURA TOTAL Y POR ELLO LE ASIGNA A LA ESFERA POLÍTICA LA DOMINACIÓN PERMANENTE.

ES AQUÍ DONDE RADICA EL ÚNICO FACTOR DE COHESIÓN DEL CAPITALISMO DEL SUBDESARROLLO, SOBRE TODO CUANDO LA ESFERA IDEOLÓGICA ESTÁ SUBORDINADA. AL FORTALECIMIENTO DE LA RELATIVA AUTONOMÍA DE LO POLÍTICO CORRESPONDE LA ESTABILIDAD APARENTE DEL ESTADO.

EN EL CAPITALISMO DE LA PERIFERIA LAS RELACIONES Y LAS LUCHAS ENTRE LAS CLASES TIENEN LUGAR SIEMPRE EN LA ESFERA POLÍTICA, SE CONVIERTEN EN LUCHAS POLÍTICAS QUE DEVIENEN DE LA LUCHA POR REIVINDICACIONES ECONÓMICAS.

LA SUJECCIÓN EXTERNA DE LO ECONÓMICO IMPIDE QUE LAS CLASES EXPLOTADAS ALCANCEN COSTOS DE REPRODUCCIÓN MÁS ELEVADOS DE LA FUERZA DE TRABAJO (NECESARIOS PARA EL MANTENIMIENTO DEL SISTEMA). EN EL CAPITALISMO SUBDESARROLLADO LAS CLASES EXPLOTADAS OCUPAN UNA POSICIÓN EN DESVENTAJA FRENTE A LAS DE LOS PAÍSES DESARROLLADOS.

LA ESTABILIDAD APARENTE DE LAS RELACIONES POLÍTICAS DENTRO DEL MARCO DEL CAPITALISMO SUBDESARROLLADO DEMUESTRA EL PODER QUE DETENTA EL ESTADO, ES DECIR, QUEDA MANIFIESTA LA DOMINACIÓN PERMANENTE DE LO POLÍTICO EN EL SENO DE LA ESTRUCTURA TOTAL.

POR ÚLTIMO SUBRAYAREMOS CON LAS PROPIAS PALABRAS DEL AUTOR QUE: "LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN TODAS LAS ESFERAS DE LA VI-

DA ES COMPLEMENTADA TAMBIÉN EN EL CAPITALISMO SUBDESARROLLADO - EN FORMA CRECIENTE CON SU INTERVENCIÓN EN LA ESFERA ECONÓMICA"^{11/}

CONSIDERACIONES COMPLEMENTARIAS PARA UN MEJOR ACERCAMIENTO.

LA INTERVENCIÓN ESTATAL, CUYA FINALIDAD YA SE HA APUNTADO HACIA LA REPRODUCCIÓN DE LA RELACIÓN DE EXPLOTACIÓN CAPITALISTA, SE MANIFIESTA BAJO LA FORMA DE "INTERVENCIÓN PÚBLICA" DE UN GOBIERNO DETERMINADO SOBRE LA ECONOMÍA Y LA SOCIEDAD. LAS FUNCIONES Y LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO ADQUIEREN ESPECIFICIDAD PROPIA Y MODALIDADES DIFERENTES DE ACUERDO A LA MECÁNICA CONCRETA DE LOS RÉGIMENES POLÍTICOS. TANTO LA FUNCIÓN DE LEGITIMACIÓN COMO LA DE ACUMULACIÓN SE ENCONTRARON SITUADAS A NIVEL DEL RÉGIMEN POLÍTICO. LOS RÉGIMENES POLÍTICOS CAPITALISTAS DESARROLLAN SU FUNCIÓN DE LEGITIMACIÓN MEDIANTE LA BÚSQUEDA PERMANENTE DEL CONSENSO SOCIAL.

LOS PAÍSES PERIFÉRICOS MODIFICAN SUS ESTRUCTURAS SOCIALES DEBIDO A SU CONTACTO ESTRECHO CON LOS PAÍSES CENTRALES. ESTO SE EXPLICA PORQUE LAS ECONOMÍAS SUBDESARROLLADAS HAN ATRAVESADO UN PROCESO DE INDUSTRIALIZACIÓN LIMITADO COMO RESULTADO DE LAS RELACIONES DE DEPENDENCIA/DOMINACIÓN CON LAS ECONOMÍAS DESARROLLADAS.

ASÍ, LA DEPENDENCIA ECONÓMICA DE LAS SOCIEDADES PERIFÉRICAS SE EXPRESA COMO INDEPENDENCIA POLÍTICA DE SUS RÉGIMENES POLÍTICOS, Y ÉSTOS NO REFLEJAN SU NATURALEZA CAPITALISTA EN ESAS CIRCUNSTANCIAS.

POR LO TANTO, LAS SOCIEDADES CAPITALISTAS SUBDESARROLLADAS ESTÁN PROPENSAS A LA CRISIS POLÍTICA, DADO DEL DESEQUILIBRIO -- EXISTENTE ENTRE SUS FUNCIONES DE ACUMULACIÓN Y LEGITIMACIÓN, COMO CONSECUENCIA DE LA IMPOSICIÓN DEL MODO DE PRODUCCIÓN CAPITALISTA DESDE AFUERA Y NO COMO RESULTADO DE UNA GESTACIÓN INTERNA EN BASE A CONDICIONES HISTÓRICO-MATERIALES CONCRETAS.

EXPRESADO EN UN RÉGIMEN POLÍTICO, EL ESTADO PRESENTA AUTONOMÍA RELATIVA FRENTE A LAS CLASES ANTAGÓNICAS (DOMINANTES Y DOMINADAS), ES DECIR, SE PRESENTA COMO UN APARATO DE PODER SITUADO

DO POR ENCIMA DE LA SOCIEDAD. AUNQUE SU ESENCIA REAL LO DETERMINE COMO LA ORGANIZACIÓN MATERIAL DE LA DOMINACIÓN DE CLASE.

LA AUTONOMÍA RELATIVA DE LOS REGÍMENES POLÍTICOS RESPONDA FUNDAMENTALMENTE AL DESEMPEÑO DE SU FUNCIÓN DE ACUMULACIÓN Y LA DELEGITIMACIÓN. LOS REGÍMENES POLÍTICOS DE LOS PAÍSES SUBDESARROLLADOS SON RELATIVAMENTE AUTÓNOMOS FRENTE AL CAPITAL Y AL TRABAJO, A SU ESTRUCTURA SOCIAL Y FRENTE A LOS ESTADOS CENTRALES.

LA BÚSQUEDA DEL CONSENSO DE LOS GOBIERNOS DE LAS SOCIEDADES CAPITALISTAS SUBDESARROLLADAS RESUME A FORMAS SISTEMATIZADORAS Y CODIFICADORAS DE LA OPINIÓN PÚBLICA, EN SUS DIFERENTES EXPRESIONES. ESTOS REGÍMENES POLÍTICOS DE CARÁCTER POPULISTA CORRESPONDEN A UNA DE LAS LLAMADAS "FORMAS DE ESTADO DE EXCEPCIÓN" DEL SISTEMA CAPITALISTA MUNDIAL.

ESTE ACERCAMIENTO NOS PERMITIRÁ VISUALIZAR EL FENÓMENO DENTRO DEL ÁMBITO DE LOS PAÍSES DEL SUBDESARROLLO, O SEA, CONTEXTUALIZARLO PARA LOGRAR LA COMPRENSIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS QUE LO DEFINEN, DE ACUERDO A LA ORIENTACIÓN QUE SE LE QUIERE DAR A ESTA INVESTIGACIÓN.

II. LA EMPRESA PUBLICA MEXICANA

NOTA INTRODUCTORIA.

LA CRECIENTE INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN LA ECONOMÍA^{12/} Y EN TODOS LOS ESPACIOS DE LA SOCIEDAD CONFIGURA EN MÉXICO LA LLAMADA "ECONOMÍA MIXTA", CUYA PIEDRA ANGULAR ES LA CREACIÓN Y EXPANSIÓN DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS.

POR ELLO SE HABLA DEL PAPEL ESTRATÉGICO QUE JUEGAN LAS EMPRESAS PÚBLICAS EN EL DESARROLLO DEL PAÍS Y DE LA SIGNIFICACIÓN SOCIO-POLÍTICA DEL RÉGIMEN DE ECONOMÍA MIXTA Y DE LA EMPRESA PÚBLICA COMO OPERATIVIZACIÓN DEL MISMO.

EL ORIGEN INSTITUCIONAL DEL SISTEMA, A LA LUZ DE LA CONSTITUCIÓN DE 1917, CONFIERE UN SENTIDO SOCIAL A LA PROPIEDAD Y ADMITE LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO PARA GARANTIZAR LOS DERECHOS DE LAS MAYORÍAS.

POR ELLO SE AFIRMA QUE LA LEGITIMIDAD DEL PODER PÚBLICO ES MEDIBLE EN FUNCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD DEL ESTADO Y DE SU EFICACIA PARA GUIAR, REGULAR Y PARTICIPAR EN EL PROCESO DE DESARROLLO ECONÓMICO-SOCIAL DEL PAÍS. EXISTE ADEMÁS CIERTA IDEA DE COMPLEMENTACIÓN ENTRE EL SECTOR PÚBLICO Y EL SECTOR PRIVADO.

TAMBIÉN ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE LAS FUNCIONES DE REGULACIÓN Y ABASTO DEL SECTOR PARAESTATAL SON BÁSICAS PARA LOGRAR LA ESTABILIDAD DEL SISTEMA POLÍTICO Y PARA EL CAMBIO SOCIAL ORDENADO.

ASÍ COMO ADEMÁS SE CONSIDERA A LAS EMPRESAS PÚBLICAS COMO UN FACTOR FUNDAMENTAL PARA ASEGURAR EL BIENESTAR COLECTIVO Y EL DESARROLLO INTEGRAL DEL PAÍS.

POR ÚLTIMO, EL SECTOR ASEGURA EL FORTALECIMIENTO DE LA AUTODETERMINACIÓN Y SOBERANÍA NACIONALES.

RESUMIENDO: "[...] EL MODELO MEXICANO POSTULA QUE EL CRECIMIENTO ECONÓMICO CON JUSTICIA SOCIAL IMPLICA NECESARIAMENTE LA ACCIÓN PROMOTORA Y ORDENADORA DEL ESTADO Y SU PARTICIPACIÓN DIRECTA EN EL PROCESO PRODUCTIVO Y DISTRIBUTIVO"^{13/}.

LA DEFINICION DE EMPRESA PUBLICA.

LA DEFINICIÓN DE EMPRESA PÚBLICA POSEE UNA NATURALEZA BIDIMENSIONAL EN CUANTO A SU CARÁCTER PÚBLICO Y EMPRESARIO^{14/}.

SU DIMENSIÓN PÚBLICA ESTÁ REFERIDA A LA PROPIEDAD Y CONTROL POR PARTE DE AUTORIDADES PÚBLICAS:

- ES PROPIEDAD DE AUTORIDADES PÚBLICAS, YA SEAN CENTRALES, ESTATALES O LOCALES, EN UN 50% O MÁS;
- EL CONTROL IMPLICA EL EJERCICIO DE LAS FUNCIONES DE DIRECCIÓN SUPERIOR POR PERSONAL DESIGNADO POR LAS AUTORIDADES PÚBLICAS PROPIETARIAS
- ADEMÁS, LA RAZÓN DE SER DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS DEBE RESPONDER AL INTERÉS PÚBLICO, ES DECIR, ES CREADA PARA EL LOGRO DE UN CONJUNTO DEFINIDO DE PROPÓSITOS PÚBLICOS DE CARÁCTER MULTIDIMENSIONAL (DENOMINADA SU MISIÓN ESTRATÉGICA)
- EN CONSECUENCIA SE COLOCA BAJO UN RÉGIMEN DE RESPONSABILIDAD PÚBLICA.

EN CUANTO A SU DIMENSIÓN EMPRESARIA, SE CARACTERIZA POR:

- SU CAMPO DE ACTIVIDAD ES NETAMENTE MERCANTIL (O DE NEGOCIOS)
- IMPLICA LA CONSIDERACIÓN DE LA RENTABILIDAD QUE CARACTERIZA A CUALESQUIER EMPRESA O POR LO MENOS UN MÍNIMO RETORNO SOBRE LA INVERSIÓN.
- COMERCIALIZAR (PONER EN EL MERCADO) SUS PRODUCTOS EN FORMA - DE BIENES Y SERVICIOS.

ESTA CONCEPTUALIZACIÓN SE REQUIERE PARA DEMARCAR LOS LÍMITES DEL SECTOR PARAESTATAL Y ARTICULAR SOBRE ESA BASE CONCRETA LAS POLÍTICAS PÚBLICAS QUE LO GOBIERNAN Y LAS ESTRATEGIAS PARA CADA EMPRESA. SE TRATA DE UNA PRIMERA APROXIMACIÓN AL FENÓMENO DE EMPRESA PÚBLICA.

SU INSERCIÓN A CONTEXTOS NACIONALES.

AL ADOPTAR UN ENFOQUE CONTINGENTE PODEMOS ACERCARNOS MÁS -

AÚN A LA EXPLICACIÓN DEL FENÓMENO DE LA EMPRESA PÚBLICA, EN EL SENTIDO DE SU ACTIVIDAD Y ADECUACIÓN A CONTEXTOS ESPECÍFICOS DE SU APLICACIÓN. POR LO TANTO SE ACEPTA COMO UN HECHO QUE LA INTENSIDAD Y EXTENSIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA PÚBLICA ESTÁN CONDICIONADAS POR LOS ENFOQUES SOCIO-POLÍTICOS Y POR LA NATURALEZA DE LOS CONTEXTOS SOCIO-ECONÓMICOS, LOS CUALES DIFIEREN DE UN PAÍS EN VÍAS DE DESARROLLO A OTRO, POR LO QUE LA CONCEPCIÓN DE EMPRESA PÚBLICA SE DETERMINA DENTRO DEL MARCO POLÍTICO, SOCIAL, CULTURAL E IDEOLÓGICO DE CADA CONTEXTO NACIONAL.

POR SU PARTE, LOS ENFOQUES MARXISTAS MUESTRAN LAS CAUSAS - NECESARIAS DEL ORIGEN DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS EN EL CONTEXTO - DE LA AMPLIACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL ESTADO EN LOS PAÍSES CAPITALISTAS SUBDESARROLLADOS Y DEPENDIENTES.

SIN DEJAR DE CONSIDERAR QUE EXISTE UNA MARCADA INFLUENCIA DE LA SITUACIÓN QUE PREVALECE EN LOS PAÍSES DESARROLLADOS HACIA LOS DEPENDIENTES CON RESPECTO A LA TEORÍA Y ESTRUCTURACIÓN REAL DE LOS SECTORES DE EMPRESAS PÚBLICAS.

EN LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS CON SISTEMAS DE RELATIVA DEMOCRÁTICA LA CONTROVERSIA SOBRE LAS EMPRESAS PÚBLICAS SE HA POLITIZADO E IDEOLOGIZADO TOTALMENTE, A NIVEL TEÓRICO. EN LA PRÁCTICA LA DEFINICIÓN DEL TAMAÑO, LA NATURALEZA Y EL ALCANCE DEL SECTOR SE HAN CONVERTIDO EN EL CAMPO DE LA LUCHA POR EL CONTROL DE LOS APARATOS DEL ESTADO (EN ESTE CASO DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS)^{15/}.

SU ADECUACION AL CONTEXTO MEXICANO.

EN EL PROCESO HISTÓRICO QUE CONLLEVA LA EVOLUCIÓN DEL ESTADO MEXICANO SE AMPLÍA SU ESPACIO JURÍDICO, POLÍTICO Y ECONÓMICO TRADICIONAL, REFLEJÁNDOSE ESTA AMPLIACIÓN EN LA CREACIÓN DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS, QUE ANTAÑO YA FUERA EN FORMA TEÓRICA O FORMAL QUEDABAN EXCLUÍDAS DEL ESQUEMA ESTATAL.

EL SURGIMIENTO DEL SECTOR PARAESTATAL MEXICANO SE APOYA EN DISPOSICIONES CONSTITUCIONALES QUE REFRENDAN Y JUSTIFICAN LA VOCACIÓN SOCIAL DEL ESTADO MEXICANO, OTORGÁNDOLE SUSTANTIVIDAD JU

RÍDICA A LA ECONOMÍA MIXTA^{16/}.

PODEMOS ENCONTRAR UNA CARACTERIZACIÓN SUSTANTIVA DE LA EMPRESA DENTRO DEL CONTEXTO MEXICANO EN LA SIGUIENTE AFIRMACIÓN: "CUANDO LA NACIÓN REASUME EL DOMINIO DIRECTO DE ALGUNOS BIENES, CUANDO INTERFIERE EL CURSO NORMAL, COMPETITIVO DE LAS UNIDADES INDUSTRIALES O MERCANTILES, CUANDO RESUELVE PLANES Y PROGRAMAS DE DESARROLLO Y POR TODO ESO [...] HACE APARECER UNA ENTIDAD A CARGO DE LA ADMINISTRACIÓN [...], ESTABLECE E IMPULSA UN -- NUEVO ÁMBITO JURÍDICO [...]"^{17/}.

PARA COMPLEMENTAR LA CARACTERIZACIÓN ANTERIOR SE PROPONE -- LA SIGUIENTE: "[...] SE TRATA DE UNA ENTIDAD ECONÓMICA PERSONIFICADA EN LA QUE EL ESTADO HA CONTRIBUIDO CON CAPITAL POR RAZONES DE INTERÉS PÚBLICO, SOCIAL O GENERAL"^{18/}.

PARA LOGRAR UN ANÁLISIS ÍNTEGRO DE LA INSERCIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA EN EL CONTEXTO MEXICANO SE REQUIERE ADEMÁS CONSIDERAR SUS ORÍGENES, SU IMPORTANCIA ECONÓMICA Y SU SIGNIFICACIÓN SOCIOPOLÍTICA.

RAZONES DEL SURGIMIENTO Y DESARROLLO DEL SECTOR PARAESTATAL EN MEXICO.

LAS CAUSAS DETERMINANTES PARA EL SURGIMIENTO Y ACTUAL CONFORMACIÓN DEL SECTOR PARAESTATAL MEXICANO DEBEN ANALIZARSE A -- PRIORI DESDE PERSPECTIVAS ECONÓMICAS Y/O POLÍTICAS. LAS EXPLICACIONES DEBEN ENMARCARSE DENTRO DEL CONOCIMIENTO DE LA REALIDAD HISTÓRICA E INSTITUCIONAL DEL FENÓMENO.

LA INTERVENCIÓN DIRECTA DEL ESTADO EN LA ECONOMÍA PUEDE VISUALIZARSE EN NUESTRO PAÍS COMO UN PROCESO ACUMULATIVO POST-REVOLUCIONARIO QUE VA ABARCANDO CAMPOS DE ACTIVIDAD CADA VEZ MÁS AMPLIOS:

- EN LAS DÉCADAS DE LOS AÑOS VEINTE Y TREINTA SE CREA LA INFRAESTRUCTURA ECONÓMICA Y FINANCIERA BÁSICA PARA EL DESARROLLO (BANCO DE MÉXICO, NAFINSA, CFE, FERRONALES Y PEMEX, ENTRE -- OTROS).

- EN LAS DÉCADAS DE LOS AÑOS TREINTA Y CUARENTA SE INICIA O SE EXPANDE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS SOCIALES (IMSS) Y COMIENZA LA REGULACIÓN DEL MERCADO DE PRODUCTOS BÁSICOS (CON LA -- CREACIÓN DE LOS ALMACENES NACIONALES DE DEPÓSITO Y LOS ANTECEDENTES DE LA ACTUAL CONASUPO).
- EN LOS AÑOS CUARENTAS SE INICIA LA EXPANSIÓN INDUSTRIAL DEL SECTOR PARAESTATAL Y SU DIVERSIFICACIÓN SE ACENTÚA EN LOS -- CINCUENTAS (AHMSA, DINA, ENTRE OTROS)
- EN LOS AÑOS SESENTAS SE ACENTÚA LA DIVERSIFICACIÓN EN LA INDUSTRIA MANUFACTURERA (AL TOMAR A SU CARGO EL ESTADO LA SO-- CIEDAD MEXICANA DE CRÉDITO INDUSTRIAL -- AHORA SOMEX --)
- PARA LA DÉCADA DE LOS OCHENTAS LAS EMPRESAS PÚBLICAS GENERAN Y PRODUCEN TODOS LOS ENERGÉTICOS, LLEVAN A CABO TODO EL TRANSPORTE AÉREO Y FERROVIARIO, ASÍ COMO TODOS LOS SERVICIOS DE -- COMUNICACIONES, PRODUCEN MÁS DEL 60% DEL ACERO Y EL 15% DE -- LAS MANUFACTURAS A PARTIR DE 1982 ABARCAN LA TOTALIDAD DE LA BANCA .

ASÍ PODEMOS TENER UNA IDEA DE LA DIVERSIDAD DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN QUE TIENE INGERENCIA EL ESTADO MEXICANO. RESUMIENDO LAS RAZONES DEL DESARROLLO DEL SECTOR PARAESTATAL MEXICANO, ENCONTRAMOS LAS SIGUIENTES:

- APOYO A PLANES GUBERNAMENTALES (PARA GARANTIZAR EL CUMPLI--- MIENTO DE OBJETIVOS ECONÓMICOS Y SOCIALES)
- MANTENIMIENTO Y/O FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA POLÍTICO
- CREAR UNA ECONOMÍA MIXTA PLANIFICADA.

LAS RAZONES Y CIRCUNSTANCIAS DE LA CREACIÓN DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS MOLDEAN SUS OBJETIVOS, SU ESTRUCTURA Y SU COMPORTAMIENTO. Y DE ESAS CIRCUNSTANCIAS RESULTA EN FORMA EXPLÍCITA SU MI-- SIÓN ESTRATÉGICA, CONDICIONADA POR LAS RAZONES DE SU CREACIÓN.

ENTONCES HABRÍA DOS RAZONES GENERALES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS PÚBLICAS: 1) LA VOLUNTAD DE INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN DETERMINADAS ACTIVIDADES (DE MANERA PLANEADA) PARA IMPLEMENTAR POLÍTICAS PÚBLICAS ENMARCADAS EN LA LÓGICA DE LA DENOMINADA ECO

NOMÍA MIXTA. 2) LA NECESIDAD DE RESPUESTAS ADAPTATIVAS (DE MANE-
RA NO PLANEADA) ANTE ACONTECIMIENTOS CRÍTICOS, CAMBIOS EN LA SO-
CIEDAD Y DEMANDAS PÚBLICAS.

TIPOLOGÍAS Y CLASIFICACION DE EMPRESAS PUBLICAS.

UNA SEGUNDA APROXIMACIÓN AL FENÓMENO DE LAS EMPRESAS PÚBLI-
CAS PODRÍA SUSTENTARSE EN LA LOCALIZACIÓN DE DIFERENCIAS AL IN-
TERIOR DEL SECTOR PARAESTATAL QUE ES ALTAMENTE HETEROGÉNEO, DA-
DA LA NATURALEZA DE LAS ORGANIZACIONES QUE LO INTEGRAN Y POR -
LA SITUACIÓN ESPECÍFICA DE CADA UNA DE ELLAS.

EN LOS SECTORES PARAESTATALES DE LOS PAÍSES SUBDESARROLLA-
DOS SE DISTINGUEN ORGANISMOS CON DIVERSOS OBJETIVOS, ESTRUCTU--
RAS ORGANIZATIVAS, POSICIONES EN LOS SISTEMAS DECISORIOS, ENCUA-
DRES LEGALES, CAMPOS DE ACCIÓN, TIPOS DE PRODUCTOS Y MERCADOS,
ASÍ COMO TAMBIÉN DISTINTA SIGNIFICACIÓN SOCIOPOLÍTICA.

PARA EMPRENDER UNA CLASIFICACIÓN GENERAL ES REQUISITO IN--
DISPENSABLE PARTIR DE LA EXISTENCIA DE CRITERIOS TANTO NORMATI-
VOS (QUE RESPONDAN AL "DEBER SER" DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS), CO-
MO #ÁCTICOS (QUE SE REMITEN A SITUACIONES DE HECHO, EL "SER" DE
LAS EMPRESAS PÚBLICAS).

SE PARTE DE CRITERIOS:

- JURÍDICOS:

- DE CONTROL

- DE OBJETIVOS ASIGNADOS:

- DE ORIGEN:

PARA ARRIBARA CLASIFICACIONES:

ORGANISMOS DESCENTRALIZADOS

EMPRESAS DE PARTICIPACIÓN ESTATAL

FIDEICOMISOS PÚBLICOS

REGULACIÓN Y PROMOCIÓN

INFRAESTRUCTURA

SERVICIOS BÁSICOS

DE NEGOCIOS

CIRCUNSTANCIAS Y LÓGICA DE SU CREA-
CIÓN

ORGANO DE CREACIÓN

- ECONÓMICOS:
 - RAMA DE ACTIVIDAD
 - { Industriales
 - { Comerciales
 - { De servicios
 - SITUACIÓN DE MERCADO
 - { Monopólicas
 - { Oligopólicas
 - { Competitivas
 - TIPO DE PRODUCTO Y TECNOLOGÍA
- FINANCIEROS:
 - SUBSIDIADAS
 - FINANCIADAS POR EL ESTADO MEDIANTE ENDEUDAMIENTO
 - FINANCIADAS POR EL ESTADO MEDIANTE CAPITALIZACIÓN
 - AUTOFINANCIADAS
- ADMINISTRATIVOS

EN ESTA TIPOLOGÍA ESTRATÉGICA PROPUESTA^{19/}, LO NORMATIVO Y LO FÁCTICO SE RELATIVIZAN Y SE MEZCLAN TANTO TEÓRICA COMO PRÁCTICAMENTE.

DE CADA CRITERIO PROPUESTO SE DERIVA UNA O MÁS CLASIFICACIONES DE EMPRESAS PÚBLICAS, Y CADA CLASIFICACIÓN AGRUPA VARIOS TIPOS DE EMPRESA^{20/}.

SE PROPONEN DOS CRITERIOS GLOBALIZADORES QUE CONTEMPLAN EL ÁREA DE ACTIVIDAD Y LA NATURALEZA ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA PÚBLICA, PARA CON ELLOS CONSTRUIR UNA MATRIZ TIPOLOGICA QUE NOS PERMITA SITUAR CUALQUIER EMPRESA PÚBLICA DE ACUERDO A SUS CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS Y PODER ASÍ INTERPRETAR EL PAPEL QUE JUEGAN DENTRO DEL CONTEXTO SOCIO-ECONÓMICO.

EL PRIMER CRITERIO COMPRENDE LAS: A) ACTIVIDADES INDUSTRIALES, B) COMERCIALES Y C) DE SERVICIOS (INCLUIDAS LAS BANCARIAS).

EN CUANTO AL SEGUNDO CRITERIO, ESTE SE DESAGREGA EN: 1) INFRAESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA Y SERVICIOS TRADICIONALES; 2) INDUSTRIA BÁSICA Y DE PUNTA; 3) SECTOR COMPETITIVO, DONDE LAS EMPRESAS PÚBLICAS SE ENCUENTRAN ORIENTADAS A UN MERCADO, O SEA, - LAS DEDICADAS A ACTIVIDADES INDUSTRIALES O COMERCIALES EN SITUACIÓN RELATIVAMENTE COMPETITIVA CON EMPRESAS PRIVADAS; 4) TRANS-

FERENCIA SOCIAL, EN DONDE SE RECONOCE EL CARÁCTER DE MECANISMOS DE TRANSFERENCIA DE INGRESO QUE TIENEN ALGUNAS EMPRESAS PUBLICAS QUE ACTÚAN EN FORMA MONOPÓLICA O COMPETITIVA Y A LAS QUE EL ESTADO IMPONE FUERTES RESTRICCIONES Y OBJETIVOS "NO EMPRESARIOS"^{21/}. DENTRO DE ESTE GRUPO PODEMOS IDENTIFICAR MISIONES TALES COMO: - PROVEER EMPLEO, EL DESARROLLO REGIONAL Y EL SUMINISTRO DE SERVICIOS Y SATISFACTORES BÁSICOS (SUBSIDIADOS) A SECTORES POPULARES MARGINADOS.

PARA UBICAR ALGUNAS EMPRESAS DEL SECTOR PARAESTATAL MEXICANA DENTRO DE LA MATRIZ TIPOLOGICA ES NECESARIO ESCLARECER EL CARÁCTER DOMINANTE DE SUS ACTIVIDADES Y MISIONES, DADO QUE ÉSTAS SUELEN SER MÚLTIPLES. ALGUNAS EMPRESAS PUEDEN LLEGAR A ABARCAR MÁS DE UNA COLUMNA PORQUE SU NATURALEZA ESTRATÉGICA ES BIDIMENSIONAL. POR EJEMPLO, EL CASO DE LOS TEXTILES Y CONASUPO CONSTITUYEN MECANISMOS DE TRANSFERENCIA DE SUBSIDIOS Y ADEMÁS CONCURREN A UN MERCADO DONDE LAS RELACIONES PREVALECIENTES SON COMPETITIVAS.

DE LA MATRIZ REFERIDA^{22/} SE OBTIENE UN TOTAL DE 12 CASILLAS QUE PODRÍAN CONSTITUIR LOS TIPOS DE EMPRESAS PUBLICAS DERIVADOS, PERO SI CONSIDERAMOS QUE ALGUNAS CASILLAS O TIPOS NO SON VÁLIDOS EN LA REALIDAD (POR EJEMPLO LA C-2) Y QUE TIENEN CABIDA SUPERPOSICIONES EN LA NATURALEZA ESTRATÉGICA DE LAS EMPRESAS PUBLICAS, ENTONCES DESECHAMOS LA POSIBILIDAD DE ENCONTRAR LOS 12 TIPOS PUROS DE EMPRESAS PUBLICAS, CONSIDERANDO ADEMÁS QUE ESTOS CONSTITUYEN UN FENÓMENO COMPLEJO Y MULTIDIMENSIONAL.

PARTIENDO DE ESTA PRIMERA CLASIFICACIÓN (LA MATRIZ TIPOLOGICA) PODEMOS IDENTIFICAR LOS SUBCONJUNTOS CORRESPONDIENTES AL TIPO I Y TIPO II DE EMPRESAS PUBLICAS.

EL TIPO I ESTÁ CONFORMADO POR EMPRESAS POR MEDIO DE LAS CUALES EL ESTADO PROMUEVE LA PRODUCCIÓN DE LOS BIENES MATERIALES NECESARIOS PARA GARANTIZAR LAS CONDICIONES GENERALES DE REPRODUCCIÓN DEL CAPITALISMO EN SU CONJUNTO. CONCRETANDO TENEMOS: ENTIDADES QUE PRESTAN LOS SERVICIOS PÚBLICOS TRADICIONALES, CUYA ACTIVIDAD SE ORIENTA A ASEGURAR LA REPRODUCCIÓN DEL SISTEMA,

AL PROVEER LA INFRAESTRUCTURA SOCIOECONÓMICA BÁSICA, Y QUE TIENDEN A SITUARSE EN CONDICIONES MONOPÓLICAS (FERRONALES, STC, CFE)

EL TIPO II (COMPLEJO E IMPURO) AGLOBA ORGANISMOS RELACIONADOS CON ACTIVIDADES MÁS RECIENTES DEL ESTADO, TENDIENTES A MEDIAR LAS CONTRADICCIONES QUE SE PRODUCEN EN EL PROCESO DE REPRODUCCIÓN DEL SISTEMA, AUMENTANDO LA AUTONOMÍA RELATIVA DEL ESTADO. ESTE TIPO COMPRENDE: EMPRESAS INDUSTRIALES Y COMERCIALES -- UBICADAS EN ÁMBITOS RELATIVAMENTE NUEVOS DE LA INTERVENCIÓN ESTATAL DIRECTA EN LA ECONOMÍA, REGIDAS POR UNA LÓGICA MÁS PRODUCTIVISTA Y MAXIMIZADORA QUE LAS DEL TIPO I, Y QUE TIENDEN A SITUARSE EN CONDICIONES MÁS COMPETITIVAS DE MERCADO.

TANTO AL TIPO I COMO AL TIPO II DE EMPRESAS PÚBLICAS SE LES PUEDE ASIGNAR MISIONES DE TRANSFERENCIA SOCIAL, DEPENDIENDO DE ESTO SU ÁREA DE SUPERPOSICIÓN DENTRO DE LA MATRIZ^{23/}.

TODAVÍA SE PUEDE DESAGREGAR ESTA CLASIFICACIÓN EN 2 SUBTIPOS DE EMPRESAS PRIVADAS: LAS DE AUTOSUFICIENCIA FINANCIERA Y LAS SUBSIDIADAS^{24/}.

MULTIPLICIDAD Y CONFLICTO DE OBJETIVOS.

PARA LAS EMPRESAS PÚBLICAS LA EXISTENCIA DE MÚLTIPLES OBJETIVOS Y SU CARÁCTER MUCHAS VECES INDETERMINADO TIENEN SU ORIGEN EN LA MISMA NATURALEZA DEL FENÓMENO Y EN LAS CIRCUNSTANCIAS TAN DIVERSAS DE SU CREACIÓN.

LAS RAZONES DEL SURGIMIENTO Y DESARROLLO DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS CONDICIONAN Y A VECES DETERMINAN TOTALMENTE SUS OBJETIVOS.

UNA ORIENTACIÓN FUNDAMENTAL QUE LA EMPRESA PÚBLICA REQUIERE ASUMIR EN LA RELACIÓN AUTONOMÍA/CONTROL ES LA DESCENTRALIZACIÓN. SIN ALGÚN GRADO DE DESCENTRALIZACIÓN LOS RESPONSABLES NO TENDRÍAN LAS ATRIBUCIONES NECESARIAS PARA SU DIRECCIÓN Y NO EXISTIRÍA PROPIAMENTE UNA EMPRESA, SINO DEPARTAMENTOS ADMINISTRATIVOS DEL GOBIERNO CENTRAL.

AL GOBIERNO LE CORRESPONDE DEFINIR LOS OBJETIVOS GENERALES DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS Y ESTOS DEBEN VISUALIZARSE COMO UN CONJUNTO DE PRIORIDADES CON UNA MÍNIMA COHERENCIA INTERNA, DE MANERA QUE LAS PROPIAS EMPRESAS PÚBLICAS Y LOS ORGANISMOS INTERMEDIOS DE COORDINACIÓN Y CONTROL DEL SECTOR PUEDAN TOMAR DECISIONES. ESTA TOMA DE DECISIONES ES LA QUE LOS JUSTIFICA COMO ENTIDADES SEPARADAS (PARAESTATALES) DE LOS APARATOS CENTRALES DEL ESTADO.

ES POR ELLO QUE RESULTA IMPORTANTE RESGUARDAR LA CAPACIDAD DE GESTIÓN Y EL GRADO DE DESCENTRALIZACIÓN NECESARIA PARA EL DESENVOLVIMIENTO DE CADA EMPRESA PÚBLICA.

CUANDO SE ESPECIFICAN LOS OBJETIVOS DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS DEBE CUIDARSE SU ARTICULACIÓN CON LAS POLÍTICAS SECTORIALES Y ÉSTAS A SU VEZ SE COORDINAN CON LAS POLÍTICAS PÚBLICAS GENERALES; PROCESO DEMASIADO COMPLEJO QUE A VECES RESULTA CONTRADICTORIO. ES IMPORTANTE SEÑALAR EL RECONOCIMIENTO DE OBJETIVOS SOCIO POLÍTICOS DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS, POR EJEMPLO OBJETIVOS DE TIPO SOCIAL (COMO LA GENERACIÓN DE EMPLEOS Y ELEVACIÓN DEL NIVEL DE VIDA) QUE COADYUVAN EL EQUILIBRIO DEL SISTEMA POLÍTICO.

EN MÉXICO "[...] TODAVÍA NO DEFINIMOS, CON FIJEZA, CÓMO CONTROLAR A LA EMPRESA PÚBLICA PARA QUE CONSERVE SU AUTONOMÍA Y FLEXIBILIDAD, Y AL MISMO TIEMPO, NO PULVERICE Y CONTRADIGA AL ESTADO"^{25/}. ESTA AFIRMACIÓN REVELA EL CARÁCTER CONTRADICTORIO.

A DIFERENCIA DE LAS EMPRESAS PRIVADAS, SUJETAS A LOS MECANISMOS DE MERCADO, LAS EMPRESAS PÚBLICAS ADEMÁS SON LOS MEDIOS DE INSTRUMENTACIÓN DE LAS POLÍTICAS SECTORIALES DEL ESTADO, POR LO QUE EXISTEN CIERTAS CONTRADICCIONES ENTRE SUS OBJETIVOS OPERATIVOS, SU MISIÓN ESTRATÉGICA Y SU FUNCIONALIDAD PARA EL SISTEMA GLOBAL^{26/}. POR LO QUE TAMBIÉN RESULTA CONFLICTIVO EL ESTABLECIMIENTO DE CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE RESULTADOS.

PROPONIENDO ENTONCES PARA SU ANÁLISIS 3 NIVELES:

1. LOS OBJETIVOS OPERATIVOS
2. LAS MISIONES ESTRATÉGICAS

3. FUNCIONALIDAD (SIGNIFICACIÓN POLÍTICO-IDEOLÓGICA)

1. OBJETIVOS OPERATIVOS.- LOS PODEMOS CONSIDERAR METAS, DADO QUE DE ESTA MANERA LOS OBJETIVOS PUEDEN SER RELATIVAMENTE CUANTIFICABLES Y PROGRAMABLES, Y ASÍ PODER UTILIZAR EL CRITERIO DE EFICIENCIA^{27/}.

AQUÍ ES DETERMINANTE EL TIPO DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA PÚBLICA EN RELACIÓN A SU PRODUCTO Y MERCADO, Y A LA TECNOLOGÍA UTILIZADA.

ESTOS OBJETIVOS DEBEN CONSTITUIRSE COMO MEDIOS PARA EL LOGRO DE LOS FINES ESTABLECIDOS (MISIONES ESTRATÉGICAS).

EL PRIMER NIVEL ESTÁ REFERIDO A LA EFICIENCIA Y RENTABILIDAD CON QUE OPERAN LAS EMPRESAS PÚBLICAS.

EN LA PRÁCTICA LOS "PRECIOS ADMINISTRADOS" LOS "SUBSIDIOS OCULTOS" Y EL MERCADO CARACTERIZADO POR LA ECONOMÍA MIXTA, REVIERTEN UNA NOTABLE DIFERENCIACIÓN ENTRE EFICIENCIA Y RENTABILIDAD: POR LO QUE UNA EMPRESA PÚBLICA PUEDE SER EFICIENTE Y NO RENTABLE O RENTABLE E INEFICIENTE.

EN CUANTO A LA EFICIENCIA, EN EL SECTOR PARAESTATAL LA EFICIENCIA PRODUCTIVA, TÉCNICA Y GERENCIAL NO ES UN OBJETIVO EN SÍ MISMA, ES UN MEDIO, UN PRE-REQUISITO PARA EL CUMPLIMIENTO DE LAS MISIONES ASIGNADAS A LAS EMPRESAS PÚBLICAS, AUNQUE DEBE RECONOCERSE, POR OTRO LADO, QUE MUCHAS VECES LA INEFICIENCIA TIENE DE A RACIONALIZARSE O JUSTIFICARSE POR LA SUPUESTA CONTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS A OBJETIVOS SOCIALES NO CUANTIFICABLES. POR LO QUE CABE AQUÍ AFIRMAR QUE LA EFICIENCIA NO ES UNA MISIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA PÚBLICA.

POR CONSIGUIENTE, LA EFICIENCIA DE UNA EMPRESA PÚBLICA SE DEMOSTRará POR SU CAPACIDAD PARA LLEVAR A CABO DE LA MEJOR MANERA POSIBLE LAS MISIONES QUE SE LE ENCOMIENDEN.

EN CUANTO A LA RENTABILIDAD^{28/} FINANCIERA^{29/}, AUNQUE SU MAXIMIZACIÓN NO ES TAMPOCO UNA MISIÓN DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS, - SU RELEVANCIA NO PUEDE SER SUBESTIMADA, YA QUE SIRVE COMO INS-

TRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA EFICIENCIA Y ADEMÁS PORQUE LA GENERACIÓN DE EXCEDENTES FINANCIEROS ES LA FUENTE MÁS SANA DE FONDOS PARA EL MANTENIMIENTO Y CRECIMIENTO DE LA EMPRESA^{30/}.

POR ÚLTIMO, ESTA GENERACIÓN DE EXCEDENTES AFECTA DIRECTAMENTE LOS "GRADOS DE LIBERTAD" DE LA DIRECCIÓN DE CADA EMPRESA PÚBLICA. LA AUTONOMÍA DE UNA EMPRESA SE REDUCE EN LA PRÁCTICA, CUANDO SE VE EN LA NECESIDAD DE RECURRIR CONSTANTEMENTE A LOS ÓRGANOS DE PLANEACIÓN Y CONTROL PARA CUBRIR SUS DÉFICIT OPERARIOS.

PUEDEN DARSE CASOS EN LOS QUE PARA ALGUNA EMPRESA PÚBLICA DEL TIPO II LA RENTABILIDAD (LA ACUMULACIÓN FINANCIERA) SE CONVERTIRA EN SU MISIÓN ESTRATÉGICA DOMINANTE. SERÍA EL CASO DE UNA ACTIVIDAD REALIZADA POR EL ESTADO PARA PROCURARSE EXCEDENTES UTILIZABLES EN OTRAS ÁREAS^{31/}, EN EL CUAL EL CARÁCTER PÚBLICO DE LA EMPRESA PÚBLICA SE REDUCIRÍA A SU MÍNIMA EXPRESIÓN.

2. MISIÓN ESTRATÉGICA.- LA CONSTITUYEN LOS PROPÓSITOS ESPECÍFICOS QUE SE DESEAN ALCANZAR MEDIANTE LA INSTRUMENTACIÓN (EMPRESAS PÚBLICAS) DE LAS POLÍTICAS ESTATALES.

Y PARA CITAR ALGUNOS EJEMPLOS TENEMOS:

- LA GENERACIÓN DE EMPLEOS;
- LA REGULACIÓN DE MERCADOS;
- LA REDISTRIBUCIÓN DEL INGRESO;
- LA REORIENTACIÓN DE LAS PAUTAS DE CONSUMO POPULAR;
- EL SUBSIDIO VÍA PRECIOS BAJOS DE LOS INSUMOS O DE LOS BIENES-SALARIOS A OTROS SECTORES DE LA ECONOMÍA;
- LA ACUMULACIÓN DIRECTA DE CAPITAL POR EL ESTADO;
- EL DESARROLLO REGIONAL;
- CONTROL DE SECTORES ESTRATÉGICOS DE LA ECONOMÍA;
- ROMPER CON CIERTAS RESTRICCIONES DE DESARROLLO ECONÓMICO;
- SUSTITUIR A LA IP EN SECTORES NO RENTABLES, QUE RE---

QUIEREN MAYOR CAPITAL Y QUE IMPLICAN MAYOR RIESGO.

LA MISIÓN ESTRATÉGICA DE CADA EMPRESA PUEDE INCLUIR - UNA O VARIAS DE LAS ANTERIORMENTE MENCIONADAS Y EN EL CASO DE MULTIPLICIDAD DE MISIONES SE TIENDE A LA CREACIÓN DE CONFLICTOS.

EN ESTE RENGLÓN EL CRITERIO DE EFICACIA ES FUNDAMENTAL^{32/}.

EL SEGUNDO NIVEL SE REFIERE A LA DEFINICIÓN DE MISIONES ESTRATÉGICAS A PARTIR DE LA POLÍTICA ECONÓMICA Y SOCIAL. POR ELLO LAS EMPRESAS PÚBLICAS SON CONSIDERADAS COMO INSTRUMENTOS DE LA POLÍTICA ESTATAL, PERO NO SÓLO DE LA POLÍTICA ECONÓMICA, SINO - DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN TODAS LAS ÁREAS.

POR LO TANTO, LAS MISIONES DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS SE DERIVAN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS CORRESPONDIENTES Y EN EL CASO - DE LAS EMPRESAS CLAVE PUEDEN COINCIDIR TOTALMENTE.

PODEMOS UBICAR EN EL SECTOR DEL GOBIERNO A LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y EN EL SECTOR PARAESTATAL A LAS MISIONES ESTRATÉGICAS.

ENTONCES SE PARTE DE LOS OBJETIVOS GENERALES QUE DEBEN CUMPLIR LAS EMPRESAS PÚBLICAS PARA ESPECIFICAR LAS POLÍTICAS SECTORIALES.

3. FUNCIONALIDAD PARA EL SISTEMA GLOBAL.- EL RESULTADO FINAL DE LA ACTUACIÓN DE UN SECTOR DE EMPRESA PÚBLICA PARA EL SISTEMA GLOBAL ES FUNCIONAL SI CONTRIBUYE AL MANTENIMIENTO DEL SISTEMA CON RESPECTO A SU LÓGICA ECONÓMICA Y/O SU VIABILIDAD POLÍTICO-SOCIAL.

PODEMOS CITAR COMO EJEMPLOS DE LA FUNCIONALIDAD DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS:

- PARA AYUDAR A MANTENER UNA RELATIVA CAPACIDAD DE MANIOBRA PARA LA BURGUESÍA NACIONAL U OTROS GRUPOS DOMINANTES^{33/}, Y/O
- SOSTENER LA TASA DE GANANCIA Y SOLUCIONAR LAS IMPERFECCIONES EN EL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE MERCADO, Y/O

- SER INSTRUMENTOS, VÍA SUBSIDIOS OCULTOS, DE LOS MONOPOLIOS TRANSNACIONALES Y DEL GRAN CAPITAL LOCAL, Y/O
- CONTRIBUIR A LA TRANSFORMACIÓN DE LAS RELACIONES DE PRODUCCIÓN Y A LA IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS FORMAS DE PARTICIPACIÓN POPULAR.

AQUÍ RESULTA EL FACTOR IDEOLÓGICO, PUESTO QUE SE TRATA DE LA JUSTIFICACIÓN DE LA EXISTENCIA DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS Y DE SU PAPEL EN EL MANTENIMIENTO DE UN SISTEMA.

ENTONCES PARA LLEVAR A CABO EL ANÁLISIS CONCERNIENTE TANTO AL ORIGEN COMO A LA JUSTIFICACIÓN DE LA EXISTENCIA DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS, DEBEN CONSIDERARSE LAS RAZONES ECONÓMICAS, POLÍTICAS Y SOCIALES.

LA FUNCIONALIDAD SOCIOPOLÍTICA DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA EL SISTEMA GLOBAL.

ES IMPORTANTE DEFINIR CUÁL ES EL EFECTO QUE SOBRE LA SOCIEDAD GLOBAL TIENE LA EXISTENCIA Y ACTIVIDAD DEL SECTOR PARAESTATAL. ÉSTE ES EL CAMPO PRINCIPAL DE LA CONFRONTACIÓN POLÍTICO-IDEOLÓGICA ACERCA DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS.

LAS EMPRESAS PÚBLICAS SON VISUALIZADAS POR CADA GRUPO SOCIAL EN TÉRMINOS DE LOS BENEFICIOS RECIBIDOS (O DE SUS EXPECTATIVAS) ENTONCES EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR PARAESTATAL (O FORTALECIMIENTO DE LA RECTORÍA ECONÓMICA DEL ESTADO, QUE NO ES UN OBJETIVO POR SÍ MISMO) CONTRIBUIRÁ AL AUMENTO DE LA AUTONOMÍA RELATIVA DEL ESTADO, Y SU EVALUACIÓN ESTARÁ DADA EN FUNCIÓN A LOS RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS PRIVADAS.

LO QUE OTORGA SENTIDO A LA EXISTENCIA DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS ES EL PAPEL QUE DESEMPEÑA DENTRO DE UN PROYECTO NACIONAL, AHÍ SE PROCEDE A LA FORMULACIÓN DE POLÍTICAS SECTORIALES Y POR ÚLTIMO, EL DISEÑO DE LA MISIÓN ESTRATÉGICA EN BASE A LOS LINEAMIENTOS ANTERIORES Y A LAS CARACTERÍSTICAS Y CIRCUNSTANCIAS DE CADA EMPRESA PÚBLICA.

LAS POLÍTICAS ESTATALES EN RELACIÓN CON LOS DIVERSOS OBJETIVOS DE LA PLANEACIÓN NACIONAL CORRESPONDEN A LA INSTRUMENTACIÓN DE POLÍTICA ECONÓMICA MEDIANTE LAS EMPRESAS PÚBLICAS EN -- LOS SIGUIENTES RENGLONES:

- EMPLEO
- CRECIMIENTO
- PRECIOS
- DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO
- BALANZA DE PAGOS
- EQUILIBRIO SECTORIAL

EN OTRAS PALABRAS, LA CREACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA O SU VIDA DENTRO DE LA ECONOMÍA OBEDECE A OBJETIVOS DE POLÍTICA ECONÓMICA ESPECÍFICOS, YA SEA COMO ELEMENTO REDISTRIBUTIVO DEL -- INGRESO, DE CREACIÓN DE INFRAESTRUCTURA, DE GENERACIÓN DE FUENTES DE EMPLEO Y COMO PROMOTOR DEL DESARROLLO, ENTRE OTROS.

ES INTERESANTE RESALTAR QUE TODAS LAS POLÍTICAS ESTATALES CONLLEVAN IMPLICACIONES POLÍTICAS, EFECTOS SOCIALES Y UN SUSTRATO ECONÓMICO. PERO USUALMENTE SE SUSCITA UNA DIVISIÓN ENTRE LAS POLÍTICAS Y MISIONES PREDOMINANTEMENTE ECONÓMICAS Y LAS BÁSICAMENTE SOCIALES.

ESTA DIVISIÓN OBEDECE AL CARÁCTER DOMINANTE DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y LAS CORRESPONDIENTES MISIONES ESTRATÉGICAS DE -- LAS EMPRESAS PÚBLICAS, Y SE DA COMO SIGUE:

ECONÓMICOS:

- CONDICIONAMIENTO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA
- MANEJO DEL SECTOR EXTERNO (BALANZAS COMERCIAL Y DE PAGOS)
- CONTROL DE LA INFLACIÓN^{34/}

SOCIALES:

- NIVEL DE EMPLEO^{35/}
- DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO^{35/bis}
- PRESTACIÓN DE SERVICIOS SOCIALES BÁSICOS.

OTRAS POSIBILIDADES DE MEZCLA DE OBJETIVOS Y LAS MISIONES ESPECÍFICAS DE CADA EMPRESA PÚBLICA RESULTAN DE UNA COMBINACIÓN DE MISIONES ESTRATÉGICAS EN APOYO A PLANES Y PRIORIDADES NACIONALES.

EL CONFLICTO ENTRE OBJETIVOS SE OCASIONA POR LA TENDENCIA A LA OPOSICIÓN DE OBJETIVOS SOCIO-POLÍTICOS VS OBJETIVOS ECONÓMICOS-FINANCIEROS, ASÍ COMO EFICIENCIA^{36/} VERSUS EFICACIA. Es DECIR, LA CONTRAPOSICIÓN ENTRE MISIONES ESTRATÉGICAS Y OBJETIVOS OPERATIVOS..

ES ENTONCES NECESARIO DETERMINAR LA EFICIENCIA RELATIVA DE CADA TIPO DE EMPRESA PÚBLICA COMO INSTRUMENTO PARA EL LOGRO DE DIVERSOS OBJETIVOS GUBERNAMENTALES Y LA APLICACIÓN DE DIVERSAS POLÍTICAS.

**III. EL CONTEXTO HISTORICO NACIONAL:
LA EMERGENCIA Y CONSOLIDACION
DE CONASUPO**

ANTECEDENTES HISTORICO-ECONOMICOS.

ESPECIALMENTE EN EL PERÍODO DE 1940 A 1970, EL DESARROLLO AGRÍCOLA REALIZÓ IMPORTANTES CONTRIBUCIONES AL DESARROLLO ECONÓMICO EN GENERAL DEL PAÍS. ENTRE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA POLÍTICA NACIONAL DE DESARROLLO AGRÍCOLA DESTACAN: A) LA SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA NACIONAL DE ALIMENTOS BÁSICOS; B) EL MEJORAMIENTO DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE LOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS; C) LA POSIBILIDAD DE EXPORTACIÓN DE EXCEDENTES DE PRODUCCIÓN; D) EL INCREMENTO DEL EMPLEO EN EL CAMPO MEXICANO, Y E) EL MEJORAMIENTO EN LA DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO NACIONAL. POR LO TANTO, EN ESTE PERÍODO LA ECONOMÍA MEXICANA REGISTRÓ UNA ACELERADA EXPANSIÓN DE SU CAPACIDAD PRODUCTIVA Y UN CAMBIO SIGNIFICATIVO DE SU ESTRUCTURA.

EL CRECIMIENTO AGRÍCOLA HA SIDO CONSISTENTEMENTE MENOR -- QUE EL DE LA POBLACIÓN DESDE 1965, LO QUE HA PROVOCADO GRAVES PROBLEMAS PARA EL RESTO DE LA ECONOMÍA. LA INCAPACIDAD DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA PARA IGUALAR EL RITMO DE CRECIMIENTO DEL RESTO DE LA ECONOMÍA, Y EN PARTICULAR EL DE LA POBLACIÓN, PROVOCÓ QUE EL PAÍS DEPENDIERA CADA VEZ MÁS DE LAS IMPORTACIONES PARA LA ALIMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN EN RÁPIDO CRECIMIENTO. -- POR LO QUE A PARTIR DE 1970 MÉXICO SE CONVIRTIÓ EN UN IMPORTADOR NETO DE SUS GRANOS ALIMENTICIOS (TALES COMO EL MAÍZ Y EL TRIGO), TENDENCIA QUE SE PUEDE RELACIONAR CON EL EFECTO DE -- LAS POLÍTICAS OFICIALES CON RESPECTO AL SECTOR AGRÍCOLA.

MÉXICO ADOPTÓ UN PATRÓN DE INDUSTRIALIZACIÓN BASADO EN LA SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES Y EL SECTOR AGRÍCOLA JUGÓ UN IMPORTANTE PAPEL DE LA PROVISIÓN DE LA MAYOR PARTE DE LAS DIVISAS QUE SE REQUERÍAN PARA FINANCIAR EL CRECIMIENTO INDUSTRIAL, ASÍ COMO EN EL ASEGURAMIENTO DEL SUMINISTRO DE ALIMENTOS BARATOS A LA CRECIENTE POBLACIÓN URBANA MEDIANTE PRECIOS ARTIFICIALMENTE BAJOS. LA AGRICULTURA TRANSFIRIÓ RECURSOS DE MANERA CONSTANTE AL RESTO DE LA ECONOMÍA HASTA 1970, Y A PARTIR DE ESTE AÑO SE AGOTÓ CASI POR COMPLETO ESTA IMPORTANTE FUENTE DE FINANCIAMIENTO, LO CUAL FRENÓ EL PROCESO DEL DESARROLLO ECONÓMICO. POR LO TANTO, EL DETERIORO PROGRESIVO DEL SUPERÁVIT COMER-

cial agropecuario agravó drásticamente la capacidad interna de financiamiento de la industrialización.

"POR OTRA PARTE, EL CRECIMIENTO ECONÓMICO LOGRADO DESDE LA POSGUERRA SE VIO ACOMPAÑADO POR UNA DISTRIBUCIÓN MUY DESIGUAL - DE BENEFICIOS. DESDE 1940, LA DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO SE HA CARACTERIZADO POR LA AMPLIACIÓN DE LA BRECHA ENTRE LOS SECTORES - MÁS POBRES Y LOS MÁS RICOS DE LA POBLACIÓN^{37/}. LA CARACTERÍSTICA INHERENTE DEL CAPITALISMO. "LA DESIGUALDAD DEL INGRESO ERA - MÁS MARCADA EN LAS ZONAS RURALES, DONDE VIVÍA EL 42.3% DE LA POBLACIÓN. [...] (ADEMÁS), EL PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEDICADA A LA AGRICULTURA HA BAJADO SOSTENIDAMENTE DESDE 1940; SIN EMBARGO, EN 1970 TODAVÍA HABÍA UNA PROPORCIÓN CONSIDERABLE (39.5%) DE LA FUERZA DE TRABAJO QUE DERIVABA EL TOTAL O UNA PARTE DE SU INGRESO DE ESTE SECTOR"^{37/bis}.

POR LO QUE EL OBJETIVO GENERAL DE CRECIMIENTO CON REDISTRIBUCIÓN DEL INGRESO SE CONVIRTIÓ EN EL ORIENTADOR DE LA POLÍTICA ECONÓMICA, LA QUE A PARTIR DE 1970 SE ENFOCÓ, ADEMÁS, A LA SOLUCIÓN DE LOS GRAVES PROBLEMAS GENERADOS POR EL PATRÓN DE INDUSTRIALIZACIÓN SEGUIDO HASTA ENTONCES. ES POR ELLO QUE LA INVERSIÓN PÚBLICA^{38/} DIÓ PRIORIDAD AL SECTOR AGROPECUARIO Y ENERGÉTICO; LA PRIMERA PARA SATISFACER LA DEMANDA DE ALIMENTOS Y LA SEGUNDA PARA IMPRIMIR TRANSFORMACIONES DE FONDO AL APARATO PRODUCTIVO.

ENTONCES SE VOLVIÓ A HACER HINCAPIÉ EN LA NECESIDAD DE -- ORIENTAR EL CRECIMIENTO ECONÓMICO HACIA LA SATISFACCIÓN DE NECESIDADES BÁSICAS DE LA POBLACIÓN Y EL LOGRO DE NIVELES MÍNIMOS - DE ALIMENTACIÓN, SALUD Y BIENESTAR PARA LA MAYORÍA DE LOS HABITANTES^{39/}.

POR LO QUE "LAS AUTORIDADES REPETIDAMENTE HAN INTENTADO -- CONTROLAR O REGULAR LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS BÁSICOS, TENIENDO COMO JUSTIFICACIÓN LA PROTECCIÓN DE LAS CLASES URBANAS MÁS POBRES"^{40/}.

EN LA DÉCADA DE LOS 40'S SE INICIA FORMALMENTE LA POLÍTICA DE PRECIOS DE GARANTÍA CON EL FIN DE ESTIMULAR LA PRODUCCIÓN DE ALGUNOS PRODUCTOS BÁSICOS COMO EL TRIGO Y EL MAÍZ. LA POLÍTICA

DE PRECIOS AGRÍCOLAS ESTUVO AL SERVICIO DEL MODELO DE INDUSTRIA LIZACIÓN ADOPTADO DESDE LA POSGUERRA, MOTIVO POR EL QUE SE FAVO RECIÓ EL DESARROLLO DE LA AGRICULTURA COMERCIAL, APROXIMADAMEN- TE HASTA 1963. DESPUÉS DE 1965 EL SECTOR AGRÍCOLA SUFRIÓ UNA IN TENSA CRISIS QUE LO ESTANCÓ.

PARALELAMENTE A LOS INSTRUMENTOS UTILIZADOS PARA FOMENTAR LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA, EL GOBIERNO MEXICANO HA DETERMINADO PO- LÍTICAS ECONÓMICAS DE INTERVENCIÓN PARA FIJAR LOS PRECIOS DE -- MERCADO DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS, MEDIANTE EL ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS DE GARANTÍA PARA EL PRODUCTOR Y PRECIOS SUBSIDIADOS PARA EL CONSUMIDOR.

"LAS INTERVENCIONES POLÍTICAS DEL ESTADO POR MEDIO DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS [...] SE DERIVAN DE QUE SU ACTIVIDAD NO SO- LAMENTE SE EXTIENDE A LO ECONÓMICO, SINO QUE INVOLUCRA ADEMÁS -- EL CONTROL Y LA REGULACIÓN DEL PODER Y LAS RELACIONES SOCIALES" ^{41/}

POR LO TANTO, ADEMÁS DE LA NECESIDAD DE ÍNDOLE ECONÓMICO, DE CORREGIR LAS IMPERFECCIONES DEL MERCADO, EL GOBIERNO MEXICA- NO HA ENFRENTADO PRESIONES SOCIALES Y POLÍTICAS, COMO VEREMOS -- EN EL SIGUIENTE APARTADO.

ALGUNOS ACONTECIMIENTOS HISTORICOS RELEVANTES POR SU TRASCENDENCIA SOCIO-POLITICA EN EL GOBIERNO DE CARDENAS.

PARA 1936 LA ESPECULACIÓN REALIZADA POR LOS CAPITALISTAS - CON LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD ALCANZÓ - ENORMES PROPORCIONES, Y LA PROTESTA SOCIAL NO SE DEJÓ ESPERAR.

"EN 1937, PARA LAS ORGANIZACIONES DE LOS TRABAJADORES, EL ALZA DE LOS PRECIOS ERA EL ASUNTO NACIONAL DE MAYOR TRASCENDENCIA. EL ÍNDICE DE PRECIOS HABÍA ASCENDIDO 29% EN RELACIÓN A - - 1936, DEBIDO ESENCIALMENTE AL INCREMENTO DE LOS PRECIOS DEL MAÍZ EN UN 72%".

"LA CONFEDERACIÓN DE TRABAJADORES DE MÉXICO (CTM) SEÑALÓ - QUE LA CAUSA PRINCIPAL DE LA CRISIS ERA LA SITUACIÓN PRECARIA [...] AUNADA A OTROS FACTORES, ENTRE ELLOS LOS PRÉSTAMOS BANCARIOS QUE PERMITÍAN EL ACAPARAMIENTO DE LOS ARTÍCULOS BÁSICOS".

"EL 15 DE ENERO DE 1937, LA CTM PROPUSO LA CREACIÓN DE UN FRENTE POPULAR MEXICANO CONTRA LA CARESTÍA Y ACORDÓ EJERCER UNA ACCIÓN SINDICAL CONTRA LOS ACAPARADORES POR MEDIO DE HUELGAS".

"EL SINDICATO DE MINEROS ORGANIZÓ EL 5 DE FEBRERO DE ESE AÑO, EN PACHUCA, HIDALGO, UNA MANIFESTACIÓN EN LA QUE PARTICIPARON MAESTROS, PANADEROS E INQUILINOS, EN LA CUAL DEMANDABAN EL DESARROLLO DE COOPERATIVAS SOCIALISTAS PARA PROTEGER EL PODER ADQUISITIVO DE LOS TRABAJADORES".

"EL 15 DE FEBRERO DE 1937 SE CONSTITUYÓ EN EL DISTRITO FEDERAL EL COMITÉ DE ACCIÓN CONTRA LA VIDA CARA, EL CUAL DIRIGIÓ UN EXTENSO MEMORIAL A LA SECRETARÍA DE LA ECONOMÍA, SUGIRIENDO TAMBIÉN EL ESTABLECIMIENTO DE COOPERATIVAS DE CONSUMO PARA QUE LOS PRECIOS DE LAS MERCANCÍAS DE PRIMERA NECESIDAD SE SOSTUVIERAN EN SU JUSTO VALOR".

"EL 25 DE ESE MES, LA FEDERACIÓN REGIONAL DE OBREROS Y CAMPESINOS VOTÓ POR EL BOICOT COMO ÚNICO MEDIO DE ACCIÓN PARA HACER CESAR EL ALZA INJUSTIFICADA DE LOS ARTÍCULOS DE PRIMERA NECESIDAD".

92900

"EL PARTIDO COMUNISTA MEXICANO PROPUSO LA INCAUTACIÓN O EXPROPIACIÓN DE LOS NEGOCIOS EN QUE SE COMPROBARA LA CULPABILIDAD DE LOS COMERCIANTES EN LA ELEVACIÓN DE LOS PRECIOS. SE SOLIDARIZÓ CON LA CTM, Y CONVOCÓ AL PRN Y A LA CONFEDERACIÓN CAMPESINA MEXICANA PARA LA FORMACIÓN DEL FRENTE POPULAR MEXICANO CONTRA LA CARESTÍA".

"LAS PROTESTAS SE MULTIPLICARON EN OTROS PUNTOS DEL PAÍS. EN CHIHUAHUA, EL SINDICATO DE TRABAJADORES FERROCARRILEROS DENUNCIÓ LA ELEVACIÓN INMODERADA DE LOS PRECIOS. POR SU PARTE, LA FEDERACIÓN DE TRABAJADORES DE JALISCO ANUNCIÓ UN PARO EN SOLIDARIDAD CON LAS HUELGAS DE LOS CARTONEROS, EXPENDEDOROS DE MASA Y TRABAJADORES DE LA COMPAÑÍA DE GAS, EN PROTESTA CONTRA EL AUMENTO DE LOS PRECIOS DE LOS ARTÍCULOS DE PRIMERA NECESIDAD".

"LA CONFEDERACIÓN DE LOS TRABAJADORES DE LA ENSEÑANZA ACORDÓ LA REALIZACIÓN DE MÍTINES PARA ANALIZAR LAS CAUSAS DE LA ELEVACIÓN DE LOS PRECIOS Y SOLICITAR AL GOBIERNO FEDERAL LA INTEGRACIÓN DE COMISIONES REGULADORAS PARA EL CONTROL DE LOS PRECIOS DE LAS SUBSISTENCIAS".

"ERA CLARO QUE LOS RECLAMOS POPULARES DE UN ABASTO OPORTUNO, SUFICIENTE Y A PRECIOS JUSTOS DE PRODUCTOS BÁSICOS PRECISABAN DE MEDIDAS GUBERNAMENTALES FIRMES QUE [...] GARANTIZARAN EN LO SUCESIVO LA SATISFACCIÓN DE AQUELLA NECESIDAD PRIMARIA"^{42/}

ESTAS FORMAS DE CUESTIONAMIENTO Y DE PRESIÓN SE DESPLEGARON DESDE EL ÁMBITO ECONÓMICO HASTA EL POLÍTICO, RECLAMABAN AL ESTADO LA DEFENSA DEL PODER ADQUISITIVO DE LOS SALARIOS REALES DE LA CLASE EXPLOTADA Y LA GARANTIZACIÓN DE LA EXISTENCIA DE PRODUCTOS DE CONSUMO NECESARIOS EN EL MERCADO.

LA TURBULENCIA DEL CONTEXTO SOCIO-POLÍTICO DE ESTE PERÍODO PUSO EN PELIGRO LA FUNCIÓN LEGITIMADORA Y LA PROPIA ESTABILIDAD DEL APARATO ESTATAL, ES DECIR, SE PUSO EN JUEGO SU CAPACIDAD PARA ASEGURAR EL CONSENSO POLÍTICO E IDEOLÓGICO. LOGRÓ SALIR AVANTE POR MEDIO DE LA INSTRUMENTACIÓN DE ACCIONES TENDIENTES A LA SATISFACCIÓN DE LAS DEMANDAS SOCIALES (CREACIÓN DE ORGANISMOS -

PÚBLICOS QUE IMPLEMENTEN MECANISMOS DE TRANSFERENCIA SOCIAL).

LA EMPRESA ESTATAL, ENTONCES, CONTRIBUIRÍA A MANTENER Y -- FORTALECER LA HEGEMONÍA INTERNA DEL ESTADO.

EL GOBIERNO DE CÁRDENAS SE VALIÓ DEL NUEVO CONCEPTO DE EMPRESA PÚBLICA PARA DAR LOS PRIMEROS PASOS DECISIVOS EN LA REGULACIÓN DEL MERCADO DE ALIMENTOS POPULARES Y EN EL IMPULSO DE LA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA.

FUE EN ESE CONTEXTO DONDE SE GESTARON LOS ORÍGENES E INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA INTERVENCIÓN REGULADORA DEL ESTADO QUE ACTUALMENTE CONOCEMOS COMO CONASUPO.

LA INSTITUCIONALIZACION DE LA INTERVENCION GUBERNAMENTAL EN LOS MERCADOS DE PRODUCTOS BASICOS.

EN MÉXICO LA INTERVENCIÓN GUBERNAMENTAL EN LOS MERCADOS -- AGRÍCOLAS SE HA CARACTERIZADO Y JUSTIFICADO POR ESTAR ASOCIADA A SITUACIONES DE EMERGENCIA Y CRISIS, ES DECIR, SE HA ACRECENTADO EN PERÍODOS DE ESCASEZ Y ALZAS DE PRECIOS DE LAS DENOMINADAS SUBSISTENCIAS^{43/} (1937-1954, 1971-1980 Y 1982-1984), MIENTRAS -- QUE SE HA ESTANCADO EN ÉPOCAS DE RELATIVA ABUNDANCIA ALIMENTARIA (DÉCADA DE LOS 60's).

"LAS INTERPRETACIONES GLOBALES DEL PERÍODO 1945-1970 SEÑALAN QUE LA INTERVENCIÓN REGULADORA QUEDÓ PUESTA AL SERVICIO DE UN MODELO QUE OTORGÓ PRIORIDAD ABSOLUTA A LA INDUSTRIALIZACIÓN. ESTO EXIGÍA UN ABASTO CRECIENTE DE SUBSISTENCIAS A PRECIOS REGULADOS, PARA QUE LA ESTABILIDAD DE LOS BIENES-SALARIO PERMITIESE MANTENER BAJO CONTROL LA PRESIÓN OBRERA"^{44/}.

CON LA PROMULGACIÓN DE LA CONSTITUCIÓN DE 1917 SE ESTABLECIERON LAS BASES JURÍDICAS FORMALES PARA LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN LOS PROCESOS ECONÓMICOS, LOS CUALES PERDURAN HASTA LA ACTUALIDAD, A ESTE RESPECTO DESTACAN LOS ARTÍCULOS 27, 28, 73 Y 131, EN DONDE SE MARCA LA TENDENCIA DE LAS INTERVENCIONES ESTATALES ORIENTADAS AL EQUILIBRIO ECONÓMICO Y AL BENEFICIO DE LAS CLASES DE MENORES INGRESOS (EN TÉRMINOS DE BENEFICIO SOCIAL O DE INTERESES POPULARES).

LAS NUMEROSAS INTERVENCIONES GUBERNAMENTALES EN EL RENGLÓN DEL COMERCIO DE PRODUCTOS BÁSICOS SE CONCRETA EN LA DÉCADA DE LOS 30's CON LA CREACIÓN DE ORGANISMOS REGULADORES. ES ENTONCES CUANDO ESTA INTERVENCIÓN ESTATAL SE INSTITUCIONALIZA.

ASÍ, EN 1934 LA ADMINISTRACIÓN CARDENISTA CREA LA PRIMERA INSTITUCIÓN ESTATAL CON PROPÓSITOS REGULADORES: ALMACENES NACIONALES DE DEPÓSITO, S.A. (ANDSA), CUYO OBJETIVO CONSISTÍA EN REGULAR LA COMPETENCIA ENTRE COMERCIANTES E IMPEDIR LAS ACTIVIDADES MERCANTILES DE CARÁCTER ESPECULATIVO.

DADO QUE LA ELEVACIÓN DE PRECIOS PERSISTÍA, AL IGUAL QUE --

LOS PROBLEMAS DE ABASTO, EN 1937 SE CREARON EL COMITÉ CONSULTIVO DE LOS ARTÍCULOS DE CONSUMO NECESARIO Y EL COMITÉ REGULADOR DEL MERCADO DEL TRIGO. PARA 1938 EL GOBIERNO SUSTITUYÓ AMBOS COMITÉS POR EL COMITÉ REGULADOR DEL MERCADO DE LAS SUBSISTENCIAS, CON MÁS AMPLIO CAMPO DE ACCIÓN Y FACULTADES QUE SUS ANTECESORES. DE ESTA MANERA "POR PRIMERA VEZ SE OFRECIÓ A LOS AGRICULTORES A UN PRECIO MÍNIMO DE GARANTÍA POR EL MAÍZ, PRODUCTO CULTIVADO -- POR MÁS DE LA MITAD DE LOS AGRICULTORES DEL PAÍS [...] "^{45/}.

EN 1941 ESTOS ORGANISMOS FUERON RELEVADOS POR LA NACIONAL DISTRIBUIDORA Y REGULADORA, S.A. (NADYRSA) CON LOS MISMOS PROPÓSITOS DE REGULACIÓN DEL ABASTO Y DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS BÁSICOS.

PARA 1943 SE ESTABLECIÓ UN CONSORCIO ESTATAL INTEGRADO POR NADYRSA, EL BANCO DE CRÉDITO AGRÍCOLA, EL COMITÉ DE APOYOS Y LA COMPAÑÍA EXPORTADORA E IMPORTADORA MEXICANA (CEIMSA). ESTA ÚLTIMA FUE CONSTITUIDA EN 1937 PARA LA COORDINACIÓN DE LAS OPERACIONES VINCULADAS CON EL COMERCIO EXTERIOR. A FINAL DE CUENTAS EL COMERCIO FUE DISUELTO EN 1944, PUESTO QUE SE LE CALIFICÓ DE INEFICAZ.

EN 1949 SE FUSIONARON NADYRSA Y CEIMSA BAJO EL ÚLTIMO NOMBRE. ESTA NUEVA INSTITUCIÓN DELINEABA SUS ORIENTACIONES DE MANERA QUE "...LOS AGRICULTORES TUVIERON LA SEGURIDAD DE UN PRECIO Y UN INGRESO MÍNIMOS SI NO FUESEN CAPACES DE OBTENER MEJORES -- PRECIOS DE LOS COMPRADORES PRIVADOS..."^{46/}.

EN 1961 CEIMSA CAMBIÓ SU NOMBRE POR EL DE CONASUPOSA Y SE AMPLIÓ AL DAR CABIDA A UNA SUBSIDIARIA DISTRIBUIDORA. ESTA NUEVA INSTITUCIÓN SE COLOCÓ COMO PROVEEDORA DE LOS BIENES DE CONSUMO BÁSICO A PRECIOS ACCESIBLES A LA CLASE TRABAJADORA. A PESAR DE QUE ESTE FUE UN OBJETIVO COMPLEMENTARIO A LOS ORIGINALES -- (ELEVACIÓN DEL NIVEL DE LOS INGRESOS RURAL Y MANTENIMIENTO DE RESERVAS DE ALIMENTOS BÁSICOS) PRONTO SE CONVIRTIÓ EN EL PRINCIPAL OBJETIVO DE LA POLÍTICA OFICIAL.

LA EXPANSIÓN DE CONASUPOSA FINALMENTE LLEVÓ A QUE EN 1965 SE ELIMINA LA SOCIEDAD ANÓNIMA Y SE SUSTITUYERA POR CONASUPO CO

MO ORGANISMO FEDERAL DESCENTRALIZADO^{47/}, CON EL OBJETO DE LOGRAR MAYOR FLEXIBILIDAD EN SUS OPERACIONES Y PERMITIR EL FUNCIONAMIENTO COMO "UNA ENTIDAD DE ASESORÍA, PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN DE POLÍTICAS AGRÍCOLAS Y COMERCIALIZACIÓN ESTATALES"^{48/}.

ANTES DE EMPEZAR A HABLAR DE LAS FUNCIONES DE CONASUPO ES NECESARIO SEÑALAR AQUÍ QUE: LA FUNCIÓN PRIMORDIAL DE CEIMSA FUE EN UN PRINCIPIO EL GARANTIZAR EL ABASTO POR MEDIO DE IMPORTACIONES EN CASO DE DÉFICIT Y EXPORTACIONES CUANDO SE PRESENTABAN SUPERÁVITS; CUANDO SE AMPLIARON SUS FUNCIONES (EN 1959) DESTACARON ENTRE ELLAS LAS DE ASISTENCIA SOCIAL (EN SU INCLINACIÓN POR FAVORECER ESTRATOS DE MENORES INGRESOS). POR SU PARTE, NADYRSA CONCRETÓ EL OBJETIVO DE SU FUNCIÓN REGULADORA EN EL ABARATAMIENTO DE LOS ARTÍCULOS DE PRIMERA NECESIDAD; DESTACANDO EL CRECIMIENTO DE LA INSTITUCIÓN Y EL ÉXITO DE SUS FUNCIONES LOS INFORMES PRESIDENCIALES DE 1946, 1947 Y 1948. Y EN CUANTO A CONASUPOSA, SU FUNCIÓN REGULADORA LE DIO UN MARCADO ENFÁSIS A LA CUESTIÓN DE LAS "SUBSISTENCIAS POPULARES" Y YA EMPEZABA A DELINEAR SU TENDENCIA HACIA LA PROTECCIÓN DEL SALARIO URBANO, QUE CONCRETARÍA MÁS TARDE SU SUCESORA.

EL ROL DE CONASUPO.

LA COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES (CONASUPO) ES UN ORGANISMO PÚBLICO FEDERAL DESCENTRALIZADO CREADO POR DE--CRETO PRESIDENCIAL DEL 23 DE MARZO DE 1965^{49/}.

SU PROPÓSITO SE DESCRIBE AL AMPARO DE UN NOTORIO INTERÉS - PÚBLICO EN LA REGULACIÓN DE LOS MERCADOS NACIONALES DE LOS PRO-DUCTOS AGRÍCOLAS QUE TRADICIONALMENTE SE HAN CONSIDERADO DE PRI-MERA NECESIDAD PARA LA ALIMENTACIÓN POPULAR.

LAS ACTIVIDADES DE CONASUPO SE DIVIDEN PRINCIPALMENTE EN 2 CATEGORÍAS:

- 1A. ESTIMULAR LA PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS BÁSICOS Y DE APOYAR LOS INGRESOS DE LOS AGRICULTORES MEDIANTE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROGRAMA DE PRECIOS DE GARANTÍA.
- 2A. ASEGURAR EL SUMINISTRO DE ALIMENTOS Y OTROS PRODUCTOS BÁSICOS A LOS CONSUMIDORES DE ESCASOS RECURSOS (EN SU MAYOR PARTE URBANOS) A PRECIOS MENORES QUE LOS DEL MER-CADO.

EN CUANTO A LA PRIMERA CATEGORÍA, UNO DE LOS ELEMENTOS BÁ-SICOS EN LA DETERMINACIÓN DE PRECIOS DE GARANTÍA ERA EL MANTENI-MIENTO DE LOS INGRESOS AGRÍCOLAS REALES. CABE APUNTAR AQUÍ QUE SUS APOYOS A LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS HABÍAN CRE-CIDO Y SE HABÍAN DIVERSIFICADO EN RESPUESTA A SITUACIONES DE --CRISIS, Y NO COMO RESULTADO DE UN DIAGNÓSTICO SISTEMÁTICO DE --LAS NECESIDADES Y UNA PROYECCIÓN ADECUADA DE LA PRODUCTIVIDAD Y LAS CAPACIDADES AGRÍCOLAS.

EN CUANTO A LA SEGUNDA CATEGORÍA, EL ÉNFASIS OTORGADO AL -SECTOR URBANO SE DEBE A QUE EN LAS CIUDADES SE CONCENTRA LA -POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (FUERZA DE TRABAJO INDUSTRIAL).

LA ORIENTACIÓN DE LA POLÍTICA SE DIO "EN FUNCIÓN DE CAMBIOS EN LA CORRELACIÓN POLÍTICA DE FUERZAS Y COMO RESULTADO DE LAS -MÚLTIPLES CRISIS DEL PERÍODO"^{50/}. POR LO TANTO, EL PROPÓSITO --PRINCIPAL DE CONASUPO RADICA EN PROCURAR UNA DISTRIBUCIÓN MÁS -

EQUITATIVA DEL INGRESO Y LA INTEGRACIÓN DE LOS SECTORES MARGINA DOS DE LA POBLACIÓN A LA ECONOMÍA NACIONAL. AQUÍ SE HACE PRESEN TE NUEVAMENTE EL CARÁCTER LEGITIMADOR DE LAS ACCIONES INTERVEN TORAS DEL ESTADO, EN BUSCA DEL CONSENSO NACIONAL.

CONASUPO REFORMULÓ SUS POLÍTICAS PARA CONCENTRARSE MÁS CLA RAMENTE EN LOS SEGMENTOS DE POBLACIÓN CON MÁS BAJOS INGRESOS DE LA SOCIEDAD.

POR LO QUE LOS OBJETIVOS DE LA INSTITUCIÓN SE REDEFINIERON DE LA SIGUIENTE MANERA:

- A) REGULAR EL MERCADO DE BIENES BÁSICOS.
- B) AUMENTAR EL INGRESO DE LOS AGRICULTORES MÁS POBRES.
- C) INCREMENTAR LA CAPACIDAD DE LOS CONSUMIDORES DE ESCASOS RECURSOS PARA ADQUIRIR BIENES BÁSICOS.

ENTONCES PODEMOS HABLAR YA DE SUS MISIONES ESTRATÉGICAS Y SU CORRELACIÓN ESPECÍFICA: AL REGULAR EL MERCADO DE PRODUCTOS BÁSICOS, AL MISMO TIEMPO, SE CONTRIBUYE A LA AUTOSUFICIENCIA -- ALIMENTARIA, LO QUE AUMENTA LA DISPONIBILIDAD DE BIENES DE CON SUMO POPULAR, ESTO AUNADO A SU SUBSIDIO VÍA PRECIOS BAJOS REDUN DA EN LA REDISTRIBUCIÓN DEL INGRESO CON FINES DE JUSTICIA SOCIAL.

PARA EL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO QUE CON EL TRANCURSO -- DEL TIEMPO SE CONVERTIRÍA EN EL PRINCIPAL (ATENCIÓN ESPECIAL A LAS CLASES MARGINADAS URBANAS) REQUIRIÓ DE LA ASIGNACIÓN DE SUB SIDIOS POR PARTE DEL GOBIERNO FEDERAL PARA MANTENER ARTIFICIAL MENTE BAJOS LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS BÁSICOS. LOS SUBSIDIOS DIRECTOS SE OTORGAN A LOS ARTÍCULOS CONSIDERADOS ESENCIALES O - SENSITIVOS EN TÉRMINOS POLÍTICOS Y/O SOCIALES.

OTRO ASPECTO INTERESANTE QUE SEÑALAR ES LA EXPANSIÓN A NI VEL INSTITUCIONAL Y NACIONAL QUE DESTACÓ A CONASUPO.

LAS EMPRESAS DEL SISTEMA CONASUPO REGULAN Y ORIENTAN LA CO Mercialización Y ABASTO DE PRODUCTOS BÁSICOS EN 3 SUBSISTEMAS - ESPECÍFICOS DE ACCIÓN:

- 1) LA COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA, DONDE PARTICIPAN:
 - ALMACENES NACIONALES DE DEPÓSITO, S.A. (ANDSA)^{51/}
 - BODEGAS RURALES CONASUPO, S.A. (BORUCONSA)
 - FIDEICOMISO COMISIÓN PROMOTORA CONASUPO (FICOPROCONSA) Y
 - CENTROS CONASUPO DE CAPACITACIÓN (CECONSA)
- 2) LA INDUSTRIALIZACIÓN DE BIENES BÁSICOS^{52/}, A TRAVÉS DE:
 - INDUSTRIAS CONASUPO (ICONSA)
 - TRIGO INDUSTRIALIZADO CONASUPO (TRICONSA)
 - LECHE INDUSTRIALIZADA CONASUPO (LICONSA) Y
 - MAÍZ INDUSTRIALIZADO CONASUPO (MICONSA)
- 3) LA DISTRIBUCIÓN DE BIENES BÁSICOS AL MAYOREO Y MENUDEO, A TRAVÉS DE:
 - IMPULSORA DEL PEQUEÑO COMERCIO, S.A. (IMPECSA)
 - DISTRIBUIDORA CONASUPO, S.A. (DICONSA)
 Y COMO APOYO:
 - FIDEICOMISO DE LA COMISIÓN PROMOTORA CONASUPO PARA EL MEJORAMIENTO SOCIAL.

ESTA EXPANSIÓN SE DEBIÓ, EN GRAN MEDIDA, AL ESTANCAMIENTO DEL SECTOR AGRÍCOLA Y EL CRECIENTE DÉFICIT ALIMENTARIO DEL PAÍS. ADEMÁS DE QUE ESTABA PREVISTO EN EL DECRETO DE CONSTITUCIÓN DE CONASUPO, SEGÚN EL ARTÍCULO TERCERO (QUE SEÑALA SUS FUNCIONES Y ATRIBUCIONES) FRACCIÓN VIII: "CREAR ORGANIZAR Y DIRIGIR LAS INSTITUCIONES FILIALES QUE SEAN SOCIAL Y TÉCNICAMENTE NECESARIAS - PARA EL EFICAZ CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES"^{53/}.

"LO INTERESANTE ES QUE ESTA EXPANSIÓN SE HA DADO TANTO EN PERÍODOS DE AUTOSUFICIENCIA COMO DE INSUFICIENCIA ALIMENTARIA - DEL PAÍS; ADEMÁS, TAMBIÉN HA OCURRIDO INDEPENDIENTEMENTE DE QUE LA INSTITUCIÓN HAYA JUGADO EL PAPEL CENTRAL DE LA POLÍTICA AGRÍCOLA (1970-1976) O UNO RELATIVAMENTE SECUNDARIO (1980-1982)"^{54/}.

POR OTRO LADO, SE PUEDE AFIRMAR QUE LA DISTRIBUCIÓN DIRECTA DEL ESTADO (POR MEDIO DE CONASUPO) ES COMPLEMENTARIA Y NO AN

TAGÓNICA A LA DEL SECTOR PRIVADO, PUESTO QUE CUBRE ZONAS DONDE ESTE ÚLTIMO TIENE ACCESO MUY DEFICIENTE O NO LO TIENE (ZONAS RURALES Y ZONAS MARGINADAS URBANAS),

CON ÉSTA AFIRMACIÓN PODEMOS CONSTATAR QUE LA INTERVENCIÓN ESTATAL NO INTERFIERE EN EL PROCESO DE ACUMULACIÓN DEL CAPITAL. LO CUAL QUEDARÍA EXPRESADO, EN CUANTO A SU FUNCIONALIDAD PARA - EL SISTEMA GLOBAL, COMO UNA CONTRIBUCIÓN AL MANTENIMIENTO DEL - SISTEMA.

*Es mejor encender una humilde vela
que maldecir la obscuridad.*

Confucio.

INVESTIGACION DE CAMPO

92900

IV. CONCEPTUALIZACION DE CONASUPO

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION:

- IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVOS GENERALES FORMALES DE CONASUPO.
- IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LAS AREAS OPERATIVAS DE CONASUPO.
- OBJETIVO DEL CUESTIONARIO.
- DISEÑO DEL CUESTIONARIO.
- APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO.
- TABULACIÓN Y CODIFICACIÓN DE RESULTADOS.
- RESULTADOS (REPRESENTACIÓN GRÁFICA).
- INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVOS GENERALES FORMALES DE CONASUPO.

(CONSULTADOS EN EL DECRETO CONSTITUTIVO DEL 1º-IV-65, DEL ARTÍCULO 3º RELATIVO A SUS FUNCIONES Y ATRIBUCIONES).

- PLANIFICAR, ORGANIZAR Y EJECUTAR LAS INTERVENCIONES REGULADORAS DEL ESTADO PARA EL MANTENIMIENTO DE LOS PRECIOS DE GARANTÍA O MÍNIMOS DE COMPRA DE GRANOS Y PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

- COMPRAR LOS PRODUCTOS DEL CAMPO PARA INTEGRAR RESERVAS NACIONALES QUE PERMITAN REGULAR LOS MERCADOS DE CONSUMO INTERNOS, REALIZANDO SU DISTRIBUCIÓN Y VENTA POR LOS CANALES COMERCIALES QUE SEAN ADECUADOS.

- IMPORTAR Y EXPORTAR, SEGÚN EL CASO, LAS EXISTENCIAS PREVISTAS DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

- PROMOVER LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS DE ALIMENTACIÓN POPULAR, Y REGULAR LOS NUEVOS MERCADOS EN CANTIDADES, CALIDADES Y PRECIOS.

- PROMOVER, ORGANIZAR Y OPERAR SISTEMAS COMERCIALES ADECUADOS PARA COMPRAR, ENVASAR, DISTRIBUIR Y VENDER SUBSISTENCIAS POPULARES.

- CREAR, ORGANIZAR Y DIRIGIR LAS INSTITUCIONES FILIALES QUE SEAN SOCIAL Y TÉCNICAMENTE NECESARIAS PARA EL EFICAZ CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES.

- COORDINAR SUS ACTIVIDADES CON LOS GRUPOS Y ORGANIZACIONES QUE JUZGUE CONVENIENTE.

IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LAS ÁREAS OPERATIVAS DE CONASUPO.

- COMERCIALIZACION AGROPECUARIA.

SU OBJETIVO ES: LOGRAR LA EJECUCIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LOS PLANES Y PROGRAMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS QUE MANEJA LA COMPAÑÍA, PARA ATENDER Y SATISFACER LA DEMANDA NACIONAL Y MANTENER LA RESERVA REGULADORA DE GRANOS BÁSICOS.

- OPERACIONES.

SU OBJETIVO ES: LOGRAR LA MÁXIMA EFICIENCIA Y EFICACIA EN LAS TAREAS DE RECEPCIÓN, ALMACENAMIENTO, CONSERVACIÓN, -- DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTACIÓN DE LOS PRODUCTOS QUE MANEJA CONASUPO, GARANTIZANDO LA OPORTUNA Y EFICIENTE DISTRIBUCIÓN Y DISPONIBILIDAD DE DICHOS PRODUCTOS EN LOS CENTROS DE CONSUMO.

- EMPRESAS INDUSTRIALES Y COMERCIALES.

SU OBJETIVO ES: COADYUVAR AL LOGRO DE LA OPERACIÓN ÓPTIMA DE LAS EMPRESAS QUE COMPONEN EL SISTEMA CONASUPO, TANTO - AL NIVEL PARTICULAR COMO EN SU CONJUNTO, PROPICIANDO LA - INTEGRACIÓN Y CONGRUENCIA EN LA FORMULACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LOS PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS DE OPERACIÓN, DE ADMINISTRACIÓN Y DE INVERSIONES QUE SE DESARROLLE EN EL MARCO DE LAS ATRIBUCIONES DE CONASUPO.

- PLANEACION Y FINANZAS.

SU OBJETIVO ES: LOGRAR LA EFICIENCIA Y EL MÁXIMO APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS, MATERIALES Y GENERALES, A EFECTO DE COADYUVAR AL CUMPLIMIENTO EFICAZ DE -- LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES DE CONASUPO. ASÍ COMO DEFINIR ESTRATEGIAS, POLÍTICAS Y OBJETIVOS PROGRAMÁTICOS DEL SISTEMA CONASUPO, Y COADYUVAR EN EL DESARROLLO DE LAS FUN

CIONES Y ACTIVIDADES INHERENTES A LA PLANEACIÓN Y PROGRAMACIÓN DE LAS DISTINTAS ÁREAS DE LA INSTITUCIÓN.

- DELEGACIONES.

SU OBJETIVO ES: REPRESENTAR INSTITUCIONALMENTE A LA COMPAÑÍA EN LAS RESPECTIVAS ENTIDADES FEDERATIVAS, A EFECTO DE GARANTIZAR LA MÁXIMA EFICIENCIA Y EFICACIA EN LA COORDINACIÓN, CONGRUENCIA Y SUPERVISIÓN DE LOS ÓRGANOS DEL SISTEMA CONASUPO QUE OPERAN EN EL INTERIOR DEL PAÍS, EN BENEFICIO DEL CUMPLIMIENTO DE LAS ATRIBUCIONES DE CONASUPO.^{55/}

OBJETIVO DEL CUESTIONARIO.

EL PROPÓSITO QUE SE PERSIGUE CON LA APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO CONSISTE EN RECABAR LAS DIVERSAS OPINIONES ENTRE FUNCIONARIOS, EMPLEADOS Y CLIENTES DE CONASUPO EN TORNO AL PAPEL QUE DESEMPEÑA LA INSTITUCIÓN EN LA ACTUALIDAD, A FIN DE CONTRASTAR DICHAS CONSIDERACIONES Y PODER EVALUAR ASÍ LA MISIÓN QUE PRETENDE CUMPLIR Y EL GRADO EN -- QUE LA ESTÁ CUMPLIENDO, DESDE ESAS TRES ÓPTICAS, CON LA FINALIDAD DE DETERMINAR LA BRECHA QUE PUDIERA EXISTIR ENTRE -- SU MISIÓN FORMAL Y SU MISIÓN ACTUAL, CON EL OBJETO DE IDENTIFICAR SU NUEVA MISIÓN, ES DECIR, LA REFORMULACIÓN DE OBJETIVOS REQUERIDA.

SE PRETENDE CAPTAR LA IMAGEN QUE PROYECTARÁN LOS FUNCIONARIOS, ASÍ COMO LOS EMPLEADOS, Y DESDE ESAS DOS PERSPECTIVAS DEFINIR LA IMAGEN DESDE EL INTERIOR DE LA ORGANIZACIÓN Y, POR OTRA PARTE, LA IMAGEN QUE TIENEN LOS -- CLIENTES DE CONASUPO, DESDE EL EXTERIOR; PARA PROCEDER A -- LA CONTRASTACIÓN MENCIONADA.

DISEÑO DEL CUESTIONARIO.

EL CUESTIONARIO SE FORMULARÁ EN BASE A CINCO APARTADOS:

- I) CONCEPTO DE MISIÓN.- LO CONSTITUYEN LOS PROPÓSITOS GENERALES QUE PERSIGUE CONASUPO Y QUE DE ALGUNA MANERA JUSTIFICAN SU EXISTENCIA.

DE ESTE CONCEPTO SE DESPRENDEN TRES CATEGORÍAS:

- A) COMETIDO.- LOS OBJETIVOS GENERALES QUE SE PRETENDEN ALCANZAR.
- B) SERVICIO.- EL EFECTO QUE SE PRODUCIRÁ CON LA INSTRUMENTACIÓN DE LOS OBJETIVOS FIJADOS.
- C) BENEFICIARIOS.- LOS GRUPOS SOCIALES EN LOS QUE RECAE LA ACCIÓN.

- II) MAPA DE RELACIONES CON EL MEDIO AMBIENTE.- ENTORNO EN EL QUE SE DESENVUELVE Y VÍNCULOS QUE ESTABLECE CON INSTITUCIONES, GRUPOS Y PERSONAS PARA EL LOGRO DE SU MISIÓN:

- A) INICIATIVA PRIVADA,
- B) EMPRESAS FILIALES,
- C) INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO,
- D) ORGANISMOS SOCIALES Y
- E) OTROS.

- III) ORGANIZACIÓN DE GRUPOS DE TRABAJO.- QUE COMPRENDE LAS FORMAS EN QUE PROPORCIONA ORIENTACIÓN Y APOYO A LOS DOS GRUPOS PRINCIPALES:

- A) PEQUEÑOS AGRICULTORES Y
- B) CONSUMIDORES.

- IV) RESULTADOS DE TRABAJO.- DETERMINACIÓN DEL GRADO DE EFICIENCIA CON QUE OPERA, LA COBERTURA QUE ALCANZA (EN DÓNDE Y A QUIÉNES SIRVE O BENEFICIA), ASÍ COMO DE LAS FUER

ZAS RESTRICTIVAS E IMPULSORAS PARA EL LOGRO DE SU MI-
SIÓN.

V) ASPECTO FINANCIERO.- DETERMINACIÓN DE PARÁMETROS E INDICADORES SOBRE LOS QUE SE PUEDA EVALUAR EL IMPACTO FINANCIERO DEL DESEMPEÑO DE SUS FUNCIONES:

- A) POLÍTICAS DE PRECIOS.
- B) AHORRO AL CONSUMIDOR.
- C) FUENTES DE FINANCIAMIENTO.
- D) JUSTIFICACIÓN DE SU ACTIVIDAD ECONÓMICA.
- E) RAZONES DE SU EXPANSIÓN Y CRECIMIENTO.

EL CUESTIONARIO SE INTEGRARÁ POR PREGUNTAS CERRADAS (PARA FACILITAR LA CODIFICACIÓN) DE TRES TIPOS:

- I) DE OPCIÓN MÚLTIPLE.- CON VARIAS RESPUESTAS ALTERNATIVAS Y UNA ABIERTA PARA TRATAR DE ABARCAR TODAS LAS POSIBILIDADES.
ADEMÁS, SE INCLUIRÁ UN ESPACIO EN EL QUE SE SOLICITE UNA BREVE EXPLICACIÓN SOBRE EL MOTIVO DE LA ELECCIÓN.
- II) DE JERARQUIZACIÓN.- DONDE SE SOLICITE ENENUMERAR - LOS APARTADOS QUE SE ENLISTEN, POR ORDEN DE IMPORTANCIA, A CRITERIO DEL ENCUESTADO.
- III) DE ESCALA DE PORCENTAJES.- PARA ELEGIR DENTRO DE UNA ESCALA DETERMINADA UN PORCENTAJE APROXIMADO.

TODAS LAS RESPUESTAS GIRARÁN EN TORNO A MERAS CONSIDERACIONES PERSONALES.

EL TOTAL DE PREGUNTAS TENDRÁ COMO LÍMITE MÁXIMO UN RANGO DE 20 A 30. ^{56/}

APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO.

SUJETOS DE INVESTIGACIÓN Y MODO DE ELECCIÓN.

- SUJETOS DE INVESTIGACIÓN.

SE CONSIDERAN TRES GRUPOS DE INVESTIGACIÓN, EN BASE A LA SIGUIENTE CLASIFICACIÓN:

- FUNCIONARIOS,
- EMPLEADOS Y
- CLIENTES DE CONASUPO.

= MODO DE ELECCIÓN.

DE ESOS TRES GRUPOS, LAS MUESTRAS SE CONFORMARÁN COMO SIGUE:

A) DE LAS CINCO ÁREAS OPERATIVAS QUE CONFORMAN EL ORGANIGRAMA ACTUALIZADO DE CONASUPO: 1. COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA, 2. OPERACIONES, 3. EMPRESAS INDUSTRIALES Y COMERCIALES, 4. PLANEACIÓN Y FINANZAS, Y 5. DELEGACIONES, SE SELECCIONARÁN DOS FUNCIONARIOS (DE SEGUNDO Y TERCER NIVEL JERÁRQUICO) DE CADA ÁREA OPERATIVA, CON LO QUE SE OBTIENE UN TOTAL DE DIEZ FUNCIONARIOS POR ENCUESTAR.

B) DEL TOTAL DE ÁREAS OPERATIVAS DE LA ORGANIZACIÓN, SE SELECCIONARÁN DOS EMPLEADOS (DE CUALQUIER RANGO O NIVEL), PARA OBTENER UN TOTAL DE DIEZ EMPLEADOS PARA ENCUESTAR.

LO QUE SE PRETENDE ES CAPTAR LAS POSIBLES VISIONES Y TENDENCIAS RESPECTO AL PANORAMA ORGANIZACIONAL -- QUE POSEEN TANTO LOS FUNCIONARIOS COMO LOS EMPLEADOS, DE -- ACUERDO AL ÁREA OPERATIVA EN QUE SE DESEMPEÑAN, ABARCANDO EL TOTAL DE ÁREAS OPERATIVAS. PARA CON ELLO LLEVAR A CABO LAS -- COMPARACIONES PERTINENTES.

C) DE LOS CUATRO TIPOS DE TIENDAS QUE MANE-

JA LA EMPRESA: 1) CENTROS COMERCIALES, 2) CONASUPER'S "A", 3) CONASUPER'S "B", Y 4) TIENDAS CONCESIONADAS, SE ELIGIRÁN DOS TIENDAS DE CADA TIPO, TOMANDO EN CUENTA SU UBICACIÓN FÍSICA DENTRO DE ZONAS DE INGRESO MEDIO ALTO Y ZONAS DE INGRESO BAJO.^{57/} POR LO TANTO, SE VISITARÁN OCHO TIENDAS - PARA ENCUESTAR A CINCO CLIENTES EN CADA UNA, CON LO QUE SE OBTIENE UN TOTAL DE CUARENTA CLIENTES. LOS CUALES SE SUBCLASIFICARÁN EN BASE A TRES DATOS SOCIO-ECONÓMICOS:

- EDAD,
- ESCOLARIDAD Y
- OCUPACIÓN.

SE PRETENDE CAPTAR LOS POSIBLES PUNTOS DE VISTA QUE ACERCA DE LA ORGANIZACIÓN, FUNCIONAMIENTO Y EFICIENCIA TIENEN LOS DIFERENTES TIPOS DE CLIENTES DE LAS - - TIENDAS DE CONASUPO.

NO SE EMPLEARÁ EL MUESTREO ESTADÍSTICO, - DADAS LAS CARACTERÍSTICAS DE LA PRESENTE INVESTIGACIÓN EN CUESTIÓN DE TIEMPO Y ALCANCE.

LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO SE REALIZARÁ ÚNICAMENTE EN EL ESPACIO URBANO, EXCLUYENDO EL ÁMBITO RURAL, NO POR CARECER DE RELEVANTE SIGNIFICACIÓN, SINO POR LAS LIMITACIONES ARRIBA MENCIONADAS.

92900

TABULACION Y CODIFICACION DE RESULTADOS.^{58/}FUNCIONARIOSTOTAL: 10AREAS: 5# 1. DETERMINACIÓN DEL OBJETIVO PRINCIPAL DE CONASUPO.

- 40% RESPONDIÓ QUE SU OBJETIVO PRINCIPAL ES EL DE REGU-
LAR EL MERCADO DE PRODUCTOS BÁSICOS.
- 20% CONSIDERA QUE ES EL DE GARANTIZAR EL ABASTO DE --
PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.
- 40% SEÑALA OTROS:
- 30% EL DE REGULAR EL MERCADO DE PRODUCTOS BÁ-
SICOS, ASÍ COMO TAMBIÉN GARANTIZAR EL - -
ABASTO DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.
- 10% EL DE PROCURAR LA ESTABILIDAD POLÍTICA Y
- - - SOCIAL DEL PAÍS.
- 70% RESPONDIÓ POR QUÉ LO CONSIDERA ASÍ:
- 30% ARGUMENTA QUE CONASUPO GARANTIZA EL EQUI-
LIBRIO DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN-CONSUMO.
- 20% AFIRMA QUE ESA ES LA RAZÓN DE SER O MI- -
SIÓN QUE DEBE CUMPLIR CONASUPO.
- 10% CREE QUE ES UN PAPEL DECISIVO LA FIJACIÓN
DE PRECIOS DE GARANTÍA.
- 10% OPINA QUE CONASUPO RESPONDE A LA NECESI--
DAD DE TENER SEGURIDAD ALIMENTARIA.
- 30% No RESPALDÓ SU RESPUESTA.

2. RAZONES DE JUSTIFICACIÓN DE LA EXISTENCIA DE CONASUPO.

- 40% PIENSA QUE ES NECESARIA LA EXISTENCIA DE CONASUPO PORQUE CONTRIBUYE AL BIENESTAR ECONÓMICO DE LA SOCIEDAD EN GENERAL.
- 20% JUSTIFICA SU EXISTENCIA EN BASE A QUE PROTEGE LOS INGRESOS DE LOS CAMPESINOS Y DE LAS CLASES TRABAJADORAS.
- 40% OFRECIÓ OTRAS RAZONES:
- 10% OPINA QUE GARANTIZA EL DERECHO A LA ALIMENTACIÓN.
- 10% CREE QUE ES NECESARIA LA RECTORÍA DEL ESTADO EN LA ECONOMÍA.
- 10% CONSIDERA QUE GARANTIZA LAS RESERVAS ALIMENTARIAS DEL PAÍS.
- 10% ARGUMENTA QUE SE JUSTIFICA SU EXISTENCIA POR LA PROTECCIÓN DE INGRESOS DE LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES Y CLASES TRABAJADORAS, POR EL APOYO A LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS INDUSTRIALES Y COMERCIANTES, ASÍ COMO POR SU CONTRIBUCIÓN AL BIENESTAR ECONÓMICO DE TODA LA SOCIEDAD.

3. JERARQUÍA DE ATENCIÓN A LOS GRUPOS OBJETIVO.

- 50% OTORGA EL PRIMER LUGAR A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.

- 30% ASIGNA EL PRIMER LUGAR A LOS CONSUMIDORES.
- 10% OTORGA EL PRIMER LUGAR A LOS CONCESIONARIOS DE SUS
- - - TIENDAS.
- 20% ASIGNA EL SEGUNDO LUGAR A LOS PEQUEÑOS PRODUCTO-
RES AGRÍCOLAS.
- 40% OTORGA EL SEGUNDO LUGAR A LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS
INDUSTRIALES.
- 30% ASIGNA EL SEGUNDO LUGAR A LOS CONSUMIDORES DE ME-
- - - NORES INGRESOS.
- 10% OTORGA EL TERCER LUGAR A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES
AGRÍCOLAS.
- 40% ASIGNA EL TERCER LUGAR A LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS
COMERCIANTES.
- 30% OTORGA EL TERCER LUGAR A LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS
INDUSTRIALES.
- 10% ASIGNA EL TERCER LUGAR A LOS CONSUMIDORES DE MENQ
- - - RES INGRESOS.
- 10% OTORGA EL CUARTO LUGAR A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES
AGRÍCOLAS.
- 40% ASIGNA EL CUARTO LUGAR A LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS
COMERCIANTES.
- 10% OTORGA EL CUARTO LUGAR A LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS
INDUSTRIALES.
- 10% ASIGNA EL CUARTO LUGAR A LOS CONSUMIDORES DE MENQ
RES INGRESOS.
- 20% OTORGA EL CUARTO LUGAR A LOS CONCESIONARIOS DE SUS

- - - TIENDAS.
- 10% ASIGNA EL QUINTO LUGAR A LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES.
- 10% OTORGA EL QUINTO LUGAR A LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS INDUSTRIALES.
- 10% ASIGNA EL QUINTO LUGAR A LOS CONSUMIDORES DE MENORES INGRESOS.
- 60% OTORGA EL QUINTO LUGAR A LOS CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.
- NOTA: UN FUNCIONARIO LE ASIGNÓ LA MISMA JERARQUÍA A LOS 5 GRUPOS, POR LO QUE SE EXCLUYE EL 10% QUE REPRESENTA.

4. DETECCIÓN DE LOS DISTINTOS TIPOS DE ORGANIZACIONES QUE ATIENDE CONASUPO.

- 60% COINCIDE EN QUE CONASUPO ATIENDE TANTO A COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN, SINDICATOS Y COOPERATIVAS DE CONSUMO.
- 40% SEÑALA OTRO TIPO DE ORGANIZACIONES:
- 10% ORGANIZACIONES EJIDALES.
 - 10% ASOCIACIONES AGRÍCOLAS.
 - 10% PEQUEÑO COMERCIO.
 - 10% AVICULTORES, GANADEROS Y PORCICULTORES.

5. RELACIÓN QUE GUARDA LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE CONASUPO CON LA DE LA INICIATIVA PRIVADA.

- 60% OPINA QUE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE CONASUPO RESPECTO A LA DE LA INICIATIVA PRIVADA ES COMPLEMENTARIA.
- 20% LA CONSIDERA INDEPENDIENTE.
- 20% LA CALIFICA EN OTRA FORMA:
- 10% REFIERE UNA RELACIÓN TANTO COMPETITIVA COMO COMPLEMENTARIA DENTRO DEL MERCADO.
- - - 10% LA CALIFICA DE APOYO.
- 60% EXPUSIERON EL POR QUÉ DE SU RESPUESTA.
- 30% LA ESTIMA COMPLEMENTARIA DEBIDO A QUE ABRE MERCADOS DONDE HACEN FALTA.
- 10% OPINA QUE LA CONSIDERA TANTO COMPETITIVA - COMO COMPLEMENTARIA, PUESTO QUE ASÍ LO REQUIERE LA DINÁMICA DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.
- 10% LA CALIFICA COMO COMPLEMENTARIA, YA QUE -- CONSIDERA A LA INICIATIVA PRIVADA INCAPAZ DE ATENDER LA TOTALIDAD DE LA DEMANDA.
- 10% AFIRMA QUE ES INDEPENDIENTE EN EL SENTIDO DE QUE ABARCA ÚNICAMENTE UN SEGMENTO DEL - MERCADO.
- 40% SE ABSTUVO A REFRENDAR SU RESPUESTA.

6. DEFINICIÓN DE LA FUNCIÓN QUE CUMPLEN LAS EMPRESAS FILIALES.

- 100% COINCIDE EN AFIRMAR QUE LAS EMPRESAS FILIALES COLA

- BORAN EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS FUNCIONES DE CONASUPO.
- 60% EXPUSO SUS RAZONES DE CONSIDERACIÓN.
- 30% LO CONSIDERAN ASÍ PORQUE AFIRMAN QUE CONASUPO ABARCA EN SU TOTALIDAD LA CADENA PRODUCCIÓN-CONSUMO Y LAS FILIALES APOYAN DIFERENTES FASES DEL PROCESO.
- 20% AFIRMAN QUE LAS FILIALES COADYUVAN AL LOGRO DE UN OBJETIVO COMÚN CON CONASUPO.
- 10% SOSTIENE QUE EXISTE CORRESPONDENCIA MUTUA EN SUS ACTIVIDADES.
- 40% SE ABSTUVO.

7. DETERMINACIÓN DE LA JERARQUÍA DE RELACIONES CON DEPENDENCIAS GUBERNAMENTALES.

- 80% OTORGA EL PRIMER LUGAR A SECOFI.
- 10% ASIGNA EL PRIMER LUGAR A SPP.
- 10% OTORGA EL PRIMER LUGAR A SECOGEF.
- 40% ASIGNA EL SEGUNDO LUGAR A SPP.
- 40% OTORGA EL SEGUNDO LUGAR A SARH.
- 10% ASIGNA EL SEGUNDO LUGAR A SECOFI.
- 10% OTORGA EL SEGUNDO LUGAR A SHCP.
- 50% ASIGNA EL TERCER LUGAR A SARH.
- 40% OTORGA EL TERCER LUGAR A SPP.

10% ASIGNA EL TERCER LUGAR A SHCP.

60% OTORGA EL CUARTO LUGAR A SHCP.

20% ASIGNA EL CUARTO LUGAR A SECOGEF.

10% OTORGA EL CUARTO LUGAR A SECOFI.

10% ASIGNA EL CUARTO LUGAR A SARH.

70% OTORGA EL QUINTO LUGAR A SECOGEF.

20% ASIGNA EL QUINTO LUGAR A SHCP.

10% OTORGA EL QUINTO LUGAR A SPP.

8. JERARQUÍA DE ESTABLECIMIENTO DE CONVENIOS CON Co-
NASUPO.

60% ASIGNA EL PRIMER LUGAR A LA CNC.

10% OTORGA EL PRIMER LUGAR A LA CTM.

10% ASIGNA EL PRIMER LUGAR AL CONGRESO DEL TRABAJO.

10% OTORGA EL PRIMER LUGAR AL DIF.

10% LES DIÓ LA MISMA JERARQUÍA.

40% ASIGNA EL SEGUNDO LUGAR A LA CTM.

20% OTORGA EL SEGUNDO LUGAR AL CONGRESO DEL TRABAJO.

20% ASIGNA EL SEGUNDO LUGAR AL DIF.

10% OTORGA EL SEGUNDO LUGAR A LA CNC.

10% LES DIÓ LA MISMA JERARQUÍA.

60% OTORGA EL TERCER LUGAR A LA CNOP.

20% ASIGNA EL TERCER LUGAR AL CONGRESO DEL TRABAJO.

- 10% OTORGA EL TERCER LUGAR A LA CTM.
 10% LES DIÓ LA MISMA JERARQUÍA.
- 30% ASIGNA EL CUARTO LUGAR AL CONGRESO DEL TRABAJO.
 20% OTORGA EL CUARTO LUGAR AL DIF.
 20% ASIGNA EL CUARTO LUGAR A LA CNOP.
 10% OTORGA EL CUARTO LUGAR A LA CTM.
 10% ASIGNA EL CUARTO LUGAR A LA CNC.
 10% LES DIÓ LA MISMA JERARQUÍA.
- 40% OTORGA EL QUINTO LUGAR AL DIF.
 20% ASIGNA EL QUINTO LUGAR A LA CTM.
 10% OTORGA EL QUINTO LUGAR A LA CNOP.
 10% ASIGNA EL QUINTO LUGAR A LA CNC.
 10% OTORGA EL QUINTO LUGAR AL CONGRESO DEL TRABAJO.
 10% LES DIÓ LA MISMA JERARQUÍA.
- # 9. RELACIÓN QUE GUARDAN LAS TIENDAS SINDICALES CON --
LAS TIENDAS CONASUPO.
- 50% OPINA QUE AMBAS PROCURAN LA PROTECCIÓN DEL PODER
 ADQUISITIVO DE LOS TRABAJADORES.
- 30% AFIRMA QUE SE COMPLEMENTAN EN FUNCIONES.
- 20% CONSIDERA QUE SU ACTIVIDAD COMERCIAL OBEDECE A IN-
 - - - TERESES DISTINTOS.
- 60% RESPALDA SU RESPUESTA.
- 20% PIENSA QUE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE DI- -

CHAS TIENDAS OBEDECE A INTERESES DISTINTOS, LO CONSIDERA ASÍ PORQUE PARA ELLOS LAS TIENDAS SINDICALES SÓLO PROTEGEN EL SALARIO DE SUS AGREMIADOS.

10% SEÑALA COMPLEMENTARIEDAD EN BASE A QUE LAS TIENDAS SINDICALES NO TIENEN PRESENCIA EN EL ÁMBITO RURAL.

30% OPINA QUE AMBOS TIPOS TIENEN EN COMÚN LA -- PROTECCIÓN DEL SALARIO DE LOS TRABAJADORES, YA QUE EN LA ACTUALIDAD EXISTE LIBRE ACCESO A TODAS LAS TIENDAS SINDICALES.

10. IDENTIFICACION DE MEDIOS DE ORIENTACION A LOS CONSUMIDORES.

100% COINCIDE EN QUE CONASUPO BRINDA ORIENTACIÓN A LOS CONSUMIDORES MEDIANTE: CAMPAÑAS EN RADIO Y T.V., PUBLICACIONES Y EN COLABORACIÓN CON SECOFI E INCO.

11. IDENTIFICACION DE MEDIOS DE APOYO A PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.

40% AFIRMA QUE EL PRINCIPAL QUE CONASUPO OFRECE A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS SON LOS PROGRAMAS DE COMPRAS.

30% OPINA QUE LO CONSTITUYEN LOS PRECIOS DE GARANTÍA.

30% HACE REFERENCIA DE OTROS MEDIOS:

20% CONSIDERA QUE EL APOYO PRINCIPAL RADICA --

TANTO EN LOS PROGRAMAS DE COMPRAS COMO EN
LOS PRECIOS DE GARANTÍA.

10% PIENSA QUE EL PRINCIPAL APOYO RESIDE EN QUE
CONASUPO COMPRA LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS SIN
CONSIDERAR NINGÚN LÍMITE.

40% COMPLEMENTA SU RESPUESTA:

10% SEÑALA QUE LOS PROGRAMAS DE COMPRAS REPRESENTAN UNA OPCIÓN SEGURA PARA QUE LOS CAMPESINOS VENDAN SU PRODUCTO.

10% SOSTIENE QUE TANTO LOS PRECIOS DE GARANTÍA COMO LOS PROGRAMAS DE COMPRAS ESTÁN INTEGRADOS EN UN MISMO PAQUETE.

10% DEDUCE QUE LOS PROGRAMAS DE COMPRAS EVITAN EL INTERMEDIARISMO.

10% EXPLICA QUE LOS PROGRAMAS DE COMPRAS CONTEMPLAN COMPRAS ILIMITADAS PARA EL PRODUCTOR Y ADEMÁS INCLUYEN COSTOS Y SERVICIOS DE TRANSPORTE.

60% NO COMPLEMENTÓ SU RESPUESTA.

12. EVALUACION DEL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE SU OBJETIVO PRINCIPAL.

50% ESTIMA QUE CONASUPO CUMPLE SU OBJETIVO AL 100%

20% CONSIDERA QUE LO CUMPLE AL 90%.

10% CALCULA QUE LO CUMPLE AL 80%.

10% OPINA QUE LO CUMPLE AL 70%.

10% ATRIBUYE UN GRADO DE CUMPLIMIENTO DEL 60%.

13. DETERMINACION DE FUERZAS RESTRICTIVAS AL CUMPLIMIENTO DE SU OBJETIVO.

(DEL 50% QUE NO LE ADJUDICÓ EL 100% DE CUMPLIMIENTO)

20% LO ATRIBUYE A LA LIMITACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS, TÉCNICOS Y MATERIALES.

10% LO RELACIONA CON LA FALTA DE INFRAESTRUCTURA.

20% SEÑALÓ OTRAS CAUSAS:

10% REFIERE LOS FACTORES FUERA DE CONTROL.

10% CONSIDERA QUE LAS CAUSAS PUEDEN SER TANTO LA LIMITACIÓN DE RECURSOS COMO LA FALTA DE INFRAESTRUCTURA.

30% EXPUSO SUS MOTIVOS:

10% ARGUMENTA QUE LE AFECTAN A CONASUPO LOS RECORTES DEL GASTO PÚBLICO.

10% OPINA QUE LOS RECURSOS HUMANOS SON INSUFICIENTES.

10% AFIRMA QUE OBSTACULIZAN TANTO LA FALTA DE LIQUIDEZ COMO LA FALTA DE MODERNIZACIÓN.

20% NO LO HIZO.

14. DETERMINACION DE LUGARES ESTRATEGICOS PARA LA ACTIVIDAD DE CONASUPO.

50% CONSIDERA QUE LA PRESENCIA DE CONASUPO ES MÁS NECESARIA EN EL CAMPO.

20% CREE QUE ES MÁS NECESARIA EN LAS PEQUEÑAS COMUNIDADES RURALES.

30% PROPONE OTROS SITIOS:

- 20% SOSTIENE QUE ES NECESARIA EN TODO EL PAÍS.
- 10% PIENSA QUE SE REQUIERE TANTO EN LAS PEQUEÑAS COMUNIDADES RURALES, ASÍ COMO EN LAS -
- - - ZONAS MARGINADAS URBANAS.
- 80% RESPONDIÓ POR QUÉ LO CREE ASÍ:
- 30% CONSIDERA QUE A NIVEL GLOBAL SE REQUIERE -
DE LA FUNCIÓN REGULADORA DE CONASUPO.
- 20% OPINA QUE EN LAS PEQUEÑAS COMUNIDADES RURALES ES REQUERIDA SU PRESENCIA PARA EVITAR EL INTERMEDIARISMO Y ESPECULACIÓN DE LOS -
PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.
- 10% PIENSA QUE EN EL CAMPO LA SITUACIÓN ECONÓMICA ES MÁS CRÍTICA.
- 10% AFIRMA QUE EN EL CAMPO RADICA EL SECTOR ESTRATÉGICO DE LA ECONOMÍA.
- 10% SUPONE QUE EL CAMPO REQUIERE DE ESTE TIPO DE APOYO, YA QUE LO INTEGRAN CLASES DE INGRESOS MUY BAJOS.
- 20% NO RESPONDIÓ EL POR QUÉ.

15. DETERMINACION DEL TIPO DE CLIENTES DE LAS TIENDAS CONASUPO MAYORMENTE BENEFICIADOS.

- 30% COINCIDE EN SEÑALAR QUE LO SON LOS CAMPESINOS Y --
SUS FAMILIAS.
- 30% ELIGE A LAS CLASES DE INGRESOS BAJOS Y MEDIOS.
- 10% AFIRMA QUE LO SON LOS OBREROS Y SUS FAMILIAS.

10% CONSIDERA QUE LO SON TANTO LOS CAMPESINOS COMO LOS OBREROS Y SUS FAMILIAS.

10% OPINA QUE LO ES TODA LA POBLACIÓN.

10% SEÑALA OTRO GRUPO:

- LA POBLACIÓN DE ESCASOS RECURSOS.

- - -

50% EXPLICÓ POR QUÉ LO ESTIMA ASÍ:

20% OPINA QUE LA INICIATIVA PRIVADA TIENE POCO INTERÉS EN ATENDER LA DEMANDA DE LA POBLACIÓN CAMPESINA.

10% CONSIDERA QUE LA POBLACIÓN OBJETIVO DE CONASUPO ES LA DE ESCASOS RECURSOS.

10% ARGUMENTA QUE LA MAYORÍA DE LA CLIENTELA - DE LAS TIENDAS CONASUPO LA CONSTITUYEN LAS CLASES DE INGRESOS BAJOS Y MEDIOS.

10% SOSTIENE QUE EL NIVEL DE PRECIOS ESTABLECIDO POR CONASUPO ESTÁ ADAPTADO AL NIVEL DE INGRESOS DE LOS CAMPESINOS Y OBREROS.

50% NO LO HIZO.

16. EVALUACION DEL GRADO DE EFICIENCIA EN EL ABASTO CON QUE OPERA CONASUPO.

40% OTORGA UN 60% DE EFICIENCIA AL SERVICIO DE ABASTO.

30% LE ASIGNA UN 90% DE EFICIENCIA.

20% ESTIMA UN 50% DE EFICIENCIA.

10% CALCULA UN 100% DE EFICIENCIA.

17. IDENTIFICACION DE FUERZAS IMPULSORAS Y RESTRICTIVAS EN RELACION A LA EFICIENCIA EN EL ABASTO.

40% CONSIDERA COMO LIMITANTE LA INSUFICIENCIA EN EL ABASTO.

20% SEÑALA SUFICIENCIA, OPORTUNIDAD Y ACCESIBILIDAD EN LOS PRECIOS RESPECTO AL ABASTO.

40% LO ATRIBUYE A OTRAS RAZONES:

10% ESTIMA DEFICIENTE EL ASPECTO MERCADOTÉCNICO.

10% CALIFICA INSUFICIENTE EL ABASTO E INADECUADO EL NIVEL DE PRECIOS.

10% ARGUMENTA QUE LA DEFICIENCIA EN EL ABASTO REPERCUTE EN MALA IMAGEN PARA CONASUPO.

10% CONSIDERA EFICIENTE EL ABASTO EN RELACIÓN A SUFICIENCIA, OPORTUNIDAD Y NIVEL DE PRECIOS, ASÍ COMO POR SU AMPLIA COBERTURA A NIVEL NACIONAL.

18. MEDICION DE LA UTILIDAD DE LOS PROGRAMAS ANUALES DE VENTA QUE INSTRUMENTA CONASUPO.

80% RESPONDIÓ QUE LOS PROGRAMAS DE VENTA ANUALES DE JUGUETES Y ÚTILES ESCOLARES RESULTAN REALMENTE BENÉFICOS PORQUE AYUDAN A CONTRARRESTAR LA ESPECULACIÓN DE DICHOS ARTÍCULOS.

20% NO LOS CONSIDERA BENÉFICOS:

10% PORQUE LOS ESTIMA COMO UNA FUNCIÓN AJENA AL

OBJETIVO DE CONASUPO, YA QUE NO SE TRATA DE ALIMENTOS.

10% PORQUE PIENSA QUE EN ESTOS RENGLONES EL ABASTO ES INSUFICIENTE Y LOS PRECIOS NO SON REALMENTE BAJOS.

19. CONTRASTACION DE VENTAJAS ENTRE LAS TIENDAS CONASUPO Y LAS TIENDAS SINDICALES.

70% AFIRMA QUE LA ÚNICA VENTAJA DE LAS TIENDAS CONASUPO ES SU MEJOR UBICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN EN ZONAS ESTRATÉGICAS.

20% NO LES ATRIBUYE NINGUNA VENTAJA.

10% SEÑALA COMO VENTAJA EL NIVEL DE PRECIOS.

20. IDENTIFICACION DE POLITICAS DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

30% ARGUMENTA QUE OBEDECEN A LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS.

20% CONSIDERA QUE SE BASAN EN EL NIVEL DE INGRESOS DE LA CLASE CONSUMIDORA A LA QUE SE DIRIGE.

20% OPINA QUE SE SUJETAN A LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LA INSTITUCIÓN.

20% AFIRMA QUE SE ESTABLECEN DE ACUERDO A OTRAS RAZONES:

10% TANTO AL NIVEL DE INGRESOS DE SUS CLIENTES, COMO A LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS.

10% A LA RELACIÓN ENTRE COSTO Y MARGEN DE UTILIDAD DE LAS MERCANCÍAS.

- 10% DESCONOCE LOS FACTORES DE DETERMINACIÓN DE DICHAS -
 - - - POLÍTICAS.
- 50% EXPUSO LAS RAZONES DE SU CONSIDERACIÓN:
- 10% AFIRMA QUE LAS POLÍTICAS DE PRECIOS SE FI-
 JAN POR ABAJO DEL PROMEDIO DE PRECIOS DEL
 MERCADO DE BÁSICOS.
- 10% ESTIMA QUE LA BASE A CONSIDERAR ES EL SALA-
 RIO MÍNIMO.
- 10% CONSIDERA QUE SE ADECÚAN A LA POLÍTICA ECO-
 NÓMICA VIGENTE EN FUNCIÓN DE LA SITUACIÓN
 ECONÓMICA DEL PAÍS.
- 10% OPINA QUE SE DETERMINAN EN BASE AL SUBSIDIO
 DE LA "CANASTA BÁSICA".
- 10% ARGUMENTA QUE DEPENDEN DE LA SITUACIÓN ECO-
 NÓMICA DEL PAÍS, YA QUE CONASUPO ADOPTA UNA
 FUNCIÓN REGULADORA.
- 50% SE ABSTUVO.

21. DEFINICION DEL PORCENTAJE DE AHORRO AL CONSUMIDOR.

- 30% CALCULA UN 20% DE AHORRO PARA LOS CONSUMIDORES.
- 30% ESTIMA UN 15% DE AHORRO.
- 30% CALCULA UN 10% DE AHORRO.
- 10% ESTIMA UN 5% DE AHORRO.

22. IDENTIFICACION DE LA PRINCIPAL FUENTE DE FINANCIA-
 MIENTO DE LA INSTITUCION.

- 30% CONSIDERA COMO FUENTE PRINCIPAL LOS SUBSIDIOS DEL -
GOBIERNO.
- 30% SEÑALA LA ASIGNACIÓN DE PARTIDA PRESUPUESTAL.
- 40% REFIERE OTRAS:
- 10% TANTO LOS SUBSIDIOS COMO EL PRESUPUESTO FE-
DERAL ASIGNADOS.
- 10% TANTO LA CANALIZACIÓN DE SUBSIDIOS, COMO LA
ASIGNACIÓN DE PRESUPUESTO, EL CRÉDITO BANCA
RIO Y LA PARTICIPACIÓN EN LA DEUDA PÚBLICA.
- 10% LOS INGRESOS PROPIOS.
- 10% TANTO LOS INGRESOS PROPIOS COMO EL PRESUPUES
TO FEDERAL.
- - -
- 40% EXPLICA LOS MOTIVOS DE SU CONSIDERACIÓN:
- 20% SABE QUE SE FINANCIÁ DEL PRESUPUESTO FEDE-
RAL, YA QUE ES UN ORGANISMO PÚBLICO DESCEN
TRALIZADO.
- 10% OPINA QUE SE FINANCIÁ MEDIANTE SUBSIDIOS,-
DEBIDO A QUE SE ASIGNAN RECURSOS AJENOS.
- 10% SEÑALA QUE LOS SUBSIDIOS SON SU PRINCIPAL
RECURSO DE FINANCIAMIENTO.
- 60% No EXPLICÓ MOTIVOS.

23. CONSIDERACION DEL ASPECTO MAS TRASCENDENTE DEL PA-
PEL DE CONASUPO.

- 30% OTORGA LA MISMA RELEVANCIA A LO SOCIAL, ECONÓMICO
Y POLÍTICO.
- 20% OPINA QUE ES MÁS TRASCENDENTE EL ASPECTO SOCIAL DE

SU PAPEL.

10% AFIRMA QUE ES TRASCENDENTAL EL ASPECTO POLÍTICO.

40% ELIGE UNA COMBINACIÓN DE ASPECTOS RELEVANTES:

30% SOCIO-ECONÓMICO.

10% POLÍTICO-ECONÓMICO.

24. DETERMINACION DE LAS RAZONES DE CONSIDERACION RESPECTO A LO TRASCENDENTAL DE SU PAPEL.

20% HACE REFERENCIA AL MEJORAMIENTO DE LOS NIVELES DE ALIMENTACIÓN, SALUD Y BIENESTAR DE LA MAYOR PARTE DE LA POBLACIÓN.

30% LO RELACIONA CON LA RESPUESTA A PRESIONES POLÍTICAS ORIGINADAS POR SITUACIONES DE ACAPARAMIENTO, ESPECULACIÓN Y EXCESIVO INTERMEDIARISMO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS.

40% SEÑALA EL MEJORAMIENTO SOCIAL, ECONÓMICO Y POLÍTICO.

10% CONSIDERA TANTO EL MEJORAMIENTO SOCIAL, ASÍ COMO LA CONTRIBUCIÓN A LA REDISTRIBUCIÓN DEL INGRESO.

25. IDENTIFICACION DE CAUSAS DE EXPANSION Y CRECIMIENTO DEL SISTEMA CONASUPO.

30% AFIRMA QUE SE DEBE AL AUMENTO DE LA POBLACIÓN.

30% OPINA QUE SE DEBE AL ÉXITO DE SUS OPERACIONES.

40% SEÑALA OTRAS CAUSAS:

20% TANTO AL AUMENTO DE LA POBLACIÓN, COMO AL ÉXITO DE SUS OPERACIONES.

10% TANTO A LA DESESTABILIDAD ECONÓMICA DEL --

- PAÍS, COMO A DISPOSICIONES PRESIDENCIALES.
- 10% DEBIDO A LA INCAPACIDAD DE ABASTO POR PARTE DE LA INICIATIVA PRIVADA.
- - -
- 40% EXPLICÓ LAS RAZONES:
- 10% ESTIMA QUE AL AUMENTAR LA POBLACIÓN SE INCREMENTA LA DEMANDA DEL MERCADO.
- 10% CONSIDERA QUE CONASUPO HA CRECIDO Y SE HA EXPANDIDO, DADO QUE LA DESESTABILIDAD ECONÓMICA ACTUAL DEL PAÍS REQUIERE DE LA ADOCIÓN DE MEDIDAS PREVENTIVAS Y/O CORRECTIVAS, SIENDO CONASUPO UN INSTRUMENTO REGULADOR DEL MERCADO.
- 10% PIENSA QUE EL ÉXITO DE CONASUPO RADICA EN QUE HA SABIDO ATENDER LAS DEMANDAS NACIONALES DE ALIMENTACIÓN, CONFORME HAN VARIADO.
- 10% OPINA QUE DEBIDO AL AUMENTO DE LA POBLACIÓN SE HACE MÁS NECESARIA LA INTERVENCIÓN REGULADORA DE CONASUPO.
- 60% No LO HIZO.

EMPLEADOS.TOTAL: 10.AREAS: 5.# 1. DETERMINACION DEL OBJETIVO PRINCIPAL (MISION) DE -
CONASUPO.70% RESPONDIO QUE EL OBJETIVO PRINCIPAL DE CONASUPO ES
REGULAR EL MERCADO DE PRODUCTOS BÁSICOS.20% ASENTÓ QUE ES GARANTIZAR EL ABASTO DE PRODUCTOS DE
PRIMERA NECESIDAD.10% . SUPUSO QUE ES MEJORAR EN CALIDAD Y CANTIDAD LA ALI-
- - - MENTACIÓN DE LA POBLACIÓN.

50% RESPONDIO POR QUÉ LO CONSIDERA ASÍ:

20% CONSIDERA QUE AL REGULAR EL MERCADO SE EVI-
TA EL "COYOTAJE" Y EL ALZA DE PRECIOS INNE-
CESARIA.10% AFIRMA QUE AL GARANTIZAR EL ABASTO SE BRIN-
DA UNA OPCIÓN A LAS CLASES POPULARES PARA
ADQUIRIR PRODUCTOS BÁSICOS.10% OPINA QUE EL PROMOVER EL MEJORAMIENTO DE -
LOS NIVELES DE ALIMENTACIÓN ES UNA FORMA -
DE MANTENER SANA A LA POBLACIÓN, Y RESPON-
SABILIDAD DEL GOBIERNO.10% PIENSA QUE LA REGULACIÓN DE MERCADO ES LA
PREOCUPACIÓN PRINCIPAL DEL GOBIERNO FEDE--
RAL.

50% No RESPONDIO EL POR QUÉ.

2. DEFINICION DE LAS RAZONES DE JUSTIFICACION DE LA -
EXISTENCIA DE CONASUPO.

40% CREE QUE ES NECESARIA LA EXISTENCIA DE CONASUPO --
PORQUE PROTEGE LOS INGRESOS DE LOS CAMPESINOS Y DE
LAS CLASES TRABAJADORAS.

40% JUSTIFICA SU EXISTENCIA EN RAZÓN A SU CONTRIBUCIÓN
AL BIENESTAR ECONÓMICO DE LA SOCIEDAD.

10% LA ESTIMA NECESARIA PORQUE BRINDA APOYO A LOS PE--
QUEÑOS COMERCIANTES E INDUSTRIALES.

10% PROPUSO OTRA RAZÓN:

CONSIDERA QUE CONASUPO CUMPLE CON UN OBJE--
TIVO SOCIAL.

3. DETERMINACION DE JERARQUIA DE ATENCION A GRUPOS OB-
JETIVO.

40% OTORGÓ EL PRIMER LUGAR A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES
AGRÍCOLAS.

50% OTORGÓ EL PRIMER LUGAR A LOS CONSUMIDORES DE MENO--
RES INGRESOS.

10% OTORGÓ EL PRIMER LUGAR A LOS CONCESIONARIOS DE SUS
TIENDAS.

- - -

40% ASIGNÓ EL SEGUNDO LUGAR A LOS CONSUMIDORES DE MENO--
RES INGRESOS.

30% ASIGNÓ EL SEGUNDO LUGAR A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES
AGRÍCOLAS.

- 20% ASIGNÓ EL SEGUNDO LUGAR A LOS CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.
- 10% ASIGNÓ EL SEGUNDO LUGAR A LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES.
- 60% OTORGÓ EL TERCER LUGAR A LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES.
- 10% A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.
- 10% A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES INDUSTRIALES.
- 10% A LOS CONSUMIDORES DE MENORES INGRESOS.
- 10% A LOS CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.
- 50% ASIGNÓ EL CUARTO LUGAR A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES - INDUSTRIALES.
- 30% A LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES.
- 20% A LOS CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.
- 40% OTORGÓ EL QUINTO LUGAR A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES INDUSTRIALES.
- 40% A LOS CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.
- 20% A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.

4. DETECCION DE OTROS TIPOS DE ORGANIZACIONES QUE - ATIENDE CONASUPO.

- 50% COINCIDE EN CONSIDERAR QUE CONASUPO ATIENDE TAMBIÉN A COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN, DE CONSUMO Y A SINDI CATOS.
- 20% SABE QUE CONASUPO ATIENDE TAMBIÉN A COOPERATIVAS -

DE CONSUMO.

- 10% HACE REFERENCIA SÓLO A LAS COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN.
- 10% REFIERE ÚNICAMENTE A LOS SINDICATOS.
- 10% LO DESCONOCE.

5. CALIFICACION DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE CONASUPO FRENTE A LA DE LA INICIATIVA PRIVADA.

- 60% CONSIDERA QUE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE CONASUPO SE COMPLEMENTA CON LA DE LA INICIATIVA PRIVADA.
- 20% ESTABLECE UNA RELACIÓN DE COMPETENCIA ENTRE AMBAS.
- 10% LA CALIFICA COMO INDEPENDIENTE.
- 10% PROPONE OTRO CALIFICATIVO:

GARANTIZA LOS PRECIOS DE LA "CANASTA BÁSICA".

- 50% REFRENDA SU RESPUESTA:

- 20% OPINA QUE ES COMPLEMENTARIA, YA QUE ABARCA DISTINTOS SECTORES DEL MERCADO.
- 10% AFIRMA QUE ES COMPLEMENTARIA PORQUE CONTEMPLA MERCADOS RURALES.
- 10% PIENSA QUE ES COMPETITIVA EN RAZÓN A PRECIOS.
- 10% LA CONSIDERA INDEPENDIENTE PORQUE PERSIGUE UN OBJETIVO QUE NO ES LUCRATIVO.

- 50% SE ABSTUVO.

6. IDENTIFICACION DE LA FUNCION DE LAS EMPRESAS FILIALES DE CONASUPO.

100% COINCIDE EN AFIRMAR QUE LAS EMPRESAS FILIALES DE -
CONASUPO COLABORAN EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS FUN--
- - - CIONES.

40% COMENTÓ SOBRE SUS RESPUESTAS:

20% ASEGURA QUE LAS FILIALES TIENEN UN FIN CO-
MÚN AL DE CONASUPO.

10% OPINA QUE LAS FILIALES SON LAS VÍAS QUE U-
TILIZA CONASUPO PARA LOGRAR SU MISIÓN.

10% ARGUMENTA QUE LAS FILIALES REPRESENTAN LOS
MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN QUE NECESITA Co-
NASUPO.

60% No lo hizo.

7. ESTABLECIMIENTO DE JERARQUIA DE RELACIONES ENTRE -
CONASUPO Y LAS SECRETARIAS DE ESTADO.

70% OTORGÓ EL PRIMER LUGAR A SECOFI.

10% A LA SARH.

10% A LA SHCP.

10% A LA SECOGEF.

40% ASIGNÓ EL SEGUNDO LUGAR A LA SARH.

30% A LA SECOGEF.

20% A LA SPP.

10% A LA SHCP.

40% OTORGÓ EL TERCER LUGAR A LA SHCP.
 30% A LA SARH.
 30% A LA SPP.

30% ASIGNÓ EL CUARTO LUGAR A LA SPP.
 30% A LA SECOGEF.
 20% A LA SHCP.
 20% A LA SARH.

30% OTORGÓ EL QUINTO LUGAR A LA SECOFI.
 30% A LA SECOGEF.
 20% A LA SPP.
 20% A LA SHCP.

8. DEFINICION DE JERARQUIA DE LOS ORGANISMOS SECTORIA-
 LES QUE ESTABLECEN CONVENIOS CON CONASUPO.

20% ASIGNÓ EL PRIMER LUGAR A LA CTM Y CROC.
 20% A LA CNC Y CCI.
 20% AL CONGRESO DEL TRABAJO.
 10% A LA CNOP Y CNPP.
 10% AL DIF Y FONACOT.

30% OTORGÓ EL SEGUNDO LUGAR A LA CNC Y CCI.
 20% A LA CTM Y CROC.
 20% A LA CNOP Y CNPP.
 10% AL CONGRESO DEL TRABAJO.

40% ASIGNÓ EL TERCER LUGAR A LA CNOP Y CNPP.
 20% A LA CTM Y CROC.
 20% AL DIF Y FONACOT.

30% OTORGÓ EL CUARTO LUGAR AL CONGRESO DEL TRABAJO.
 30% AL DIF Y FONACOT.
 10% A LA CTM Y CROC.
 10% A LA CNOP Y CNPP.

30% ASIGNÓ EL QUINTO LUGAR A LA CNC Y CCI.
 20% AL CONGRESO DEL TRABAJO.
 20% AL DIF Y FONACOT.
 10% A LA CTM Y CROC.

NOTA: 20% DESCONOCE LOS CONVENIOS.

9. DEFINICION DE LA RELACION ENTRE TIENDAS CONASUPO Y TIENDAS SINDICALES.

80% CONSIDERA QUE TANTO LAS TIENDAS CONASUPO COMO LAS TIENDAS SINDICALES PROCURAR LA PROTECCIÓN DEL PODER ADQUISITIVO DEL SALARIO DE LOS TRABAJADORES.
 20% OPINA QUE AMBAS TIENDAS SE COMPLEMENTAN EN EL MERCADO.
 - - -
 40% RESPALDÓ SU RESPUESTA:
 30% ARGUMENTA QUE AMBAS PERSIGUEN UN OBJETIVO

SOCIAL AL PROCURAR LA PROTECCIÓN DEL SALARIO.

10% PIENSA QUE SE COMPLEMENTAN PORQUE LA DEMANDA DE PRODUCTOS BÁSICOS ES MUY GRANDE.

60% NO LA RESPALDÓ.

10. IDENTIFICACION DE MEDIOS DE ORIENTACION A LOS CONSUMIDORES.

40% OPINA QUE CONASUPO BRINDA ORIENTACIÓN A LOS CONSUMIDORES POR MEDIO DE CAMPAÑAS EN RADIO, T.V., PUBLICACIONES, COMO TAMBIÉN EN COLABORACIÓN CON SECOFI E INCO.

20% AFIRMA QUE LA ORIENTACIÓN SE BRINDA POR MEDIO DE CAMPAÑAS EN RADIO Y T.V.

20% SOSTIENE QUE LA ORIENTACIÓN ES BRINDADA EN COLABORACIÓN CON SECOFI E INCO.

20% PROPONE UNA COMBINACIÓN DE MEDIOS:

TANTO EN CAMPAÑAS DE RADIO Y T.V., COMO TAMBIÉN EN COLABORACIÓN CON SECOFI E INCO.

11. IDENTIFICACION DE MEDIOS DE APOYO A PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRICOLAS.

50% ESTIMA QUE EL PRINCIPAL APOYO A LOS CAMPESINOS POR PARTE DE CONASUPO SON LOS PRECIOS DE GARANTÍA A SUS PRODUCTOS.

- 40% CONSIDERA QUE LO CONSTITUYEN LOS PROGRAMAS DE COMPRAS.
- 10% REFIERE LA CANALIZACIÓN DE RECURSOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS.
- - -
- 30% RESPALDÓ SU OPINIÓN:
- 10% AFIRMA QUE LOS PROGRAMAS DE COMPRAS CONTEMPLAN ADEMÁS LOS PRECIOS DE GARANTÍA.
- 10% PIENSA QUE LOS PRECIOS DE GARANTÍA EVITAN FENÓMENOS DE ACAPARAMIENTO Y ESPECULACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS.
- 10% ARGUMENTA QUE LOS PROGRAMAS DE COMPRAS REPRESENTAN UNA GARANTÍA PARA LOS CAMPESINOS.
- 70% NO LO HIZO.

12. EVALUACION DEL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE SU OBJETIVO PRINCIPAL.

- 30% ESTIMA QUE CONASUPO CUMPLE SU OBJETIVO PRINCIPAL - AL 70%.
- 20% OTORGA UN 100% DE CUMPLIMIENTO.
- 20% ASIGNA UN 80% DE CUMPLIMIENTO.
- 10% CALCULA UN 90% DE CUMPLIMIENTO.
- 10% OTORGA UN 75% DE CUMPLIMIENTO.
- 10% ASIGNA UN 60% DE CUMPLIMIENTO.

13. DETERMINACION DE FUERZAS RESTRICTIVAS AL CUMPLIMIENTO DE SU OBJETIVO.

- 30% ATRIBUYE EL DÉFICIT DE EFICIENCIA A LA LIMITACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS, TÉCNICOS Y MATERIALES.
- 10% LO RELACIONA CON LA FALTA DE INFRAESTRUCTURA.
- 10% CONSIDERA QUE REPERCUTE EL DESCONOCIMIENTO DE LAS NECESIDADES REALES DEL MERCADO DE BÁSICOS.
- 10% REFIERE LA DEFICIENCIA EN LA COORDINACIÓN DE OPERACIONES.
- 20% CITA OTRAS CAUSAS:
- 10% LA DEFICIENCIA COMERCIAL.
- 10% TANTO LA LIMITACIÓN DE RECURSOS COMO LA DEFICIENTE COORDINACIÓN DE OPERACIONES.
- 20% SE EXCLUYE PORQUE MARCÓ EL 100% DE LA ESCALA.
- - -
- 40% REFRENDÓ SU RESPUESTA:
- 20% CONSIDERA QUE EL DÉFICIT SE DEBE A LA INSUFICIENCIA DE RECURSOS CON QUE CUENTA LA INSTITUCIÓN.
- 10% OPINA QUE LA DEFICIENCIA COMERCIAL RADICA EN LA INCONGRUENCIA QUE REPRESENTA LA META NO LUCRATIVA DE LA ORGANIZACIÓN.
- 10% PIENSA QUE LA FALTA DE INFRAESTRUCTURA NO PERMITE CUMPLIR CABALMENTE SU OBJETIVO SOCIAL.
- 40% NO COMENTÓ AL RESPECTO.

14. DETERMINACION DE LUGARES ESTRATEGICOS PARA LA ACTIVIDAD DE CONASUPO.

- 30% CONSIDERA MÁS NECESARIA LA PRESENCIA DE CONASUPO -
EN EL CAMPO.
- 30% CREE MÁS NECESARIA SU PRESENCIA EN LAS ZONAS MARGI-
NADAS URBANAS.
- 40% CITA OTROS LUGARES:
- 20% TANTO EN LAS PEQUEÑAS COMUNIDADES RURALES,
COMO EN LAS ZONAS MARGINADAS URBANAS.
- - - 20% EN TODO EL PAÍS.
- 70% EXPUSO SUS RAZONES:
- 30% SEÑALA QUE EN LAS PEQUEÑAS COMUNIDADES RU-
RALES COMO EN LAS ZONAS MARGINADAS URBANAS
VIVEN LAS CLASES SOCIALES MÁS DESPROTEGI--
DAS ECONÓMICAMENTE.
- 20% OPINA QUE A NIVEL NACIONAL SE REQUIERE LA
INTERVENCIÓN REGULADORA DE CONASUPO.
- 10% AFIRMA QUE EN EL CAMPO NO HAY UN ABASTO SU-
FICIENTE.
- 10% SOSTIENE QUE EN EL CAMPO ES NECESARIO EVI-
TAR EL MONOPOLIO COMERCIAL DE GRANOS.
- 30% No LAS EXPUSO.

15. DETERMINACION DEL TIPO DE CLIENTES DE LAS TIENDAS
CONASUPO MAYORMENTE BENEFICIADOS.

- 50% COINCIDE EN QUE LOS CLIENTES MÁS BENEFICIADOS SON
LAS CLASES DE INGRESOS BAJOS Y MEDIOS.
- 40% ARGUMENTA QUE SE BENEFICIA A TODA LA POBLACIÓN.

- 10% CREE QUE LOS GRUPOS MÁS BENEFICIADOS SON TANTO LOS
 - - - CAMPESINOS COMO LOS OBREROS Y SUS FAMILIAS.
- 40% EXPLICÓ POR QUÉ LO ESTIMA ASÍ:
- 10% PIENSA QUE LOS CAMPESINOS Y LOS OBREROS --
 SON LOS GRUPOS CON MENORES RECURSOS ECONÓ-
 MICOS.
- 30% OPINA QUE LOS BENEFICIOS QUE BRINDA CONASU
 PO SE DAN A NIVEL GENERAL.
- 60% SE ABSTUVO.

16. EVALUACION DEL GRADO DE EFICIENCIA EN EL ABASTO -
 CON QUE OPERA CONASUPO.

- 20% ADJUDICA AL SERVICIO DE ABASTO EN TIENDAS Y ALMACÉ
 NES CONASUPO UN GRADO DE EFICIENCIA DEL 90%.
- 20% OTORGA UN 70% DE EFICIENCIA.
- 20% ASIGNA UN 60% DE EFICIENCIA.
- 10% ESTIMA UN 100% DE EFICIENCIA.
- 10% OTORGA EL 80% DE EFICIENCIA.
- 10% CONSIDERA UN 75% DE EFICIENCIA.
- 10% DA UN 50% DE EFICIENCIA.

17. IDENTIFICACION DE FUERZAS IMPULSORAS Y RESTRIC-
 TIVAS EN RELACION A LA EFICIENCIA EN EL ABASTO.

- 60% ESTIMA DEFICIENTE EL ABASTO EN CUANTO A SU INSUFI-
 CIENCIA.

- 20% LO CONSIDERA EFICIENTE EN RELACIÓN A SUFICIENCIA, -
OPORTUNIDAD Y ACCESIBILIDAD EN PRECIOS.
- 20% RECONOCE OTRAS CAUSAS:
- 10% CREE QUE ES EFICIENTE EN CUANTO A SUFICIEN
CIA, OPORTUNIDAD, ACCESIBILIDAD EN PRECIOS
Y AMPLIA COBERTURA .
- 10% OPINA QUE ES DEFICIENTE EN RELACIÓN A SU -
INSUFICIENCIA E INADECUACIÓN DE NIVELES DE
PRECIOS.

18. MEDICION DE LA UTILIDAD DE LOS PROGRAMAS ANUALES -
DE VENTA QUE INSTRUMENTA CONASUPO.

- 70% CONSIDERA BENÉFICOS LOS PROGRAMAS ANUALES DE VENTA
DE JUGUETES Y ÚTILES ESCOLARES PORQUE AYUDAN A CON
TRARRESTAR LA ESPECULACIÓN DE LA INICIATIVA PRIVA
DA.
- 30% NO LOS CONSIDERA BENÉFICOS:
- 10% PORQUE ARGUMENTA QUE EL ABASTO ES INSUFI
CIENTE.
- 10% PORQUE AFIRMA QUE LOS PRECIOS QUE SE OFRE
CEN NO SON REALMENTE BAJOS.
- 10% PORQUE SOSTIENE QUE EXISTE INSUFICIENCIA -
EN EL ABASTO Y LOS PRECIOS NO SON BAJOS.

19. CONTRASTACION DE VENTAJAS ENTRE LAS TIENDAS CONASU
PO Y LAS TIENDAS SINDICALES.

- 50% COINCIDE EN AFIRMAR QUE NO EXISTE VENTAJA ALGUNA -
ENTRE LAS TIENDAS CONASUPO Y LAS TIENDAS SINDICA--
LES.
- 40% OPINA QUE LAS TIENDAS CONASUPO TIENEN COMO ÚNICA -
VENTAJA UNA MEJOR UBICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.
- 10% SEÑALA QUE LA VENTAJA DE LAS TIENDAS CONASUPO RADICA EN MEJORES PRECIOS DE LAS MERCANCÍAS.

20. IDENTIFICACION DE POLITICAS DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

- 40% CONSIDERA QUE LAS POLÍTICAS DE PRECIOS AL CONSUMIDOR SE ESTABLECEN DE ACUERDO AL NIVEL DE INGRESOS DE LA CLASE CONSUMIDORA A LA QUE SE DIRIGE.
- 20% OPINA QUE SE FIJAN EN BASE A LA SITUACIÓN ECONÓMICA QUE PREVALECE EN EL PAÍS.
- 10% PIENSA QUE DEPENDEN DEL TIPO DE TIENDA.
- 10% PROPONE OTRO FACTOR:
AFIRMA QUE SE DETERMINAN DE ACUERDO A LA -
FIJACIÓN DE PRECIOS OFICIALES.
- 20% LO DESCONOCE.

- - -

- 30% COMENTÓ SOBRE SU RESPUESTA:
- 20% ARGUMENTA QUE LAS POLÍTICAS DE PRECIOS SE FIJAN SEGÚN EL NIVEL DE INGRESOS DE LA CLASE CONSUMIDORA A LA QUE SE DIRIGE, YA QUE ES AQUÍ DONDE SE DEFINE EL OBJETIVO SOCIAL DE LA INSTITUCIÓN.

10% SOSTIENE QUE ES NECESARIO ESTABLECER POLÍTICAS DE PRECIOS ACORDES A LOS PRECIOS OFICIALES PARA CONTRARRESTAR LA ESPECULACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS.

70% No comentó.

21. DEFINICION DEL PORCENTAJE DE AHORRO AL CONSUMIDOR.

20% CALCULA UN AHORRO AL CONSUMIDOR DE LAS TIENDAS CONASUPO DEL 20% APROXIMADO.

20% ESTIMA UN AHORRO DEL 15% APROXIMADO.

20% CONSIDERA UN AHORRO DEL 10%.

10% SUPONE UN AHORRO DEL 35%.

10% CALCULA UN AHORRO DEL 25%.

10% ESTIMA UN AHORRO DEL 5%.

10% No considera ningún porcentaje de ahorro.

22. IDENTIFICACION DE LA PRINCIPAL FUENTE DE FINANCIAMIENTO DE LA INSTITUCION.

50% DETERMINA COMO PRINCIPAL FUENTE DE FINANCIAMIENTO DE LA INSTITUCIÓN LOS SUBSIDIOS DEL GOBIERNO FEDERAL.

20% CONSIDERA LA ASIGNACIÓN DE LA PARTIDA PRESUPUESTAL

10% REFIERE OTRA FUENTE:

TANTO LA CANALIZACIÓN DE SUBSIDIOS COMO SU PARTICIPACIÓN EN LA DEUDA PÚBLICA.

20% DESCONOCE LA FUENTE DE FINANCIAMIENTO.

20% COMPLEMENTÓ SU RESPUESTA:

10% ARGUMENTA QUE DEBIDO AL ENORME VOLUMEN DE TRANSACCIONES QUE MANEJA LA INSTITUCIÓN - ES NECESARIA LA ASIGNACIÓN DE SUBSIDIOS - DEL GOBIERNO.

10% SOSTIENE QUE LOS SUBSIDIOS Y SU DEUDA SON RECURSOS COMPLEMENTARIOS PARA SU FINANCIAMIENTO.

80% No LA COMPLEMENTÓ.

23. CONSIDERACION DEL ASPECTO MAS TRASCENDENTE DEL PAPEL DE CONASUPO.

40% CONSIDERA MÁS TRASCENDENTES LOS ASPECTOS TANTO SOCIAL COMO ECONÓMICO DEL PAPEL DE CONASUPO.

30% ESTIMA TRASCENDENTES LOS 3 ASPECTOS: SOCIAL, ECONÓMICO Y POLÍTICO.

20% OPINA QUE ES MÁS TRASCENDENTE EL ASPECTO SOCIAL.

10% CREE MÁS TRASCENDENTE EL ASPECTO SOCIO-POLÍTICO.

24. DETERMINACION DE LAS RAZONES DE CONSIDERACION RESPECTO A LO TRASCENDENTAL DE SU PAPEL.

50% RESPALDA SU RESPUESTA ANTERIOR EN EL MEJORAMIENTO DE LOS NIVELES DE ALIMENTACIÓN, SALUD Y BIENESTAR DE LA MAYORÍA DE LA POBLACIÓN.

30% REFRENDA SU RESPUESTA EN CUANTO A QUE CONSIDERA -

UNA REACCIÓN A SITUACIONES DE ACAPARAMIENTO, ESPECULACIÓN Y EXCESIVO INTERMEDIARISMO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS.

20% LA APOYA EN RAZÓN DEL MEJORAMIENTO SOCIAL, RESPUESTA A PRESIONES POLÍTICAS Y SU CONTRIBUCIÓN A LA REDISTRIBUCIÓN DEL INGRESO.

25. IDENTIFICACION DE CAUSAS DE EXPANSION Y CRECIMIENTO DEL SISTEMA CONASUPO.

50% OPINA QUE EL CRECIMIENTO Y EXPANSIÓN DEL SISTEMA - CONASUPO SE DEBE AL AUMENTO DE LA POBLACIÓN.

20% CONSIDERA QUE SE DEBE AL ÉXITO DE LAS OPERACIONES DE CONASUPO.

20% ESTIMA QUE SE DEBE A LA DESESTABILIDAD ECONÓMICA DEL PAÍS.

10% PIENSA QUE SE DEBE A DISPOSICIONES PRESIDENCIALES.

- - -

20% EXPLICA SU RESPUESTA:

10% SOSTIENE QUE LA DESESTABILIDAD ECONÓMICA DEL PAÍS HA REPERCUTIDO EN LA CRISIS QUE ACTUALMENTE ATRAVIESA.

10% SUPONE QUE LAS DISPOSICIONES PRESIDENCIALES SE ADECUAN A DISTINTOS OBJETIVOS, SEGÚN SE TORNE LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS.

80% SE ABSTUVO.

CLIENTES.TOTAL: 40.TIENDAS: 8.

25 EMPLEADOS.

8 AMAS DE CASA.

5 ESTUDIANTES.

2 COMERCIANTES.

1. DETERMINACION DEL OBJETIVO PRINCIPAL (MISION) DE CONASUPO.

50% . ASENTÓ QUE EL OBJETIVO PRINCIPAL DE CONASUPO ES -
GARANTIZAR EL ABASTO DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.

35% RESPONDIÓ QUE EL OBJETIVO PRINCIPAL ES REGULAR EL
MERCADO DE PRODUCTOS BÁSICOS.

15% ELIGIÓ COMO OBJETIVO PRINCIPAL EL MEJORAMIENTO DE
- - - LA ALIMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN.

10% EXPLICÓ SU RESPUESTA:

2.5% CONSIDERA QUE GARANTIZAR EL ABASTO DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD ES INDISPENSABLE A LA POBLACIÓN.

2.5% OPINA QUE AL GARANTIZAR EL ABASTO DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD SE EVITA LA -
ESPECULACIÓN.

2.5% CREE QUE GARANTIZAR EL ABASTO DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD ES LA FUNCIÓN BÁSICA DE CONASUPO.

2.5% PIENSA QUE ES NECESARIO PROCURAR EL MEJO-

RAMIENTO DE LA ALIMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN.

90% No LA EXPLICÓ.

2. DEFINICION DE LAS RAZONES DE JUSTIFICACION DE LA -
EXISTENCIA DE CONASUPO.

37.5% SEÑALA QUE ES NECESARIA LA EXISTENCIA DE CONASUPO PORQUE CONTRIBUYE AL BIENESTAR ECONÓMICO DE LA SOCIEDAD EN GENERAL.

25% ARGUMENTA QUE ES NECESARIA PORQUE PROTEGE LOS INGRESOS DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS Y DE LAS CLASES TRABAJADORAS.

22.5% AFIRMA QUE ES NECESARIA PORQUE BRINDA APOYO A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES INDUSTRIALES Y COMERCIANTES.

10% CITA OTRAS RAZONES:

5% PORQUE ABASTECE MERCADOS QUE NO CUBRE LA INICIATIVA PRIVADA.

2.5% PORQUE BRINDA ABASTO A NIVEL RURAL COMO -
A NIVEL URBANO.

2.5% PORQUE PROTEGE LOS INGRESOS DE LOS CAMPE-
SINOS Y TRABAJADORES, BRINDA APOYO A LOS
PEQUEÑOS COMERCIANTES E INDUSTRIALES, ASÍ
COMO CONTRIBUYE AL BIENESTAR ECONÓMICO DE
LA SOCIEDAD.

5% ESTIMA QUE NO ES NECESARIA LA EXISTENCIA DE CONSU-
PO.

3. DETERMINACION DE JERARQUIA DE ATENCION A GRUPOS -
OBJETIVO.

- 35% OTORGÓ EL PRIMER LUGAR A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.
- 35% A LOS CONSUMIDORES DE MENORES INGRESOS.
- 22.5% A LOS CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.
- 2.5% A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES INDUSTRIALES.
- 2.5% A LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES.
- 22.5% ASIGNÓ EL SEGUNDO LUGAR A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.
- 22.5% A LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES.
- 22.5% A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES INDUSTRIALES.
- 20% A LOS CONSUMIDORES DE MENORES INGRESOS.
- 10% A LOS CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.
- 50% OTORGÓ EL TERCER LUGAR A LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES
- 17.5% A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES INDUSTRIALES.
- 12.5% A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.
- 12.5% A LOS CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.
- 5% A LOS CONSUMIDORES DE MENORES INGRESOS.
- 32.5% DIÓ EL CUARTO LUGAR A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES INDUSTRIALES.
- 17.5% A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.
- 17.5% A LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES.

- 17.5% A LOS CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.
- 12.5% A LOS CONSUMIDORES DE MENORES INGRESOS.
- 35% ASIGNÓ EL QUINTO LUGAR A LOS CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.
- 25% A LOS CONSUMIDORES DE MENORES INGRESOS.
- 22.5% A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES INDUSTRIALES.
- 10% A LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.
- 5% A LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES.

NOTA: 2.5% No CONTESTÓ.

4. DETECCION DE OTROS TIPOS DE ORGANIZACIONES QUE ATIENDE CONASUPO.

- 30% AFIRMA QUE CONASUPO ATIENDE ADEMÁS A ORGANIZACIONES TALES COMO: COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN, DE CONSUMO Y SINDICATOS.
- 20% SEÑALA QUE ATIENDE TAMBIÉN A SINDICATOS.
- 10% CREE QUE ATIENDE ADEMÁS A COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN.
- 7.5% OPINA QUE TAMBIÉN ATIENDE A COOPERATIVAS DE CONSUMO.
- 2.5% PROPONE OTROS TIPOS:
RECLUSORIOS Y PEQUEÑO COMERCIO.
- 30% DESCONOCE OTROS TIPOS DE ORGANIZACIONES QUE ATIENDE CONASUPO.

5. CALIFICACION DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE CONASUPO FRENTE A LA DE LA INICIATIVA PRIVADA.

37.5% OPINA QUE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE CONASUPO RESPECTO A LA DE LA INICIATIVA PRIVADA ES COMPLEMENTARIA DENTRO DEL MERCADO.

32.5% LA ESTIMA COMPETITIVA.

22.5% LA CONSIDERA INDEPENDIENTE.

2.5% PROPONE OTRO CALIFICATIVO:
REGULADORA.

5% LO DESCONOCE.

- - -

22.5% RESPALDÓ SU RESPUESTA:

7.5% CONSIDERA QUE SE ESTABLECE UNA RELACIÓN -
COMPETITIVA EN CUANTO A PRECIOS.

2.5% OPINA QUE LA COMPETENCIA RADICA EN LA BUENA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS.

2.5% PIENSA QUE LA RELACIÓN ES COMPLEMENTARIA PORQUE CONASUPO ELIMINA LA TENDENCIA COMPETITIVA.

2.5% SOSTIENE QUE EL ASPECTO COMPETITIVO RADICA EN QUE CONASUPO REPRESENTA UNA OPCIÓN DE COMPRA DENTRO DEL MERCADO.

2.5% AFIRMA QUE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE CONASUPO ES COMPLEMENTARIA PORQUE PENETRA UN SECTOR DEL MERCADO QUE NO ESTÁ ABASTECIDO.

2.5% ARGUMENTA QUE ES INDEPENDIENTE PORQUE CUEN

TA CON SUS PROPIOS RECURSOS PARA OPERAR 7
DENTRO DEL MERCADO.

2.5% SEÑALA QUE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE CONASUPO ES REGULADORA EN RAZÓN DE QUE GARANTIZA EL ABASTO DE PRODUCTOS BÁSICOS.

77.5% SE ABSTUVO.

6. IDENTIFICACION DE LA FUNCION DE LAS EMPRESAS FILIALES DE CONASUPO.

70% COINCIDE EN AFIRMAR QUE LAS EMPRESAS FILIALES COLABORAN EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS FUNCIONES DE CONASUPO.

10% CONSIDERA QUE COMPITEN EN EL MERCADO DE BIENES BÁSICOS.

7.5% CREE QUE PROPORCIONAN FINANCIAMIENTO A CONASUPO.

12.5% DESCONOCE SU FUNCIÓN.

- - -

5% COMPLEMENTÓ SU RESPUESTA:

2.5% OPINA QUE TODAS LAS FILIALES DE CONASUPO TIENEN COMO OBJETIVO COMÚN PROCURAR EL ABASTO DE BIENES BÁSICOS.

2.5% ARGUMENTA QUE LAS FILIALES CUBREN UNA FUNCIÓN COMPLEMENTARIA A LA DE CONASUPO.

95% NO LA COMPLEMENTÓ.

7. ESTABLECIMIENTO DE JERARQUIA DE RELACIONES ENTRE CONASUPO Y SECRETARIAS DE ESTADO.

45% ASIGNÓ EL PRIMER LUGAR A LA SECOFI.
15% A LA SARH.
5% A LA SECOGEF.
2.5% A LA SHCP.

17.5% OTORGÓ EL SEGUNDO LUGAR A LA SPP.
17.5% A LA SECOGEF.
12.5% A LA SARH.
10% A LA SECOFI.
10% A LA SHCP.

27.5% DIÓ EL TERCER LUGAR A LA SPP.
17.5% A LA SARH.
12.5% A LA SHCP.
7.5% A LA SECOGEF.
2.5% A LA SECOFI.

37.5% ASIGNÓ EL CUARTO LUGAR A LA SHCP.
10% A LA SECOGEF.
10% A LA SARH.
7.5% A LA SPP.
2.5% A LA SECOFI.

27.5% OTORGÓ EL QUINTO LUGAR A LA SECOGEF.
15% A LA SARH.
12.5% A LA SPP.
7.5% A LA SECOFI.

5% A LA SHCP.

NOTA: 32.5% DESCONOCE LAS RELACIONES.

8. DEFINICION DE JERARQUIA DE LOS ORGANISMOS SECTORIA-
LES QUE ESTABLECEN CONVENIOS CON CONASUPO.

22.5% ASIGNA EL PRIMER LUGAR A LA CTM Y CROC.

15% AL DIF Y FONACOT.

7.5% A LA CNC Y CCI.

7.5% AL CONGRESO DEL TRABAJO.

2.5% A LA CNOP Y CNPP.

27.5% OTORGA EL SEGUNDO LUGAR AL CONGRESO DEL TRABAJO.

12.5% A LA CNOP Y CNPP.

10% A LA CTM Y CROC.

2.5% A LA CNC Y CCI.

2.5% AL DIF Y FONACOT.

15% ASIGNA EL TERCER LUGAR AL CONGRESO DEL TRABAJO.

12.5% AL DIF Y FONACOT.

10% A LA CTM Y CROC.

10% A LA CNOP Y CNPP.

7.5% A LA CNC Y CCI.

22.5% OTORGA EL CUARTO LUGAR A LA CNC Y CCI.

15% A LA CNOP Y CNPP.

7.5% A LA CTM Y CROC.

5% AL CONGRESO DEL TRABAJO.

- 5% AL DIF Y FONACOT.
- 20% ASIGNA EL QUINTO LUGAR AL DIF Y FONACOT.
- 15% A LA CNC Y CCI.
- 15% A LA CNOP Y CNPP.
- 5% A LA CTM Y CROC.

NOTA: 45% DESCONOCE LOS CONVENIOS.

9. DEFINICION DE LA RELACION ENTRE TIENDAS CONASUPO Y TIENDAS SINDICALES.

- 60% CONSIDERA QUE TANTO LAS TIENDAS CONASUPO COMO LAS TIENDAS SINDICALES PROCURAN LA PROTECCIÓN DEL PODER ADQUISITIVO DEL SALARIO DE LOS TRABAJADORES.
- 15% OPINA QUE LA FUNCIÓN DE AMBAS ES COMPLEMENTARIA DENTRO DEL MERCADO.
- 7.5% AFIRMA QUE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE AMBAS OBEDECE A INTERESES DISTINTOS.
- 5% PIENSA QUE AMBOS TIPOS DE TIENDAS COMPITEN ENTRE sí.
- 2.5% SEÑALA OTRA CONSIDERACIÓN:
CREE QUE LAS TIENDAS SINDICALES OFRECEN MEJORES PRECIOS AL CONSUMIDOR.
- 10% DESCONOCE LA RELACIÓN QUE GUARDAN.
- - -
- 5% RESPALDÓ SU RESPUESTA:

- 2.5% OPINA QUE ES NECESARIO QUE EXISTAN ESTE -
TIPO DE TIENDAS, YA QUE EL SALARIO OBRERO
ES MUY BAJO.
- 2.5% COMENTA QUE AMBOS TIPOS DE TIENDAS SE COM-
PLEMENTAN, PUESTO QUE PERSIGUEN UN MISMO
OBJETIVO SOCIAL.
- 95% NO LA RESPALDÓ.
- # 10. IDENTIFICACION DE MEDIOS DE ORIENTACION A LOS CON-
SUMIDORES.
- 37.5% AFIRMA QUE CONASUPO BRINDA ORIENTACIÓN A LOS CON-
SUMIDORES POR MEDIO DE CAMPAÑAS EN RADIO Y T.V.
- 35% SOSTIENE QUE CONASUPO ORIENTA A TRAVÉS DE CAMPAÑAS
EN RADIO Y T.V., PUBLICACIONES Y EN COLABORACIÓN
CON SECOFI E INCO.
- 12.5% CONSIDERA QUE PROPORCIONA ORIENTACIÓN EN COLABORA-
CIÓN CON SECOFI E INCO.
- 2.5% OPINA QUE ORIENTA MEDIANTE PUBLICACIONES (REVIS--
TAS, FOLLETOS).
- 2.5% MENCIONA OTROS:
POR MEDIO DE T.V. Y REVISTAS.
- 10% ARGUMENTA QUE NO PROPORCIONA NINGÚN TIPO DE ORIEN-
TACIÓN A LOS CONSUMIDORES.
- # 11. IDENTIFICACION DE MEDIOS DE APOYO A PEQUEÑOS PRO-
DUCTORES AGRICOLAS.

- 45% CONSIDERA QUE EL PRINCIPAL APOYO QUE RECIBEN LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS POR PARTE DE CONASUPO SON LOS PRECIOS DE GARANTÍA A SUS PRODUCTOS.
- 22.5% AFIRMA QUE LO CONSTITUYEN LOS PROGRAMAS DE COMPRAS
- 15% OPINA QUE RADICA EN LA CANALIZACIÓN DE RECURSOS -- TÉCNICOS Y FINANCIEROS.
- 5% PIENSA QUE ES LA CAPACITACIÓN TÉCNICA.
- 12.5% LO DESCONOCE.
- -
- 10% EXPLICÓ SU RESPUESTA:
- 7.5% ARGUMENTA QUE LOS PROGRAMAS DE COMPRAS RE PRESENTAN UNA GARANTÍA PARA LOS CAMPESINOS.
- 2.5% SUPONE QUE LA CANALIZACIÓN DE RECURSOS - FACILITA LA LABOR DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA.
- 90% NO LA EXPLICÓ.

12. EVALUACION DEL GRADO DE CUMPLIMIENTO DE SU OBJETIVO PRINCIPAL.

- 25% ESTIMA QUE LO CUMPLE AL 80%.
- 15% CONSIDERA QUE LO CUMPLE AL 90%.
- 12.5% CALCULA QUE LO CUMPLE AL 60%.
- 12.5% CONSIDERA QUE LO CUMPLE AL 40%.
- 10% ESTIMA QUE LO CUMPLE AL 100%.
- 10% CALCULA QUE LO CUMPLE AL 50%.
- 7.5% CONSIDERA QUE LO CUMPLE AL 70%.
- 5% ESTIMA QUE LO CUMPLE AL 85%.

2.5% CALCULA QUE LO CUMPLE AL 30%.

13. DETERMINACION DE FUERZAS RESTRICTIVAS AL CUMPLI--
MIENTO DE SU OBJETIVO.

22.5% ELIGE COMO CAUSA LA LIMITACIÓN DE RECURSOS FINAN-
CIEROS, TÉCNICOS Y MATERIALES.

20% CREE QUE SE DESCONOCEN LAS NECESIDADES REALES DEL
MERCADO DE BIENES BÁSICOS.

17.5% CONSIDERA QUE SE DEBE A LA DEFICIENCIA EN LA COOR-
DINACIÓN DE OPERACIONES.

10% ARGUMENTA QUE SE DEBE A LA FALTA DE INFRAESTRUCTU-
RA.

2.5% CITA OTRA CAUSA:

NO EXISTE EL CONTROL DE PRECIOS NECESARIO.

17.5% DESCONOCE LAS CAUSAS QUE IMPIDEN CUMPLIR ENTERA-
MENTE SU OBJETIVO.

NOTA: 10% SE EXCLUYÓ PORQUE ASIGNÓ EL 100%.

- - -

10% COMENTÓ SOBRE SU RESPUESTA:

5% OPINA QUE EL DESCONOCIMIENTO DE LAS NECE-
SIDADES REALES DEL MERCADO DE BIENES BÁSI-
COS SE TRADUCE EN DEFICIENCIA MERCADOTÉC-
NICA.

2.5% SEÑALA QUE LA FALTA DE INFRAESTRUCTURA RA-
DICA EN QUE NO EXISTEN SUFICIENTES TIEN-
DAS CONASUPO.

2.5% ATRIBUYE A LA FALTA DE INFRAESTRUCTURA LA ESCASEZ DE VÍAS DE ACCESO A LUGARES ESTRATÉGICOS (CARRETERAS).

80% NO HIZO COMENTARIOS.

14. DETERMINACION DE LUGARES ESTRATEGICOS PARA LA ACTIVIDAD DE CONASUPO.

35% CREE MÁS NECESARIA LA PRESENCIA DE CONASUPO EN -- LAS PEQUEÑAS COMUNIDADES RURALES.

22.5% LA CONSIDERA MÁS NECESARIA EN EL CAMPO.

20% ELIGE LAS ZONAS MARGINADAS URBANAS.

2.5% PIENSA QUE EN LAS GRANDES CIUDADES.

22.5% PROPONE OTROS LUGARES:

12.5% EN TODO EL PAÍS.

5% EN LAS ZONAS DONDE HABITAN PERSONAS DE BAJOS RECURSOS.

5% TANTO EN LAS PEQUEÑAS COMUNIDADES RURALES -- -- -- COMO EN LAS ZONAS MARGINADAS URBANAS.

17.5% RESPALDÓ SU OPINIÓN:

7.5% ARGUMENTA QUE LAS ZONAS MARGINADAS URBANAS NO DISFRUTAN DEL SERVICIO DE ABASTO.

2.5% CONSIDERA QUE LOS HABITANTES DEL CAMPO REQUIEREN DE LA ATENCIÓN DE CONASUPO.

2.5% PIENSA QUE LAS ZONAS MÁS POBRES DEL PAÍS SON LAS PEQUEÑAS COMUNIDADES RURALES Y -- LAS ZONAS MARGINADAS URBANAS.

- 2.5% CREE QUE A NIVEL NACIONAL SON IMPORTANTES
LOS SERVICIOS QUE OFRECE CONASUPO.
- 2.5% SUPONE QUE LA MAYORÍA DE LA POBLACIÓN DIS-
PONE DE ESCASOS RECURSOS.
- 82.5% SE ABSTUVO.
- # 15. DETERMINACION DEL TIPO DE CLIENTES DE LAS TIENDAS
CONASUPO MAYORMENTE BENEFICIADOS.
- 47.5% CONSIDERA QUE CONASUPO BENEFICIA A TODA LA POBLA-
CIÓN.
- 27.5% CREE QUE LAS CLASES DE INGRESOS BAJOS Y MEDIOS --
SON LAS MAYORMENTE BENEFICIADAS POR CONASUPO.
- 10% OPINA QUE LOS CAMPESINOS Y SUS FAMILIAS RECIBEN -
LOS MAYORES BENEFICIOS DE CONASUPO.
- 10% AFIRMA QUE TANTO LOS CAMPESINOS COMO LOS OBREROS
Y SUS RESPECTIVAS FAMILIAS SON LOS PRINCIPALES BE-
NEFICIADOS POR CONASUPO.
- 2.5% ELIGE A LOS OBREROS Y SUS FAMILIAS.
- 2.5% MENCIONA QUE CONASUPO NO BENEFICIA A NINGÚN GRUPO.
- - -
- 15% REDONDEÓ SU RESPUESTA:
- 5% ESTIMA QUE EL NIVEL DE PRECIOS ESTÁ ADE-
CUADO A LAS NECESIDADES DE LAS CLASES DE
INGRESOS BAJOS Y MEDIOS.
- 2.5% OPINA QUE A NIVEL RURAL LAS TIENDAS OFRE-
CEN PRODUCTOS MÁS BARATOS.

- 2.5% PIENSA QUE LOS BENEFICIOS QUE PROPORCIONA CONASUPO SE DAN A NIVEL GENERAL.
- 2.5% ARGUMENTA QUE CONASUPO BENEFICIA A TODA LA POBLACIÓN PORQUE TIENE BUEN NIVEL COMPETITIVO.
- 2.5% AFIRMA QUE NO SE BENEFICIA A NINGÚN GRUPO PORQUE TIENE UN NIVEL DE PRECIOS MUY ALTO.

85% No lo hizo.

16. EVALUACION DEL GRADO DE EFICIENCIA EN EL ABASTO - CON QUE OPERA CONASUPO.

- 12.5% ASIGNA EL 100% DE EFICIENCIA.
- 17.5% OTORGA UN 90% DE EFICIENCIA.
- 2.5% ESTIMA UN 85% DE EFICIENCIA.
- 17.5% CALCULA UN 80% DE EFICIENCIA.
- 5% OTORGA UN 75% DE EFICIENCIA.
- 20% ASIGNA UN 70% DE EFICIENCIA.
- 2.5% ESTIMA UN 60% DE EFICIENCIA.
- 12.5% CALCULA UN 50% DE EFICIENCIA.
- 5% ASIGNA UN 40% DE EFICIENCIA.
- 2.5% OTORGA UN 30% DE EFICIENCIA.
- 2.5% ESTIMA UN 20% DE EFICIENCIA.

17. IDENTIFICACION DE FUERZAS IMPULSORAS Y RESTRIC-
TIVAS EN RELACION A LA EFICIENCIA EN EL ABASTO.

- 42.5% ARGUMENTA QUE EL ABASTO ES INSUFICIENTE.

- 30% HACE REFERENCIA DEL ABASTO SUFICIENTE, OPORTUNO Y A PRECIOS ADECUADOS.
- 12.5% CONSIDERA UNA AMPLIA COBERTURA A NIVEL NACIONAL.
- 12.5% SEÑALA UNA INADECUACIÓN EN LOS NIVELES DE PRECIOS.
- 2.5% MENCIONA OTRO FACTOR:
MALA ATENCIÓN AL CLIENTE.

18. MEDICION DE LA UTILIDAD DE LOS PROGRAMAS ANUALES DE VENTA QUE INSTRUMENTA CONASUPO.

- 52.5% CONSIDERA QUE SÍ SON BENÉFICOS LOS PROGRAMAS ANUALES DE VENTA DE JUGUETES Y ÚTILES ESCOLARES, YA QUE AYUDAN A CONTRARRESTAR LA ESPECULACIÓN DE LA INICIATIVA PRIVADA.
- 15% OPINA QUE SÍ RESULTAN BENÉFICOS DICHS PROGRAMAS, PUESTO QUE AYUDAN A ATENDER LA TOTALIDAD DE LA DEMANDA DEL MERCADO.
- 12.5% SEÑALA QUE NO SON REALMENTE BENÉFICOS PORQUE EL ABASTO DE LOS PRODUCTOS ES INSUFICIENTE.
- 12.5% ARGUMENTA QUE NO RESULTAN BENÉFICOS, YA QUE LOS PRECIOS QUE OFRECEN NO SON REALMENTE BAJOS.
- 7.5% EXPONE OTRAS RAZONES:
 - 2.5% LOS CONSIDERA BENÉFICOS EN RAZÓN DE QUE REPRESENTAN UN APOYO AL SALARIO URBANO.
 - 2.5% LOS ESTIMA BENÉFICOS PORQUE AYUDAN A CONTRARRESTAR LA ESPECULACIÓN Y AYUDAN A ATENDER LA DEMANDA TOTAL.

2.5% NO LOS CONSIDERA BENÉFICOS, YA QUE EL ABAS-
TO ES INSUFICIENTE Y LOS NIVELES DE PRE-
CIOS SON INADECUADOS.

19. CONTRASTACION DE VENTAJAS ENTRE LAS TIENDAS CONASUPO Y LAS TIENDAS SINDICALES.

32.5% CONSIDERA QUE LA VENTAJA DE LAS TIENDAS CONASUPO RADICA EN UNA MEJOR UBICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.

27.5% OPINA QUE LAS TIENDAS CONASUPO OFRECEN MEJORES --
PRECIOS EN MERCANCÍAS.

7.5% ESTABLECE COMO VENTAJA UN MEJOR SURTIDO DE MERCAN-
cías.

5% ESTIMA COMO VENTAJA UNA MEJOR CALIDAD DE LAS MER-
cancías.

25% SEÑALA QUE NO EXISTE NINGUNA VENTAJA.

2.5% DESCONOCE LAS TIENDAS SINDICALES, POR LO QUE SE -
ABSTUVO DE COMENTAR AL RESPECTO.

20. IDENTIFICACION DE POLITICAS DE PRECIOS AL CONSUMI-
DOR.

42.5% COINCIDE EN AFIRMAR QUE LAS POLÍTICAS DE PRECIOS
SE DETERMINAN CONFORME A LA SITUACIÓN ECONÓMICA -
DEL PAÍS.

20% ESTIMA QUE SE ESTABLECEN DE ACUERDO AL NIVEL DE -
INGRESOS DE LA CLASE CONSUMIDORA A LA QUE SE DIRI-
GE.

10% CONSIDERA QUE SE FIJAN SEGÚN EL TIPO DE TIENDA.

7.5% CREE QUE SE DETERMINAN EN BASE A LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA.

20% LO DESCONOCE.

- - -

7.5% RESPALDÓ SU RESPUESTA:

2.5% OPINA QUE SE ORIENTAN A AUXILIAR A LAS CLASES SOCIALES MÁS AFECTADAS POR LA CRISIS ECONÓMICA.

2.5% ARGUMENTA QUE LA EMPRESA DEFINE LA FIJACIÓN DE PRECIOS SEGÚN COSTOS.

2.5% PIENSA QUE EN EL ÁREA RURAL SE ESTABLECEN PRECIOS MÁS BAJOS QUE EN EL ÁREA URBANA.

92.5% SE ABSTUVO.

21. DEFINICION DEL PORCENTAJE DE AHORRO AL CONSUMIDOR.

22.5% ESTIMA UN 15% DE AHORRO AL CONSUMIDOR.

15% CALCULA UN 25% DE AHORRO.

12.5% ESTIMA UN 30% DE AHORRO.

12.5% CALCULA UN 20% DE AHORRO.

12.5% ESTIMA UN 10% DE AHORRO.

7.5% CALCULA UN 5% DE AHORRO.

7.5% CONSIDERA QUE NO EXISTE NINGÚN PORCENTAJE DE AHORRO.

5% ESTIMA UN 50% DE AHORRO.

5% CALCULA UN 45% DE AHORRO.

22. IDENTIFICACION DE LA PRINCIPAL FUENTE DE FINANCIAMIENTO DE LA INSTITUCION.

- 70% CONSIDERA QUE LA FUENTE PRINCIPAL DE FINANCIAMIENTO RADICA EN LOS SUBSIDIOS DEL GOBIERNO FEDERAL.
- 12.5% AFIRMA QUE RESIDE EN LA ASIGNACIÓN DE PARTIDA PRESUPUESTAL.
- 7.5% CREE QUE ES EL CRÉDITO BANCARIO.
- 2.5% SUPONE QUE ES SU PARTICIPACIÓN EN LA DEUDA PÚBLICA.
- 7.5% LA DESCONOCE.
-
- 100% NO JUSTIFICÓ SU RESPUESTA.

23. CONSIDERACION DEL ASPECTO MAS TRASCENDENTE DEL PAPEL DE CONASUPO.

- 45% ESTIMA MÁS TRASCENDENTE EL ASPECTO ECONÓMICO.
- 15% CONSIDERA MÁS TRASCENDENTE EL ASPECTO SOCIAL.
- 7.5% AFIRMA QUE ES TRASCENDENTAL LO POLÍTICO.
- 22.5% SEÑALA QUE SON RELEVANTES LOS TRES ASPECTOS.
- 10% REFIERE TRASCENDENTAL LA DUALIDAD SOCIO-ECONÓMICA.

24. DETERMINACION DE LAS RAZONES DE CONSIDERACION RESPECTO A LO TRASCENDENTAL DE SU PAPEL.

- 37.5% HACE REFERENCIA AL MEJORAMIENTO DE LOS NIVELES DE ALIMENTACIÓN, SALUD Y BIENESTAR DE LA MAYORÍA DE LA POBLACIÓN.

- 30% LO RELACIONA CON LA RESPUESTA A PRESIONES POLÍTICAS ORIGINADAS POR SITUACIONES DE ACAPARAMIENTO, ESPECULACIÓN Y EXCESIVO INTERMEDIARISMO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS.
- 22.5% SEÑALA SU CONTRIBUCIÓN A LA REDISTRIBUCIÓN DEL INGRESO.
- 10% CONSIDERA LAS TRES RAZONES ARRIBA MENCIONADAS.
- # 25. IDENTIFICACION DE CAUSAS DE EXPANSION Y CRECIMIENTO DEL SISTEMA CONASUPO.
- 35% AFIRMA QUE LA EXPANSIÓN Y CRECIMIENTO DEL SISTEMA CONASUPO SE DEBE AL AUMENTO DE LA POBLACIÓN.
- 30% SUPONE QUE SE DEBE AL ÉXITO DE LAS OPERACIONES DE CONASUPO.
- 7.5% CREE QUE SE DEBE A LA INESTABILIDAD ECONÓMICA QUE EL PAÍS HA VENIDO PADECIENDO DESDE AÑOS ATRÁS.
- 7.5% PIENSA QUE SE DEBE A DISPOSICIONES PRESIDENCIALES.
- 10% MENCIONA OTRAS CAUSAS:
- 2.5% OPINA QUE LA CLASE TRABAJADORA REQUIERE - DEL TIPO DE APOYO ECONÓMICO QUE BRINDA CONASUPO.
- 2.5% CONSIDERA QUE HA AUMENTADO LA NECESIDAD - DE ABASTO DE PRODUCTOS BÁSICOS EN EL PAÍS.
- 2.5% CITA EL AUMENTO DE LA POBLACIÓN, ASÍ COMO TAMBIÉN LAS DISPOSICIONES PRESIDENCIALES.
- 2.5% SOSTIENE QUE SE HA REDUCIDO EL PODER AD-

QUISITIVO DE LOS CONSUMIDORES.

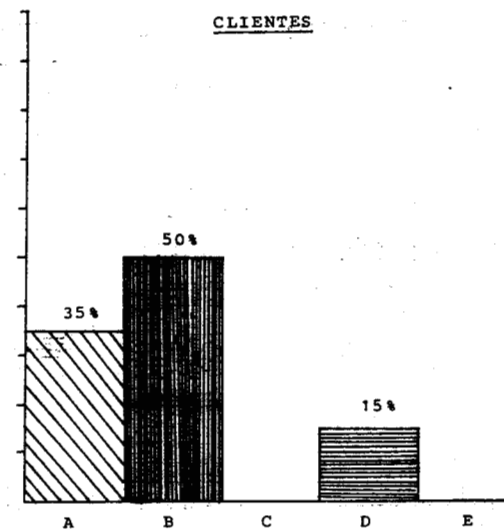
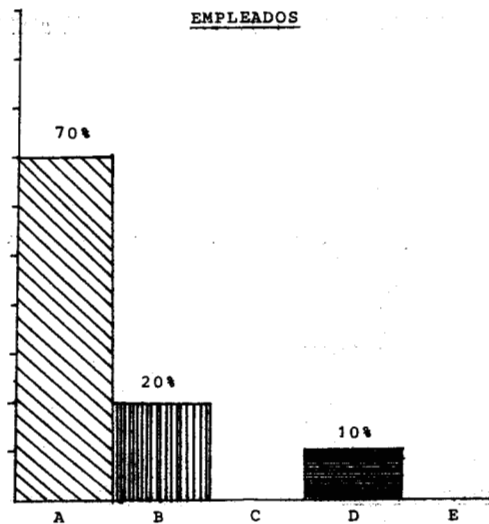
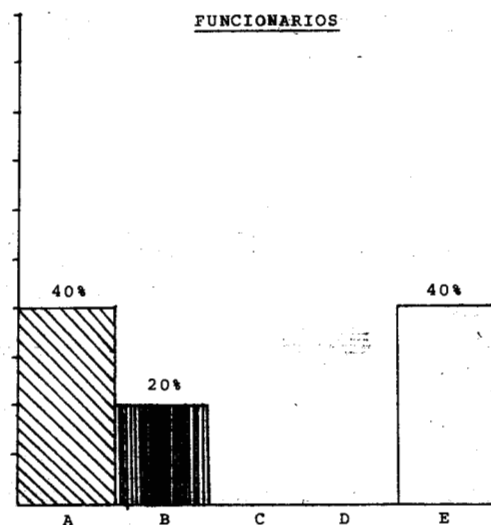
- 10% DESCONOCE LAS CAUSAS.
- - -
- 7.5% REDONDEÓ SU AFIRMACIÓN:
- 2.5% COMENTA QUE GRACIAS A CONASUPO SE ABASTE-
CE AL PAÍS DE PRODUCTOS DE BUENA CALIDAD
Y BAJO PRECIO, POR LO QUE SE LE ATRIBUYE
ÉXITO A SUS OPERACIONES.
- 2.5% OPINA QUE LAS DISPOSICIONES PRESIDENCIA--
LES SE SUJETAN A LOS DISTINTOS MATICES QUE
TOMA LA POLÍTICA ECONÓMICA EN CADA SEXENIO.
- 2.5% ARGUMENTA QUE EXITEN ZONAS DESATENDIDAS EN
CUANTO A ABASTO.
- 92.5% SE ABSTUVO.

R E S U L T A D O S
(REPRESENTACIÓN GRÁFICA)

PREGUNTA # 1.

PARA USTED, ¿CUÁL ES EL OBJETIVO PRINCIPAL DE CONASUPO?

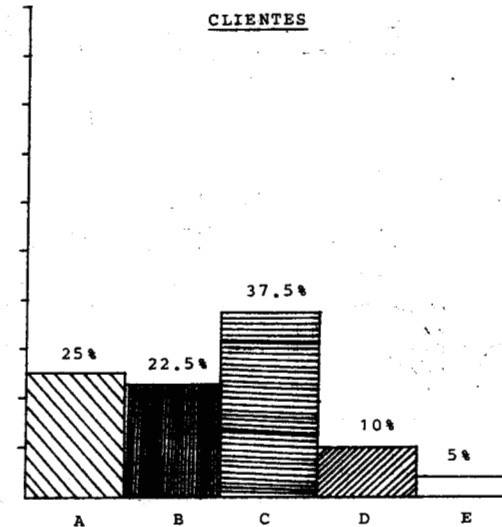
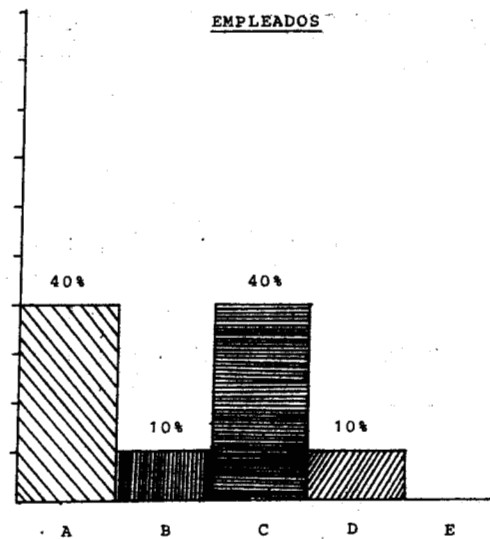
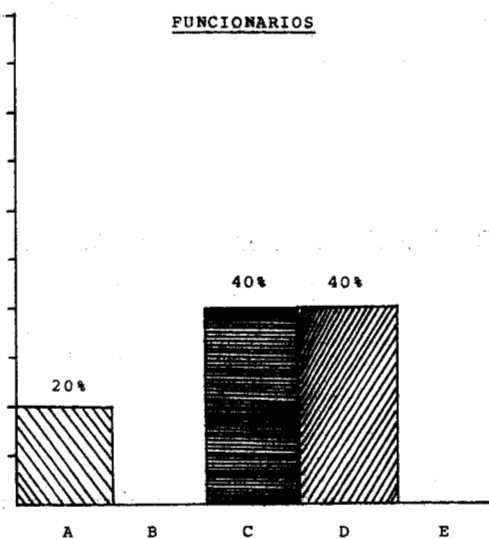
- A) REGULAR EL MERCADO DE PRODUCTOS BÁSICOS.
- B) GARANTIZAR EL ABASTO DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.
- C) ESTIMULAR LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS BÁSICOS.
- D) MEJORAR EN CALIDAD Y CANTIDAD LA ALIMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN.
- E) OTRO.



PREGUNTA # 2.

¿POR QUÉ RAZÓN CREE UD. QUE ES NECESARIA LA EXISTENCIA DE CONASUPO?

- A) PORQUE PROTEGE LOS INGRESOS DE LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES Y DE LAS CLASES TRABAJADORAS.
- B) PORQUE BRINDA APOYO A LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS INDUSTRIALES Y COMERCIANTES.
- C) PORQUE CONTRIBUYE AL BIENESTAR ECONÓMICO DE LA SOCIEDAD EN GENERAL.
- D) OTRA RAZÓN.
- E) NO CREE NECESARIA LA EXISTENCIA DE CONASUPO.



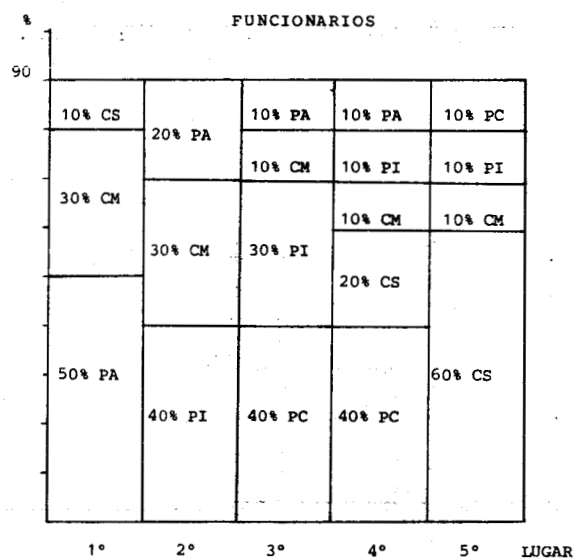
PREGUNTA # 3.

DE ACUERDO CON SU OPINIÓN PERSONAL, ENNUMERE DEL 1 AL 5 EN ORDEN DE IMPORTANCIA (DE MAYOR A MENOR)
A LOS GRUPOS QUE CONASUPO ATIENDE:

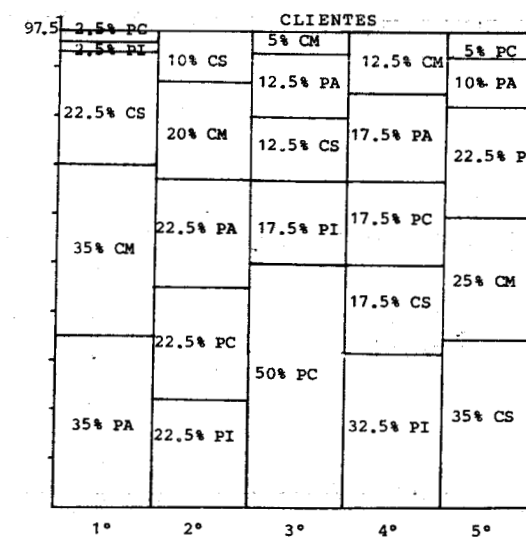
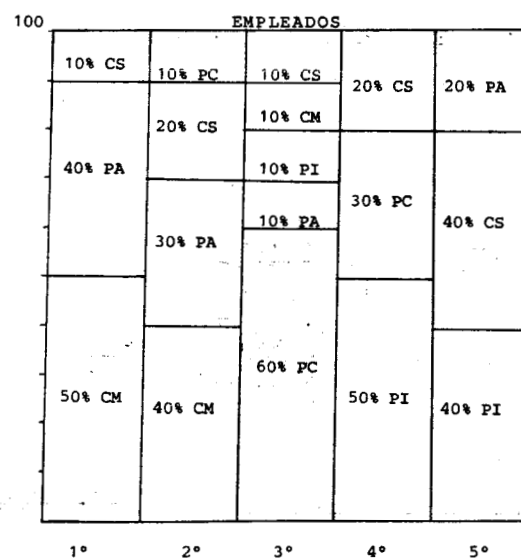
- ___ PEQUEÑOS Y MEDIANOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.
 ___ PEQUEÑOS Y MEDIANOS COMERCIANTES.
 ___ PEQUEÑOS Y MEDIANOS PRODUCTORES INDUSTRIALES.
 ___ CONSUMIDORES DE MENORES INGRESOS.
 ___ CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.

SIMBOLOGIA:

PA - Pequeños productores agrícolas.
 PC - Pequeños comerciantes.
 PI - Pequeños productores industriales
 CM - Consumidores de menores ingresos
 CS - Concesionarios de sus tiendas.



NOTA: EL 10% LE ASIGNO LA MISMA JERARQUIA.

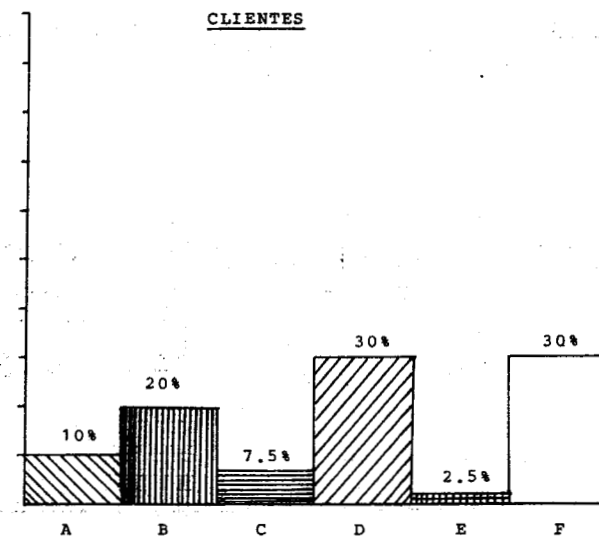
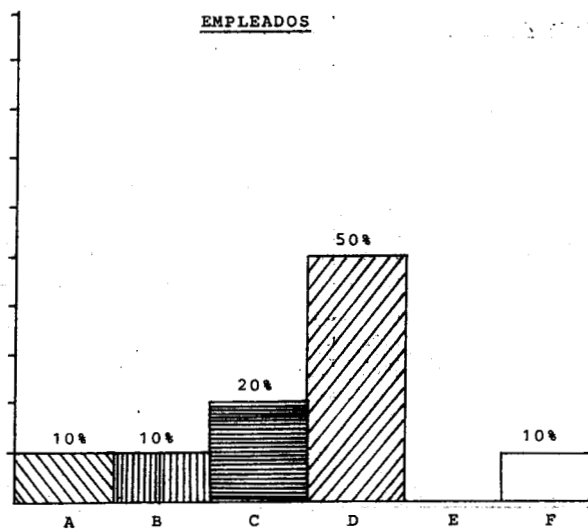
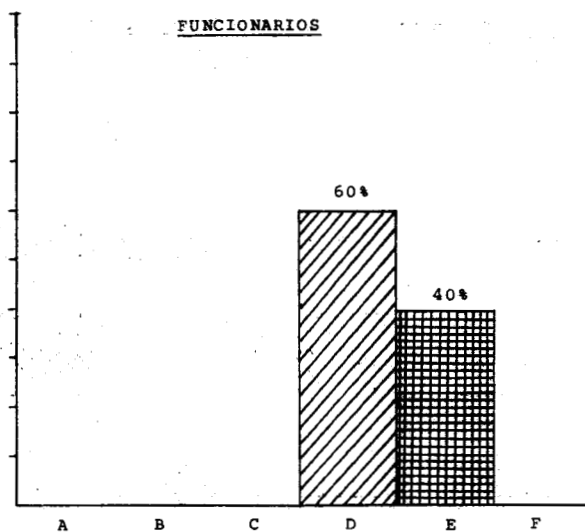


NOTA: EL 2.5% NO CONTESTO LA PREGUNTA.

PREGUNTA # 4.

¿A QUÉ OTRO TIPO DE ORGANIZACIONES ATIENDE CONASUPO?

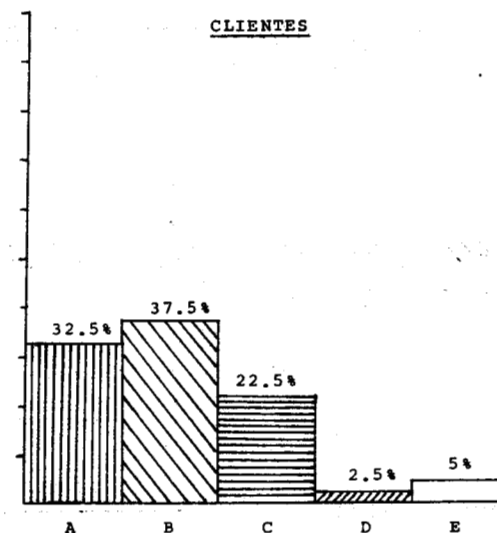
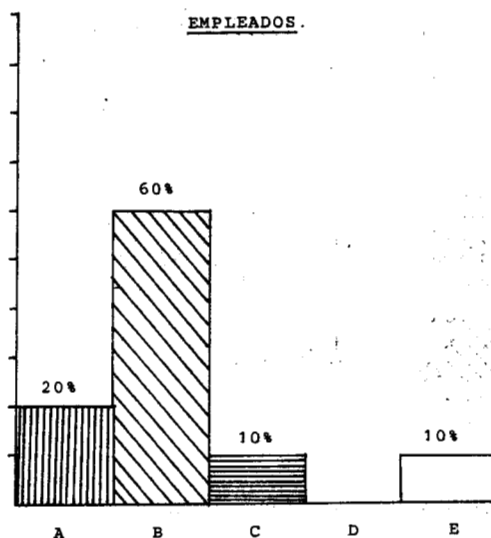
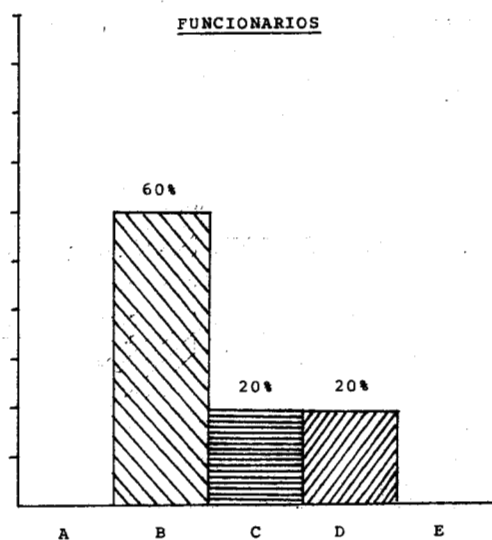
- A) COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN.
- B) SINDICATOS.
- C) COOPERATIVAS DE CONSUMO.
- D) TODAS LAS MENCIONADAS.
- E) OTRAS.
- F) LO DESCONOCE.



PREGUNTA # 5.

¿CÓMO CALIFICARÍA UD. LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE CONASUPO FRENTE A LA DE LA INICIATIVA PRIVADA?

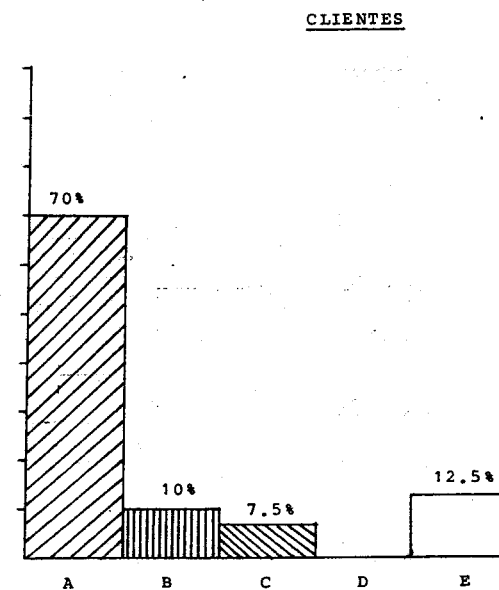
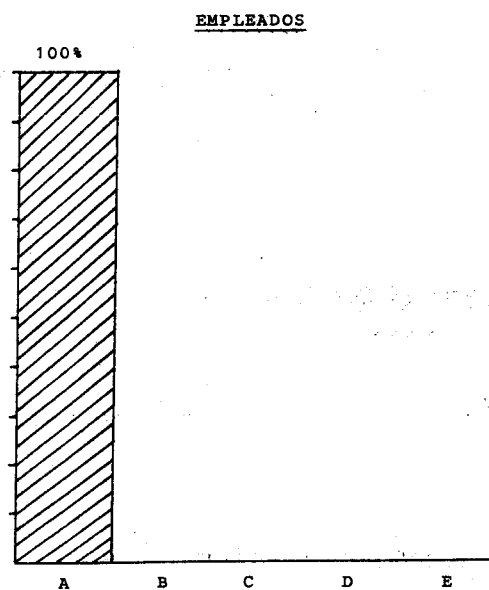
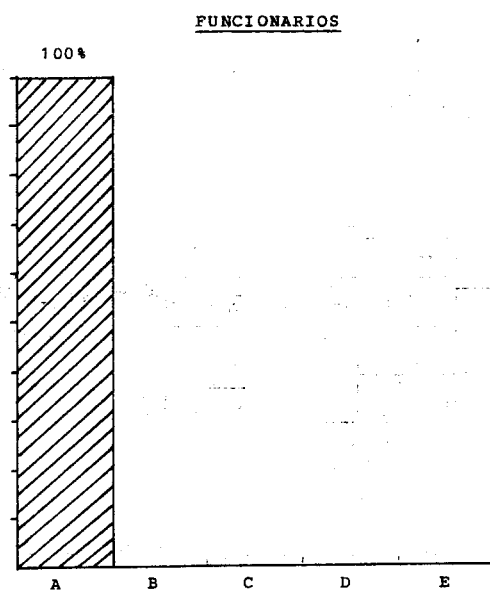
- A) DE COMPETENCIA.
- B) COMPLEMENTARIA.
- C) INDEPENDIENTE.
- D) OTRA.
- E) LO DESCONOCE.



PREGUNTA # 6.

¿CÓMO CONCEBE UD. LA FUNCIÓN QUE DESEMPEÑAN LAS EMPRESAS FILIALES DE CONASUPO?
(LICONSA, BORUCONSA, IMPECSA, ETC.)

- A) COLABORAN EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS FUNCIONES DE CONASUPO. D) OTRA.
B) COMPITEN EN EL MERCADO DE BIENES BÁSICOS. E) DESCONOCE SU FUNCIÓN.
C) PROPORCIONAN FINANCIAMIENTO A CONASUPO.



PREGUNTA # 7.

EN BASE A SU CONSIDERACIÓN PERSONAL, ENNUMERE DEL 1 AL 5 EN ORDEN DE IMPORTANCIA (DE MAYOR A MENOR) A LAS INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO CON LAS QUE SE RELACIONA CONASUPO:

- ☐ SECOFI
☐ SPP
☐ SHCP
☐ SECOTEF
☐ SARH
☐ DESCONOCE LAS RELACIONES

SIMBOLOGIA:

- I - SECOFI
 II - SPP
 III- SHCP
 IV - SECOTEF
 V - SARH

100

FUNCIONARIOS

IV- 10%	III-10%	III-10%	V - 10%	II-10%
II - 10%	I - 10%		I - 10%	III-20%
		II- 40%	IV- 20%	
	V - 40%			
I - 80%				IV - 70%
	II- 40%	V - 50%	III-60%	

1° 2° 3° 4° 5° LUGAR

100

EMPLEADOS

IV- 10%	III-10%		V - 20%	III-20%
III-10%	II- 20%	II- 30%		
V - 10%			III- 20%	II- 20%
	IV- 30%	V - 30%	IV- 30%	IV- 30%
I - 70%				
	V - 40%	III-40%	II- 30%	I - 30%

1° 2° 3° 4° 5°

CLIENTES

67.5%

III-2.5%	I - 2.5%	I - 2.5%		III-5%
IV- 5%	I - 10%	IV-7.5%	II-7.5%	I- 7.5%
V - 15%	III-10%	III-12.5%	IV- 10%	V- 12.5%
	V -12.5%	V- 17.5%	V- 10%	II-15%
I - 45%	IV- 17.5%			
	II- 17.5%	II-27.5%	III-37.5%	IV-27.5%

1° 2° 3° 4° 5°

NOTA: EL 32.5% DESCONOCE LAS RELACIONES.

PREGUNTA # 3.

DE ACUERDO A SU CRITERIO PERSONAL, ENNUMERE DEL 1 AL 5 EN ORDEN DE IMPORTANCIA (DE MAYOR A MENOR) A LOS ORGANISMOS DE LOS SECTORES CAMPESINO, OBRERO, POPULAR Y OFICIAL CON LOS QUE - CONASUPO ESTABLECE CONVENIOS:

- ☐ CTM Y CROC
☐ CNOP Y CNPP
☐ CNC Y CCI
☐ CONGRESO DEL TRABAJO
☐ DIF Y FONACOT
☐ LO DESCONOCE

90

FUNCIONARIOS

V - 10%	III-10%	I - 10%	III-10%	IV-10%
IV- 10%	V - 20%	IV- 20%	I - 10%	III-10%
I - 10%			II- 20%	II- 10%
	IV- 20%			I - 20%
III-60%		II- 60%	V - 20%	
	I - 40%		IV- 30%	V - 40%

1° 2° 3° 4° 5° LUGAR

NOTA: EL 10% LES ASIGNO LA MISMA JERARQUIA.

80

EMPLEADOS

V - 10%	IV- 10%	V - 20%	II- 10%	I - 10%
II- 10%	II- 20%		I - 10%	V - 20%
IV- 20%		I - 20%	V - 30%	IV- 20%
III-20%	I - 20%			
		II- 40%	IV- 30%	III-30%
I - 20%	III-30%			

1° 2° 3° 4° 5°

NOTA: EL 20% DESCONOCE LOS CONVENIOS.

55%

CLIENTES

II-2.5%	III-2.5%	IV- 5%	I - 5%
IV-7.5%	V- 2.5%	III-7.5%	V- 5%
III-7.5%	I- 10%	I- 10%	I - 7.5%
V-15%	II-12.5%	II-10%	II- 15%
		V-12.5%	III- 15%
I-22.5%	IV-27.5%	IV-15%	III-22.5
			V- 20%

1° 2° 3° 4° 5°

NOTA: EL 45% DESCONOCE LOS CONVENIOS.

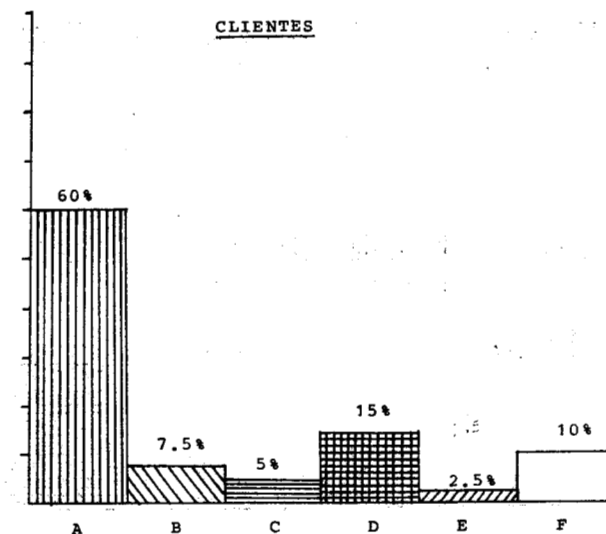
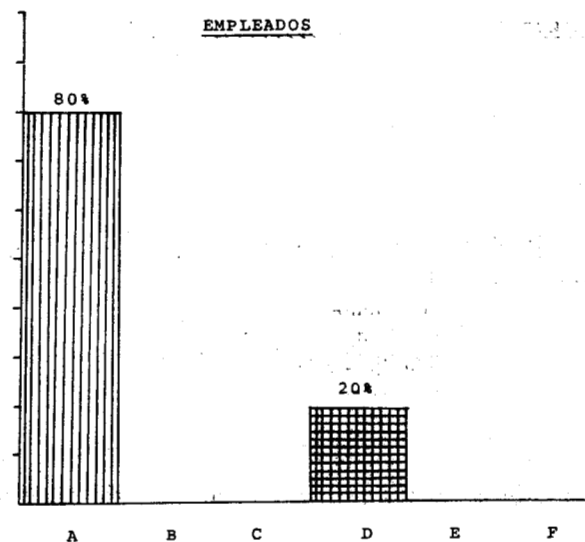
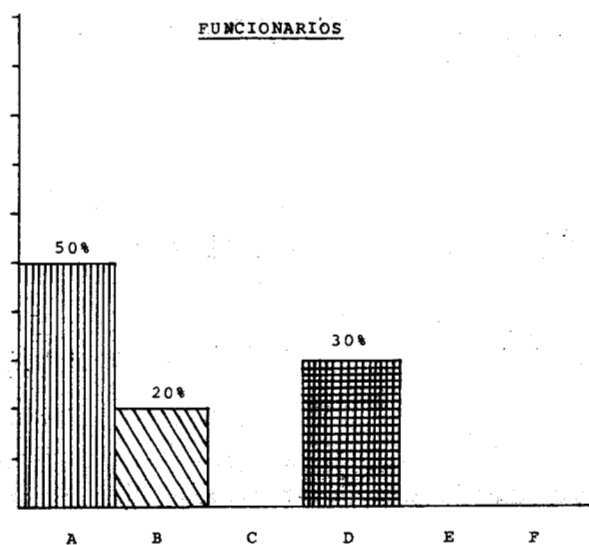
SIMBOLOGIA:

- I - CTM Y CROC
 II - CNOP Y CNPP
 III- CNC Y CCI
 IV - CONGRESO DEL TRABAJO
 V - DIF Y FONACOT

PREGUNTA # 9.

¿QUÉ RELACIÓN CREE UD. QUE GUARDEN LAS TIENDAS SINDICALES (DEL IMSS, ISSSTE, DDF, PEMEX, ETC.)
CON RESPECTO A LAS TIENDAS CONASUPO?

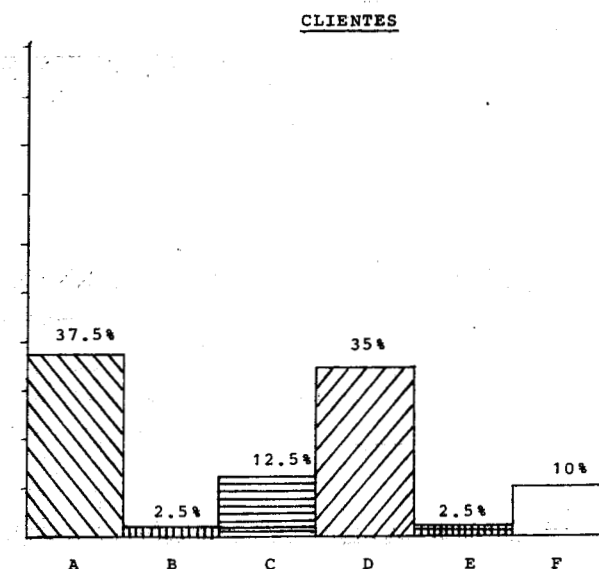
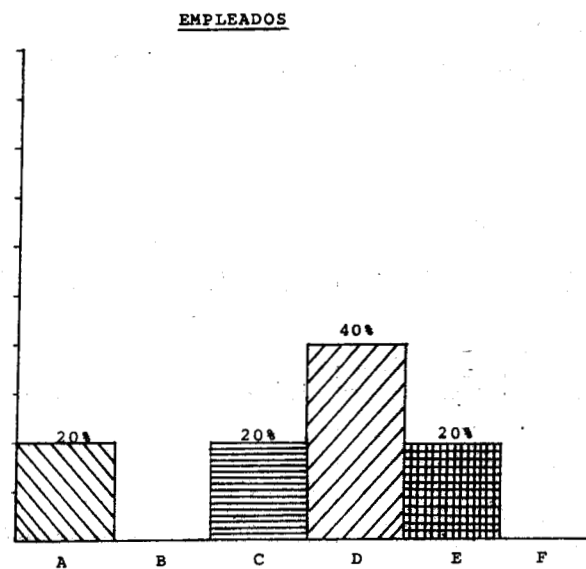
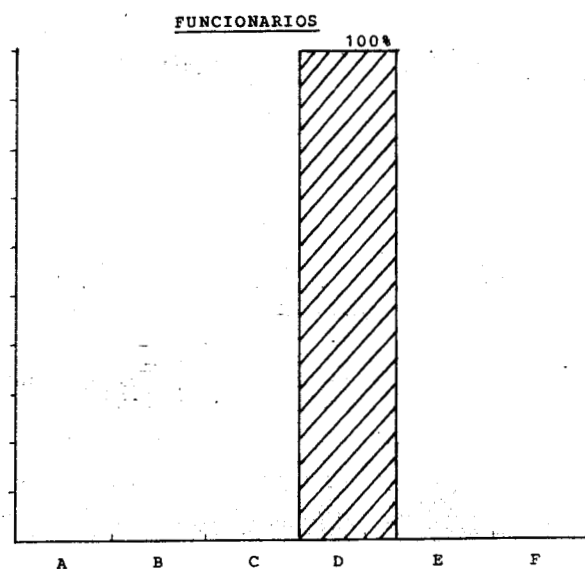
- A) AMBAS PROCURAN LA PROTECCIÓN DEL PODER ADQUISITIVO DEL SALARIO DE LOS TRABAJADORES.
- B) LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE AMBAS OBEDECE A INTERESES DISTINTOS.
- C) COMPITEN ENTRE SÍ.
- D) SE COMPLEMENTAN.
- E) OTRA.
- F) LO DESCONOCE.



PREGUNTA # 10.

¿CÓMO BRINDA ORIENTACIÓN CONASUPO A LOS CONSUMIDORES?

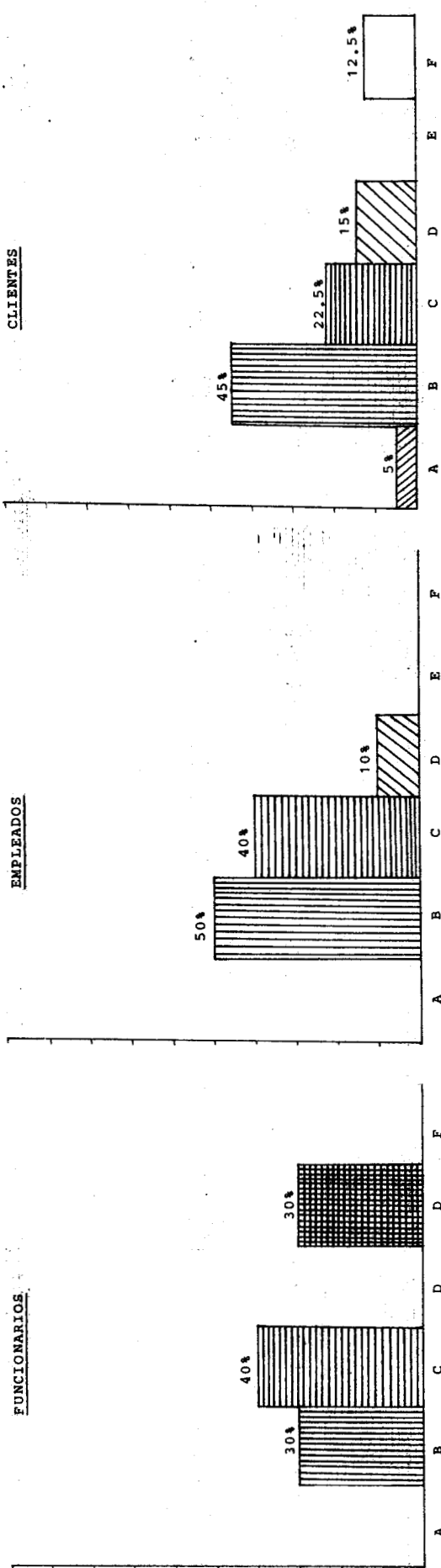
- A) POR MEDIO DE CAMPAÑAS EN RADIO Y TELEVISIÓN.
- B) POR MEDIO DE PUBLICACIONES (REVISTAS, FOLLETOS).
- C) EN COLABORACIÓN CON SECOFI E INCO.
- D) TODAS LAS MENCIONADAS.
- E) OTRO MEDIO.
- F) NO PROPORCIONA NINGÚN TIPO DE ORIENTACIÓN.



PREGUNTA # 11.

A SU JUICIO, ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL APOYO QUE RECIBEN LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS POR PARTE DE CONASUPO?

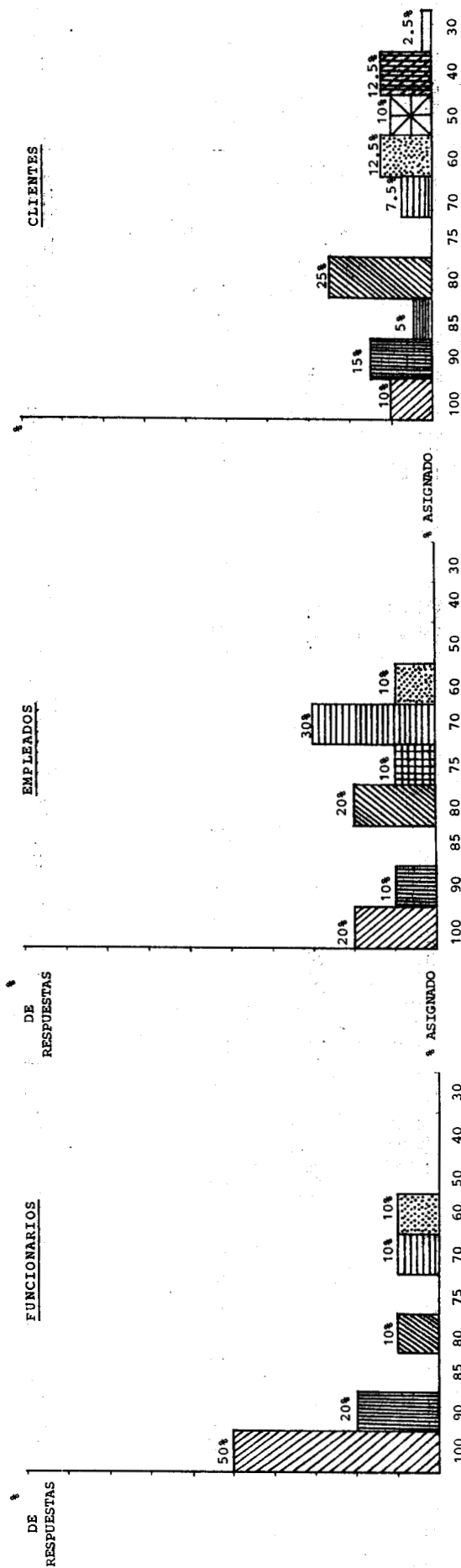
- A) LA CAPACITACIÓN TÉCNICA.
- B) LOS PRECIOS DE GARANTÍA.
- C) LOS PROGRAMAS DE COMPRAS.
- D) LA CANALIZACIÓN DE RECURSOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS.
- E) OTRO.
- F) LO DESCONOCE.

FUNCIONARIOSEMPLEADOSCLIENTES

PREGUNTA # 12.

DE ACUERDO A SU RESPUESTA A LA PREGUNTA NO. 1, ¿EN QUÉ GRADO CUMPLE SU OBJETIVO PRINCIPAL CONASUPO?

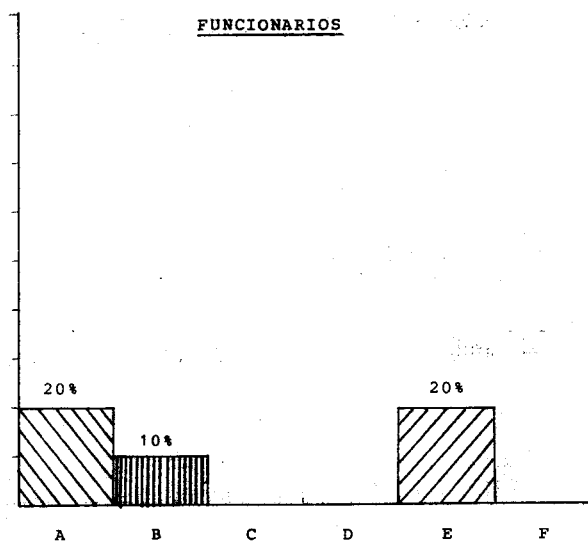
0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100%



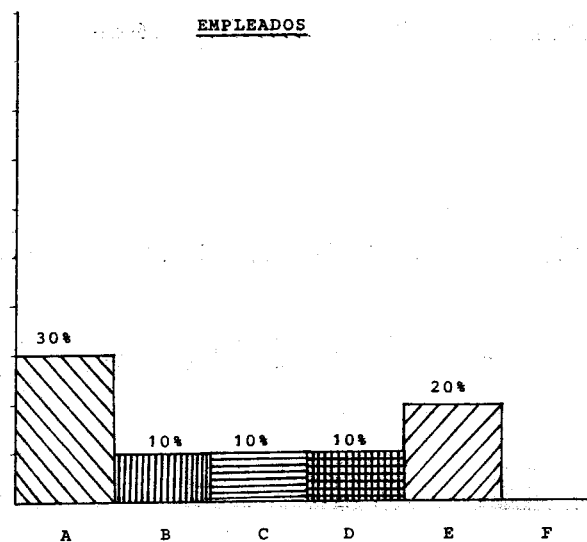
PREGUNTA # 13.

SI LE ASIGNÓ UN PORCENTAJE INFERIOR AL 100%, INDIQUE LA RAZÓN PRINCIPAL POR LA QUE UD. CONSIDERA QUE NO PUEDE CUMPLIR ENTERAMENTE SU OBJETIVO:

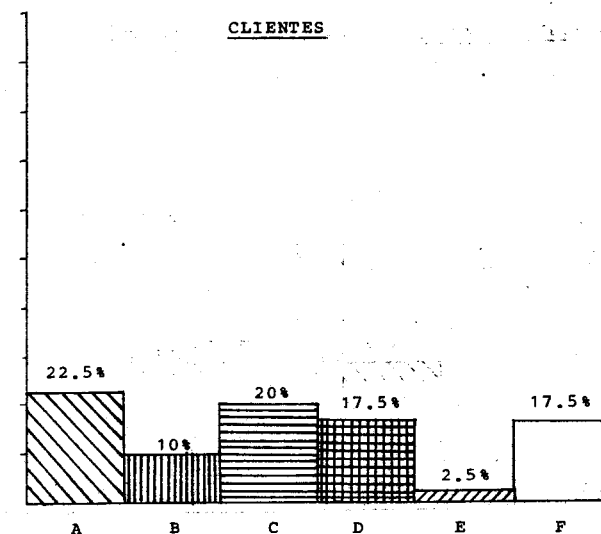
- A) LIMITACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS, TÉCNICOS Y MATERIALES.
- B) FALTA DE INFRAESTRUCTURA.
- C) DESCONOCIMIENTO DE LAS NECESIDADES REALES DEL MERCADO DE BIENES BÁSICOS.
- D) DEFICIENCIA EN LA COORDINACIÓN DE OPERACIONES.
- E) OTRA.
- F) LO DESCONOCE.



NOTA: SE EXCLUYE EL 50% QUE ASIGNO 100%.



NOTA: SE EXCLUYE EL 20% QUE ASIGNO 100%.

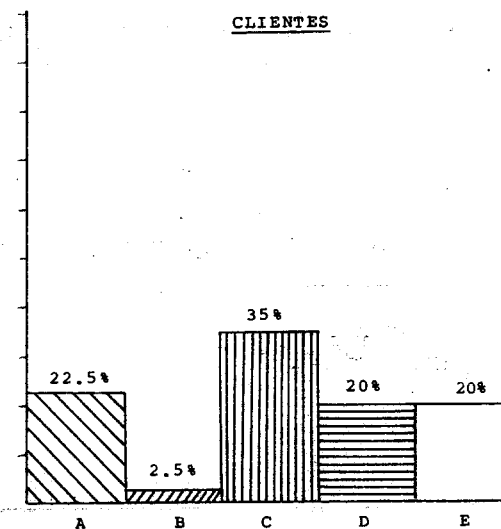
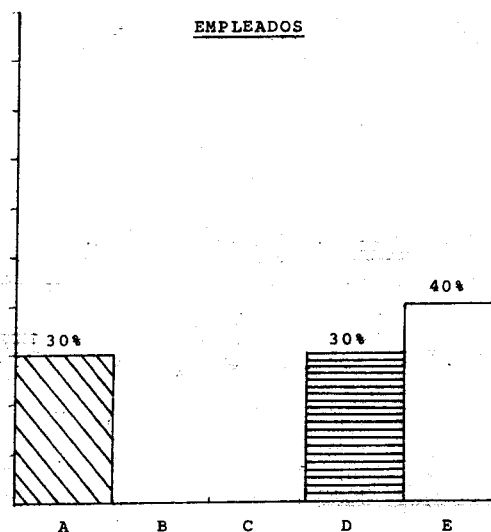
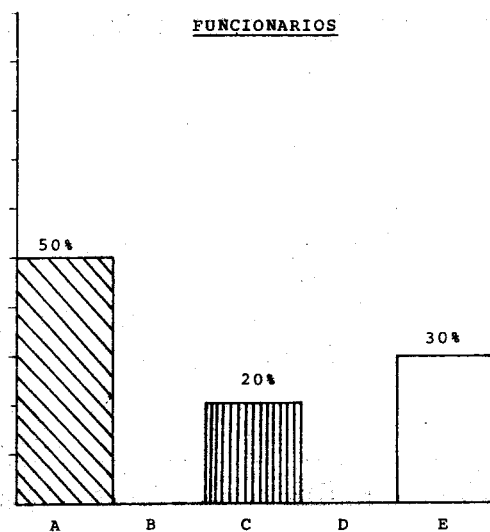


NOTA: SE EXCLUYE EL 10% QUE ASIGNO 100%.

PREGUNTA # 14.

¿DÓNDE PIENSA UD. QUE SEA MÁS NECESARIA LA PRESENCIA DE CONASUPO?

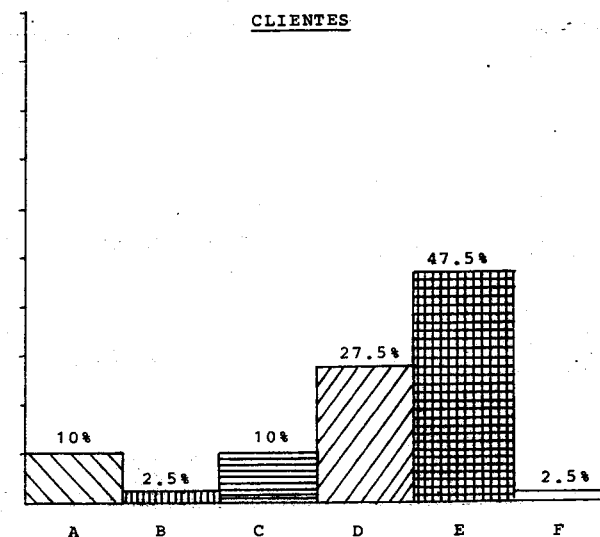
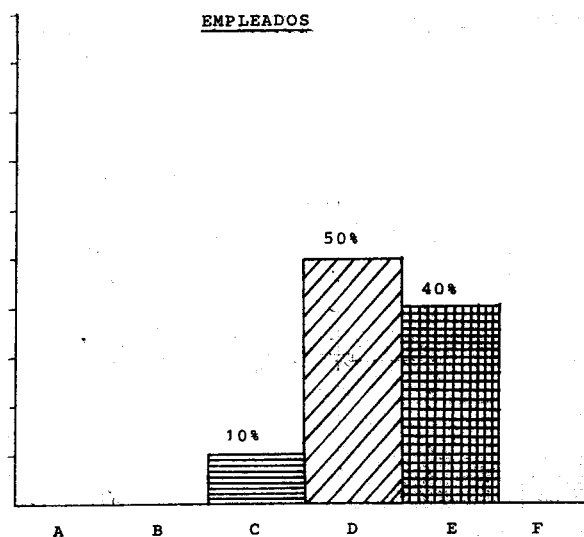
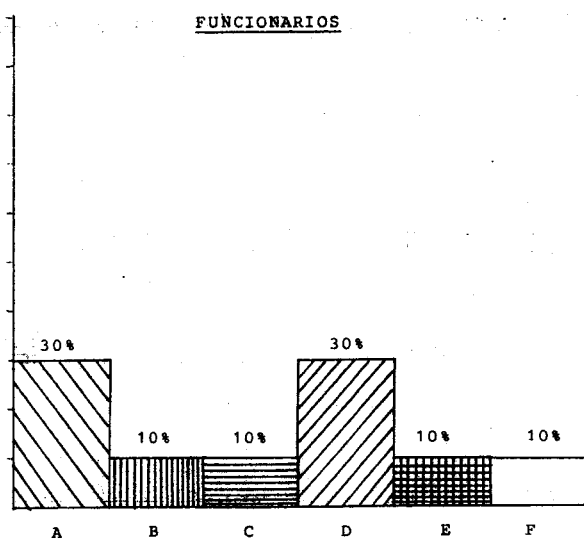
- A) EN EL CAMPO.
- B) EN LAS GRANDES CIUDADES.
- C) EN LAS PEQUEÑAS COMUNIDADES RURALES.
- D) EN LAS ZONAS MARGINADAS URBANAS.
- E) OTRO.



PREGUNTA # 15.

DESDE SU PUNTO DE VISTA PERSONAL, ¿QUIÉNES SON LOS CLIENTES DE LAS TIENDAS CONASUPO QUE RESULTAN MÁS BENEFICIADOS?

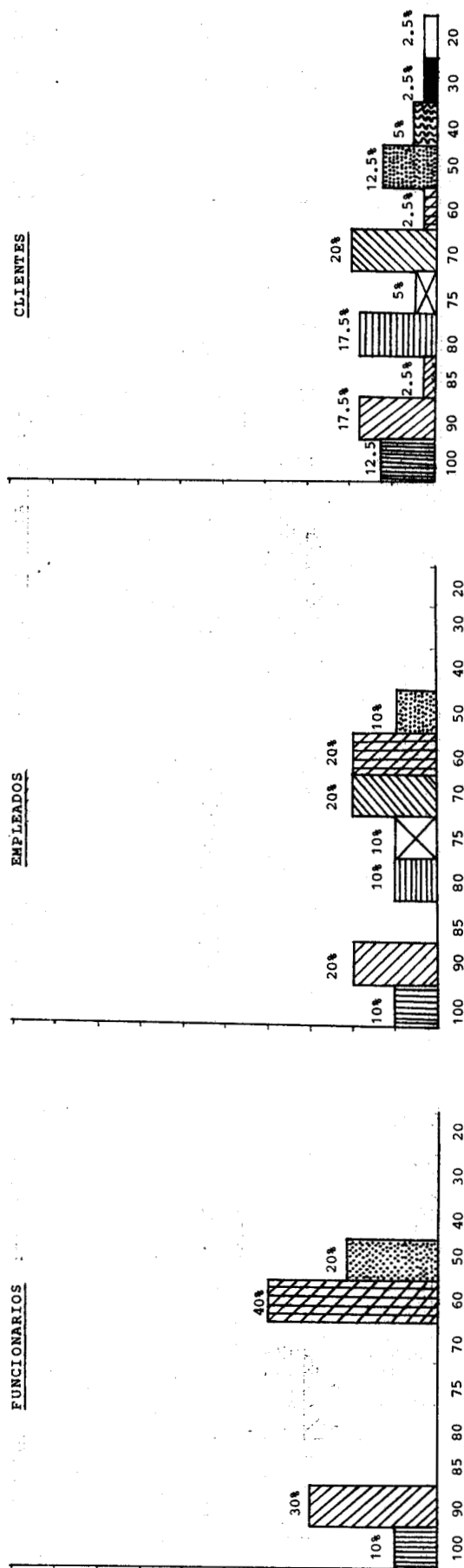
- A) LOS CAMPESINOS Y SUS FAMILIAS.
- B) LOS OBREROS Y SUS FAMILIAS.
- C) TANTO LOS CAMPESINOS COMO LOS OBREROS.
- D) LAS CLASES DE INGRESOS BAJOS Y MEDIOS.
- E) TODA LA POBLACIÓN.
- F) OTROS.



PREGUNTA # 16.

¿QUÉ GRADO DE EFICIENCIA LE ASIGNARÍA UD. AL SERVICIO DE ABASTO DE PRODUCTOS BÁSICOS QUE OFRECE CONASUPO A TRAVÉS DE SU RED DE TIENDAS Y ALMACENES?

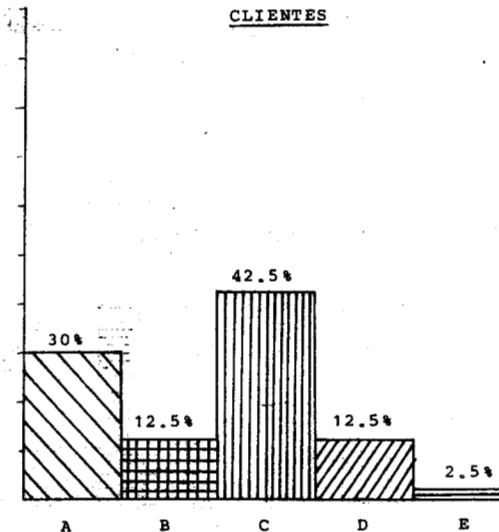
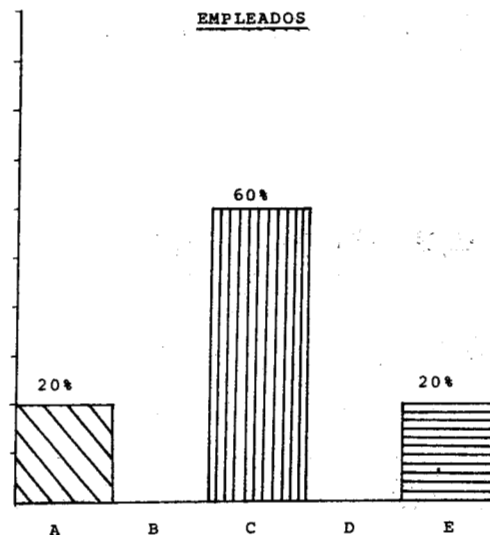
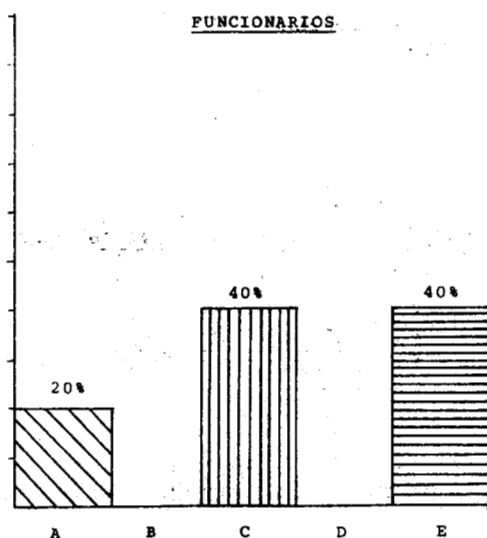
0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100%



PREGUNTA # 17.

¿EN BASE A QUÉ RAZÓN ASIGNÓ EL PORCENTAJE DE EFICIENCIA?

- A) PORQUE PROPORCIONA UN ABASTO SUFICIENTE, OPORTUNO Y A PRECIOS ADECUADOS.
- B) PORQUE CUENTA CON UNA AMPLIA COBERTURA A NIVEL NACIONAL.
- C) PORQUE EL ABASTO NO ES SUFICIENTE.
- D) PORQUE LOS NIVELES DE PRECIOS NO SON ADECUADOS.
- E) OTRA RAZÓN.



PREGUNTA # 18.

¿CONSIDERA UD. REALMENTE BENÉFICOS LOS PROGRAMAS ANUALES QUE REALIZA CONASUPO, COMO LA VENTA DECEMBRINA DE JUGUETES Y LA VENTA DE ÚTILES ESCOLARES EN INICIO DE CICLOS ESCOLARES?

SI A) PORQUE AYUDAN A CONTRARRESTAR LA ESPECULACIÓN DE LA INICIATIVA PRIVADA.

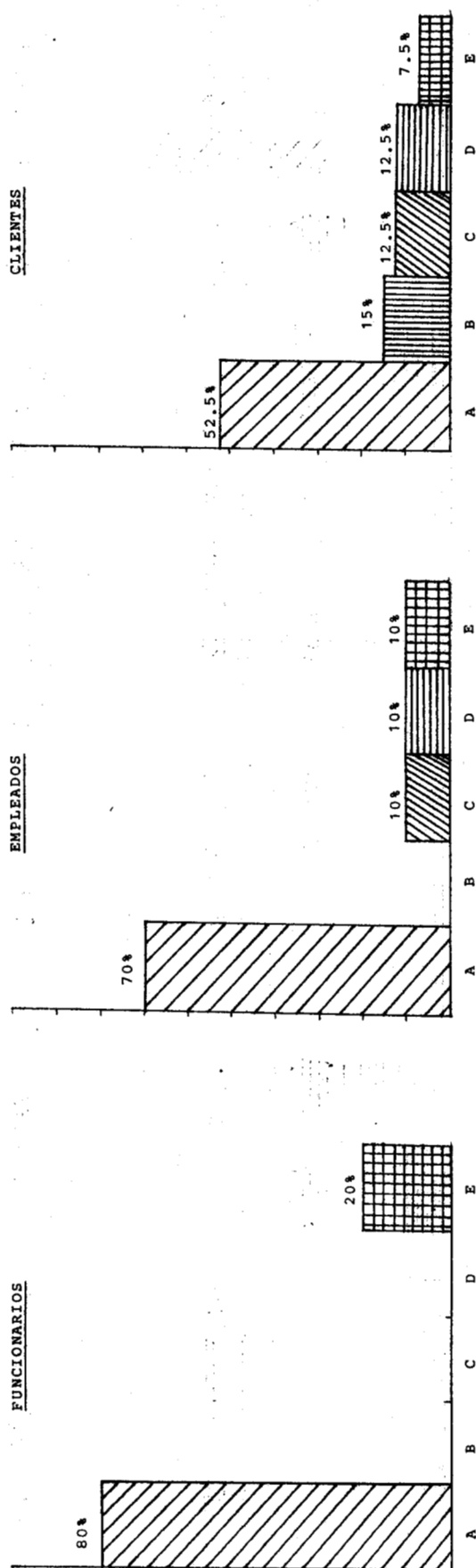
B) PORQUE AYUDAN A ATENDER LA TOTALIDAD DE LA DEMANDA.

C) PORQUE SU ABASTO ES INSUFICIENTE.

NO

D) PORQUE NO OFRECEN PRECIOS REALMENTE BAJOS.

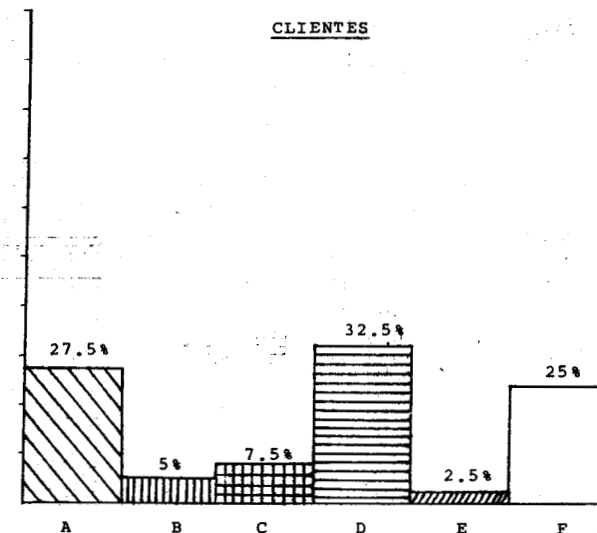
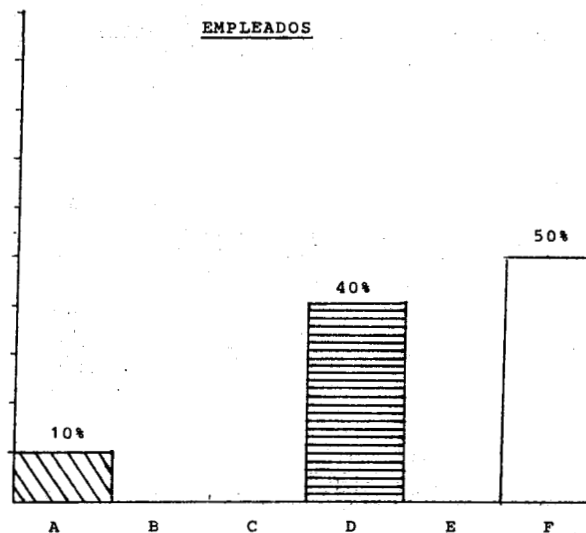
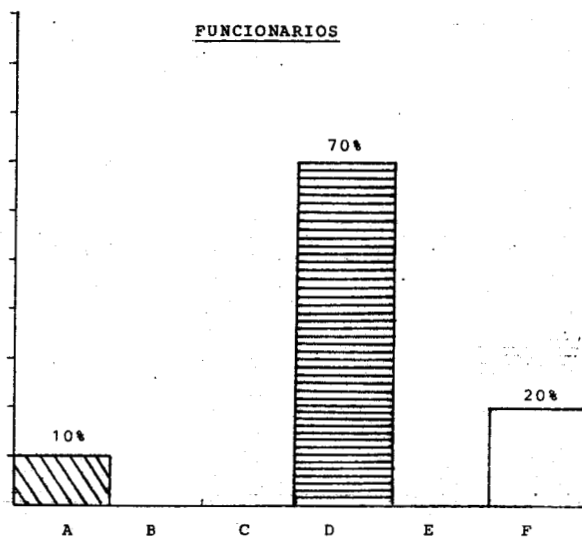
E) OTRA RAZÓN.



PREGUNTA # 19.

EN COMPARACIÓN CON LAS TIENDAS SINDICALES, ¿QUÉ VENTAJA CONSIDERA USTED QUE TENGAN LAS TIENDAS CONASUPO?

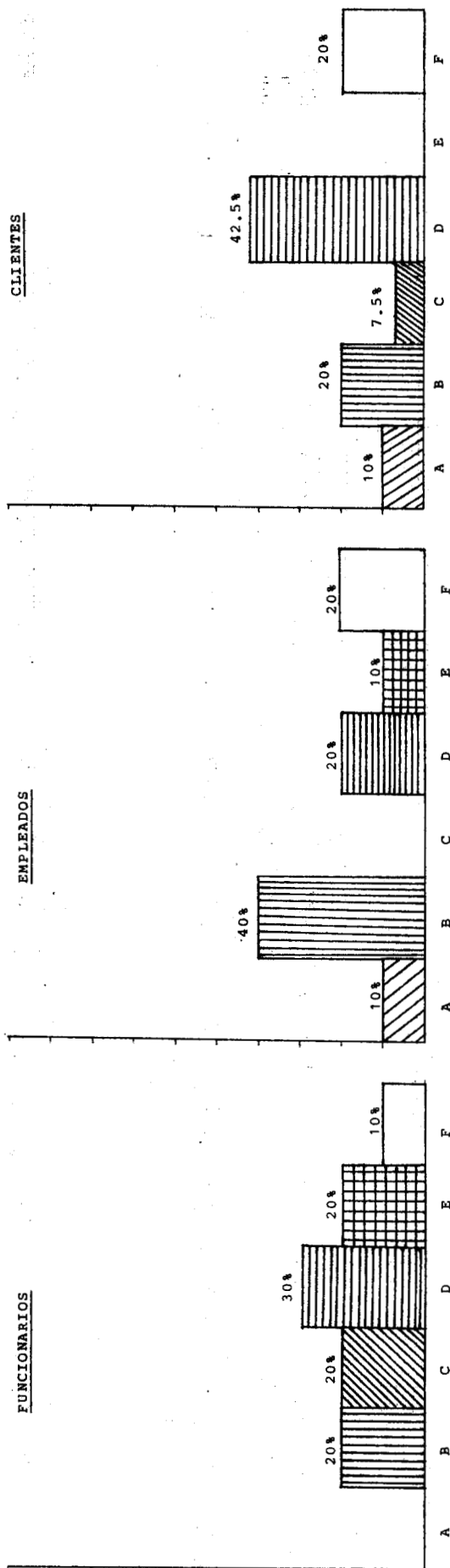
- A) MEJORES PRECIOS EN LAS MERCANCÍAS.
- B) MEJOR CALIDAD DE LAS MERCANCÍAS.
- C) MEJOR SURTIDO EN MERCANCÍAS.
- D) MEJOR UBICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LAS TIENDAS,
- E) OTRA.
- F) NINGUNA VENTAJA.



PREGUNTA # 20.

A SU JUICIO, ¿DE QUÉ DEPENDEN LAS POLÍTICAS DE PRECIOS AL CONSUMIDOR QUE MANEJA CONASUPO?

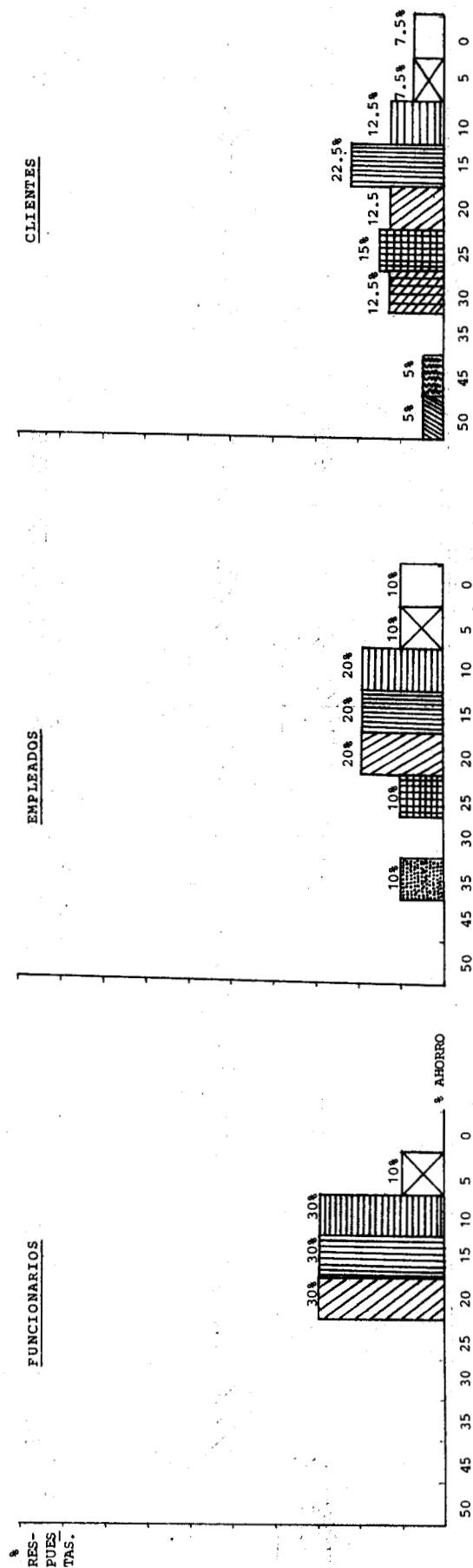
- A) TIPO DE TIENDA.
- B) NÍVEL DE INGRESOS DE LA CLASE CONSUMIDORA A LA QUE SE DIRIGE.
- C) SITUACIÓN FINANCIERA DE LA INSTITUCIÓN.
- D) SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS.
- E) OTRA.
- F) LO DESCONOCE.



PREGUNTA # 21.

¿QUÉ PORCENTAJE DE AHORRO CALCULA USTED QUE DISFRUTAN LOS CONSUMIDORES AL COMPRAR EN TIENDAS CONASUPO?

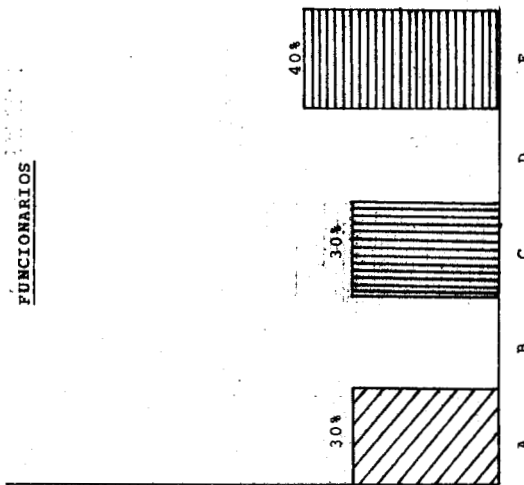
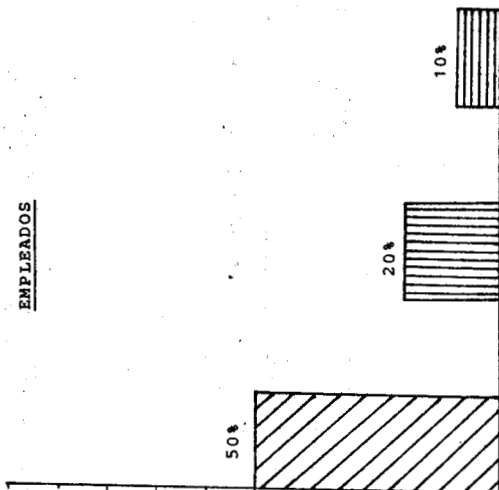
0.....5.....10.....15.....20.....25.....30.....35.....40.....45.....50.....55



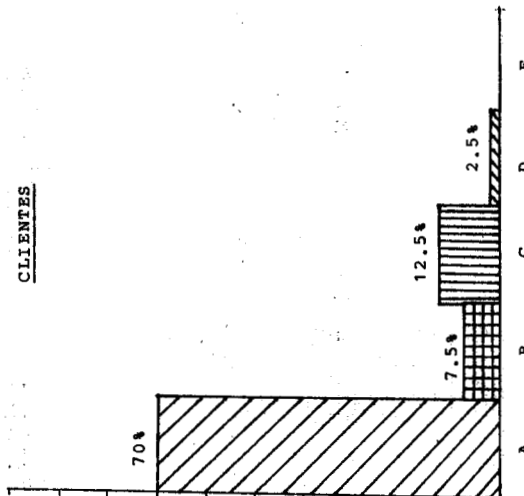
PREGUNTA # 22.

PARA USTED, ¿CUÁL ES LA PRINCIPAL FUENTE DE FINANCIAMIENTO DE LA INSTITUCIÓN?

- A) SUBSIDIO DEL GOBIERNO FEDERAL.
- B) CRÉDITO BANCARIO.
- C) ASIGNACIÓN DEL PRESUPUESTO FEDERAL.
- D) DEUDA PÚBLICA.
- E) OTRA.

FUNCIONARIOSEMPLEADOS

NOTA: 20% LO DESCONOCE (EXCLUIDOS)

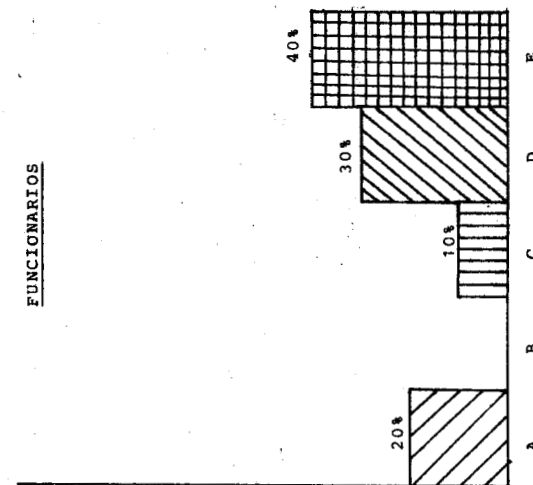
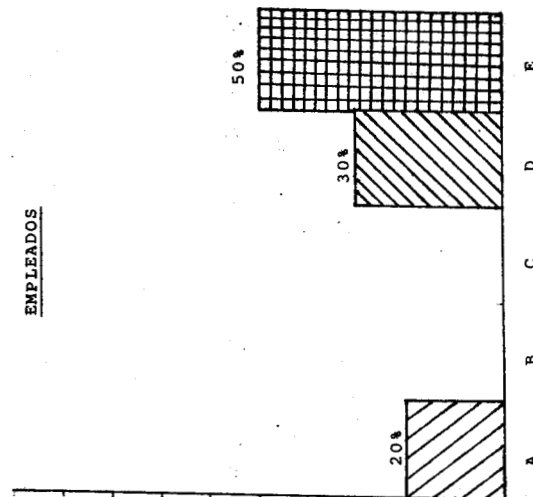
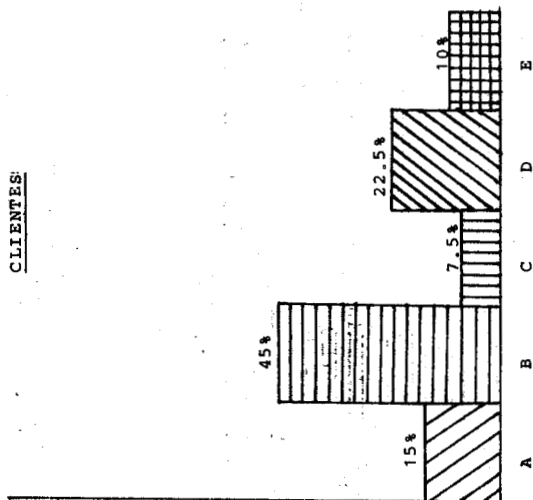
CLIENTES

NOTA: 7.5% LO DESCONOCE (EXCLUIDOS)

PREGUNTA # 23.

EN BASE A SU PROPIO CRITERIO, ¿QUÉ ASPECTO DEL PAPEL QUE DESEMPEÑA CONASUPO ES MÁS TRASCENDENTE?

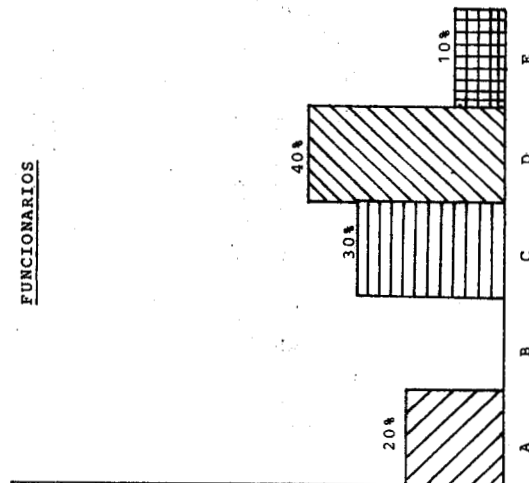
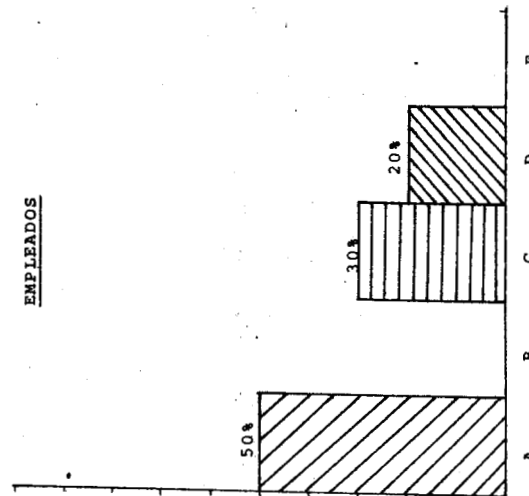
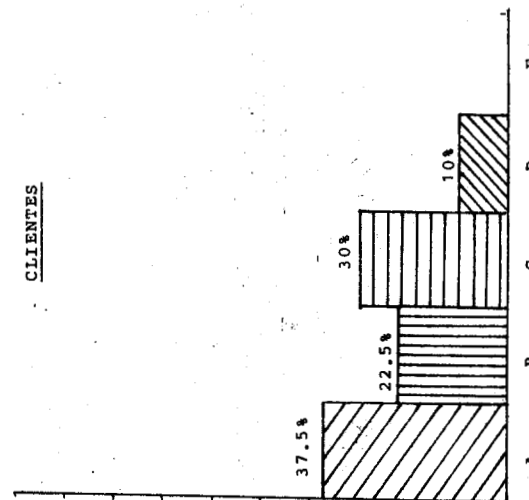
- A) SOCIAL.
- B) ECONÓMICO.
- C) POLÍTICO.
- D) LOS TRES ASPECTOS.
- E) UNA COMBINACIÓN DE ASPECTOS.

FUNCIONARIOSEMPLEADOSCLIENTES

PREGUNTA # 24.

¿POR QUÉ RAZÓN LO ESTIMA DE ESA MANERA?

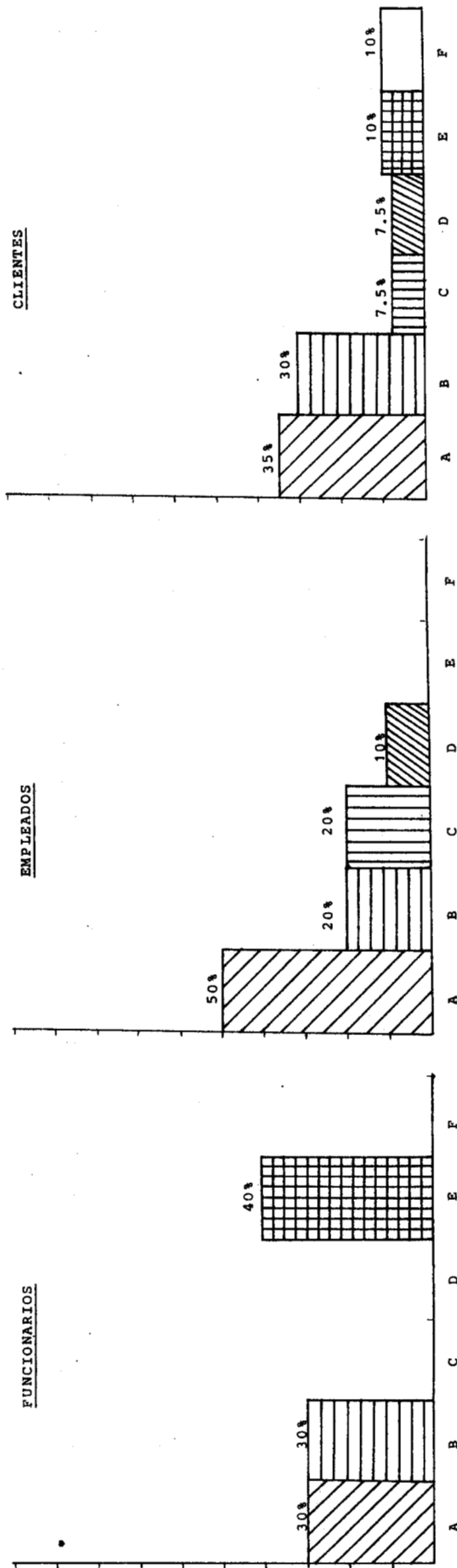
- A) PORQUE MEJORA LOS NIVELES DE ALIMENTACIÓN, SALUD Y BIENESTAR PARA LA MAYORÍA DE LOS HABITANTES DEL PAÍS.
 B) PORQUE CONTRIBUYE A LA REDISTRIBUCIÓN DEL INGRESO.
 C) PORQUE RESPONDE A PRESIONES POLÍTICAS SURGIDAS A PARTIR DE SITUACIONES DE ACAPARAMIENTO, ESPECULACIÓN Y EXCESIVO INTERMEDIARISMO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS.
 D) POR LAS TRES RAZONES MENCIONADAS.
 E) OTRA RAZÓN.

FUNCIONARIOSEMPLEADOSCLIENTES

PREGUNTA # 25.

¿A QUÉ CREE USTED QUE SE DEBA LA EXPANSIÓN Y CRECIMIENTO DEL SISTEMA CONASUPO?

- A) AL AUMENTO DE LA POBLACIÓN.
- B) AL ÉXITO DE LAS OPERACIONES DE CONASUPO.
- C) A LA DESESTABILIDAD ECONÓMICA DEL PAÍS.
- D) A DISPOSICIONES PRESIDENCIALES.
- E) OTRA.
- F) LO DESCONOCE.



INTERPRETACION DE RESULTADOS.

SE CONSIDERAN LOS PORCENTAJES MÁS SIGNIFICATIVOS DE LAS RESPUESTAS DE CADA UNO DE LOS TRES GRUPOS ENCUESTADOS PARA RESALTAR LA CONTRASTACIÓN ENTRE ELLOS. ADEMÁS, SE TOMAN EN CUENTA LOS CASOS EXCEPCIONALES, COMO SON: LOS DE DESCONOCIMIENTO, DE NEGACIÓN Y DE OPCIONES INTERESANTES - PROPUESTAS POR LOS ENCUESTADOS.

I. CONCEPTO DE MISION.- QUE SE DESGLOSA EN TRES SUBCONCEPTOS: "COMETIDO", "SERVICIO" Y "BENEFICIARIOS", COMPENDIDOS DE LA PREGUNTA NÚMERO 1 A LA 4.

+ COMETIDO.

PARA EL 40% Y 70% DE FUNCIONARIOS Y EMPLEADOS, RESPECTIVAMENTE:

- "REGULAR EL MERCADO DE PRODUCTOS BÁSICOS"

PARA EL 50% DE LOS CLIENTES:

- "GARANTIZAR EL ABASTO DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 10% DE FUNCIONARIOS:

- "PROCURAR ESTABILIDAD POLÍTICA Y SOCIAL AL PAÍS"

+ SERVICIO.

PARA EL 40% DE FUNCIONARIOS, 40% DE EMPLEADOS Y - 37.5% DE CLIENTES:

- "CONTRIBUYE AL BIENESTAR ECONÓMICO DE LA SOCIEDAD EN GENERAL"

PARA EL 40% DE EMPLEADOS:

- "PROTEGE LOS INGRESOS DE LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES Y DE LAS CLASES TRABAJADORAS"

PARA EL 5% DE CLIENTES:

- "ES NULO"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 10% DE FUNCIONARIOS:

- "GARANTIZAR EL DERECHO A LA ALIMENTACIÓN"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 5% DE CLIENTES:

- "ABASTECER MERCADOS DESATENDIDOS POR LA INICIATIVA PRIVADA"

+ BENEFICIARIOS.

JERARQUÍA OTORGADA POR LOS FUNCIONARIOS:

- 1° PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.
- 2° PEQUEÑOS PRODUCTORES INDUSTRIALES.
- 3° PEQUEÑOS COMERCIANTES.
- 4° CONSUMIDORES DE MENORES INGRESOS.
- 5° CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.

JERARQUÍA OTORGADA POR LOS EMPLEADOS:

- 1° CONSUMIDORES DE MENORES INGRESOS.
- 2° PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.
- 3° PEQUEÑOS COMERCIANTES.
- 4° PEQUEÑOS PRODUCTORES INDUSTRIALES.
- 5° CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.

JERARQUÍA OTORGADA POR LOS CLIENTES:

- 1° PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.

2° PEQUEÑOS PRODUCTORES INDUSTRIALES.

3° PEQUEÑOS COMERCIANTES.

4° CONCESIONARIOS DE SUS TIENDAS.

5° CONSUMIDORES DE MENORES INGRESOS.

+ OTROS BENEFICIARIOS.

PARA EL 60% DE FUNCIONARIOS, 50% DE EMPLEADOS Y -
30% DE CLIENTES:

- "COOPERATIVAS DE PRODUCCIÓN, DE CONSUMO Y SINDICATOS"

EL 10% DE EMPLEADOS Y 30% DE CLIENTES:

LO DESCONOCE.

II. MAPA DE RELACIONES CON EL MEDIO AMBIENTE.- SE CONSIDERAN LA INICIATIVA PRIVADA, LAS EMPRESAS FILIALES, EL SECTOR PÚBLICO, LOS ORGANISMOS SOCIALES Y OTRAS; COMPRENDIDAS DE LA PREGUNTA NÚMERO 5 A LA 9.

+ SU RELACIÓN CON LA INICIATIVA PRIVADA.

PARA EL 60% DE FUNCIONARIOS, 60% DE EMPLEADOS Y --
37.5% DE CLIENTES:

- "ES COMPLEMENTARIA"

EL 10% DE EMPLEADOS Y 5% DE CLIENTES:

LA DESCONOCE.

+ SU RELACIÓN CON LAS EMPRESAS FILIALES.

PARA EL 100% DE FUNCIONARIOS, 100% DE EMPLEADOS Y
70% DE CLIENTES:

- "DE COLABORACIÓN EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES"

EL 12.5% DE CLIENTES:

LA DESCONOCE.

+ SU RELACIÓN CON EL SECTOR PÚBLICO.

JERARQUÍA OTORGADA POR LOS FUNCIONARIOS:

1° SECOFI

2° SPP

3° SARH

4° SHCP

5° SECOGEF

JERARQUÍA OTORGADA POR LOS EMPLEADOS:

1° SECOFI

2° SARH

3° SHCP

4° SPP

5° SECOGEF

JERARQUÍA OTORGADA POR LOS CLIENTES:

1° SECOFI

2° SECOGEF

3° SPP

4° SHCP

5° SARH

+ SU RELACIÓN CON LOS ORGANISMOS SOCIALES.

JERARQUÍA OTORGADA POR LOS FUNCIONARIOS:

1° CNC y CCI

2° CTM y CROC

- 3° CNOP y CNPP
- 4° CONGRESO DEL TRABAJO
- 5° DIF y FONACOT

JERARQUÍA OTORGADA POR LOS EMPLEADOS:

- 1° CTM y CROC
- 2° CNC y CCI
- 3° CNOP y CNPP
- 4° CONGRESO DEL TRABAJO
- 5° DIF y FONACOT

JERARQUÍA OTORGADA POR LOS CLIENTES:

- 1° CTM y CROC
- 2° CONGRESO DEL TRABAJO
- 3° DIF y FONACOT
- 4° CNC y CCI
- 5° CNOP y CNPP

+ SU RELACIÓN CON TIENDAS SINDICALES.

PARA EL 50% DE FUNCIONARIOS, 80% DE EMPLEADOS Y --
60% DE CLIENTES:

- "PERSIGUEN EL MISMO OBJETIVO SOCIAL DE PROTECCIÓN
AL SALARIO DE LOS TRABAJADORES"

EL 10% DE CLIENTES:

LA DESCONOCE.

III. ORGANIZACION DE GRUPOS DE TRABAJO.- QUE CONTEMPLA LOS
TIPOS DE APOYO A LOS GRUPOS OBJETIVO (PEQUEÑOS AGRICULTO-
RES Y CONSUMIDORES), COMPRENDIDOS EN LAS PREGUNTAS 10 Y 11.

+ ORIENTACIÓN A LOS CONSUMIDORES.

PARA EL 100% DE FUNCIONARIOS Y 40% DE EMPLEADOS:

- "MEDIANTE CAMPAÑAS EN RADIO Y T.V., PUBLICACIONES Y EN COLABORACIÓN CON SECOFI E INCO.

PARA EL 37.5% DE CLIENTES:

- "POR MEDIO DE CAMPAÑAS EN RADIO Y T.V."

PARA EL 10% DE CLIENTES:

- "NO PROPORCIONA NINGÚN TIPO DE ORIENTACIÓN A LOS CONSUMIDORES"

+ APOYO A PEQUEÑOS PRODUCTORES AGRÍCOLAS.

PARA EL 40% DE FUNCIONARIOS:

- "LOS PROGRAMAS DE COMPRAS"

PARA EL 50% DE EMPLEADOS Y 45% DE CLIENTES:

- "LOS PRECIOS DE GARANTÍA"

EL 12.5% DE CLIENTES:

LO DESCONOCE.

IV. RESULTADOS DE TRABAJO.- RELACIONADOS CON SU EFICIENCIA OPERATIVA, COBERTURA ALCANZADA Y DETERMINACIÓN DE FUERZAS IMPULSORAS Y RESTRICTIVAS AL CUMPLIMIENTO DE SU MISIÓN. ABARCA DE LA PREGUNTA NÚMERO 12 A LA 19.

+ EFICIENCIA FUNCIONAL.

(LÍMITE SUPERIOR)

PARA EL 50% DE FUNCIONARIOS:

- "AL 100%"

PARA EL 30% DE EMPLEADOS:

- "AL 70%"

PARA EL 25% DE CLIENTES:

- "AL 80%"

(LÍMITE INFERIOR)

PARA EL 10% DE FUNCIONARIOS Y 10% DE EMPLEADOS:

- "AL 60%"

PARA EL 2.5% DE CLIENTES:

- "AL 30%"

+ FUERZAS RESTRICTIVAS.

PARA EL 20% DE FUNCIONARIOS, 30% DE EMPLEADOS Y --
22.5% DE CLIENTES:

- "LIMITACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS, TÉCNICOS Y MATERIALES"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 10% DE FUNCIONARIOS:

- "FACTORES FUERA DE CONTROL"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 10% DE EMPLEADOS:

- "DEFICIENCIA COMERCIAL"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 2.5% DE CLIENTES:

- "INEXISTENCIA DE CONTROL DE PRECIOS"

EL 7.5% DE LOS CLIENTES:

DESCONOCE LAS CAUSAS.

+ COBERTURA NECESARIA.

PARA EL 50% DE FUNCIONARIOS Y 30% DE EMPLEADOS:

- "EN EL CAMPO"

PARA EL 35% DE CLIENTES:

- "EN LAS PEQUEÑAS COMUNIDADES RURALES"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 20% DE FUNCIONARIOS, 20% -
DE EMPLEADOS Y 12.5% DE CLIENTES:

- "EN TODO EL PAÍS"

+ GRUPOS BENEFICIADOS.

PARA EL 30% DE FUNCIONARIOS Y 50% DE EMPLEADOS:

- "CLASES DE INGRESOS BAJOS Y MEDIOS"

PARA EL 30% DE FUNCIONARIOS:

- "CAMPEÑINOS"

PARA EL 47.5% DE CLIENTES:

- "TODA LA POBLACIÓN"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 10% DE FUNCIONARIOS:

- "POBLACIÓN DE ESCASOS RECURSOS"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 2.5% DE CLIENTES:

- "NINGÚN GRUPO"

+ EFICIENCIA OPERATIVA.

(LÍMITE SUPERIOR)

PARA EL 40% DE FUNCIONARIOS Y 20% DE EMPLEADOS:

- "AL 60%"

PARA EL 20% DE EMPLEADOS Y 20% DE CLIENTES:

- "AL 70%"

PARA EL 20% DE EMPLEADOS:

"AL 90%"

(LÍMITE INFERIOR)

PARA EL 20% DE FUNCIONARIOS Y 10% DE EMPLEADOS:

- "AL 50%"

PARA EL 2.5% DE CLIENTES:

- "AL 20%"

+ FUERZAS IMPULSORAS Y RESTRICTIVAS.

PARA EL 40% DE FUNCIONARIOS, 60% DE EMPLEADOS Y --
42.5% DE CLIENTES:

- "ABASTO INSUFICIENTE"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 10% DE FUNCIONARIOS:

- "DEFICIENTE MERCADOTECNIA"

+ EFICIENCIA EN VENTAS PROGRAMADAS.

PARA EL 80% DE FUNCIONARIOS, 70% DE EMPLEADOS Y --
52.5% DE CLIENTES:

- "CONTRARRESTAN ESPECULACIÓN"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 10% DE FUNCIONARIOS:

- "FUNCIÓN AJENA AL OBJETIVO DE CONASUPO"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 2.5% DE CLIENTES:

- "APOYO AL SALARIO URBANO"

+ FUERZA COMPETITIVA.

PARA EL 70% DE FUNCIONARIOS Y 32.5% DE CLIENTES:

- "MEJOR UBICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LAS TIENDAS"

PARA EL 20% DE FUNCIONARIOS, 50% DE EMPLEADOS Y --
25% DE CLIENTES:

- "NULA"

V. ASPECTO FINANCIERO.- QUE INCLUYE LO RELACIONADO A POLÍTICAS DE PRECIOS, NIVELES DE AHORRO Y FUENTE DE FINANCIAMIENTO. COMPRENDE LAS PREGUNTAS NÚMERO 20, 21 Y 22.

+ POLÍTICAS DE PRECIOS.

PARA EL 30% DE FUNCIONARIOS Y 42.5% DE CLIENTES:

- "DETERMINADAS EN BASE A LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS"

PARA EL 40% DE EMPLEADOS:

- "DISEÑADAS DE ACUERDO AL NIVEL DE INGRESOS DE LA CLASE CONSUMIDORA OBJETIVO"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 10% DE FUNCIONARIOS:

- "ESTABLECIDAS CONFORME A LA RELACIÓN ENTRE COSTO Y MARGEN DE UTILIDAD"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 10% DE EMPLEADOS:

- "ACORDES CON LA FIJACIÓN DE PRECIOS OFICIALES"

EL 10% DE FUNCIONARIOS, 20% DE EMPLEADOS Y 20% DE CLIENTES:

LAS DESCONOCE.

+ NIVELES DE AHORRO.

(LÍMITE SUPERIOR)

PARA EL 30% DE FUNCIONARIOS Y 20% DE EMPLEADOS:

- "DEL 20%"

PARA EL 22.5% DE CLIENTES:

- "DEL 15%"

(LÍMITE INFERIOR)

PARA EL 10% DE FUNCIONARIOS:

- "DEL 5%"

PARA EL 10% DE EMPLEADOS Y 7.5% DE CLIENTES:

- "INEXISTENTE"

+ FUENTE DE FINANCIAMIENTO.

PARA EL 30% DE FUNCIONARIOS, 50% DE EMPLEADOS Y --
70% DE CLIENTES:

- "SUBSIDIO DEL GOBIERNO FEDERAL"

PARA EL 30% DE FUNCIONARIOS:

- "ASIGNACIÓN DEL PRESUPUESTO FEDERAL"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 10% DE FUNCIONARIOS:

- "INGRESOS PROPIOS"

EL 20% DE EMPLEADOS Y 7.5% DE CLIENTES:

LA DESCONOCE.

VI. ASPECTOS GENERALES.- REFERIDOS A LA EVALUACIÓN FUNCIONAL DE LA INSTITUCIÓN, EN CUANTO A TRASCENDENCIA Y LAS RAZONES DE LA MISMA, ASÍ COMO A LOS FACTORES DE EXPANSIÓN Y CRECIMIENTO. CONTEMPLADOS DENTRO DE LAS PREGUNTAS 23 A LA 25.

+ ASPECTOS TRASCENDENTALES.

PARA EL 45% DE CLIENTES:

- "EL ECONÓMICO"

PARA EL 30% DE FUNCIONARIOS, 30% DE EMPLEADOS Y --
22.5% DE CLIENTES:

- "EL SOCIAL, ECONÓMICO Y POLÍTICO"

PARA EL 30% DE FUNCIONARIOS Y 40% DE EMPLEADOS:

- "EL SOCIO-ECONÓMICO"

+ RAZONES DE LA TRASCENDENCIA.

PARA EL 50% DE EMPLEADOS Y 37.5% DE CLIENTES:

- "CONTRIBUCIÓN AL BIENESTAR SOCIAL"

PARA EL 40% DE FUNCIONARIOS:

- "CONTRIBUCIÓN AL BIENESTAR SOCIAL, ECONÓMICO Y POLÍTICO"

+ FACTORES DE EXPANSIÓN Y CRECIMIENTO.

PARA EL 30% DE FUNCIONARIOS, 50% DE EMPLEADOS Y --
35% DE CLIENTES:

- "AUMENTO DE LA POBLACIÓN"

PARA EL 30% DE FUNCIONARIOS:

- "ÉXITO OPERACIONAL DE LA EMPRESA"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 10% DE FUNCIONARIOS:

- "INCAPACIDAD DE ABASTO DE LA INICIATIVA PRIVADA"

OPCIÓN PROPUESTA POR EL 5% DE CLIENTES:

- "NECESIDAD DE APOYO ECONÓMICO A LAS CLASES TRABAJADORAS"

EL 10% DE CLIENTES:

LOS DESCONOCE.

CONCLUSIONES.

LA IMAGEN PROYECTADA POR CONASUPO, EN CUANTO AL PANORAMA ORGANIZACIONAL Y DE ACUERDO CON LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN ESTA INVESTIGACIÓN, SE REVELA DE LA SIGUIENTE MANERA:

EL OBJETIVO INSTITUCIONAL DE CONASUPO ES EL DE REGULAR EL MERCADO DE PRODUCTOS BÁSICOS, DE ACUERDO CON LA APRECIACIÓN INTERNA, MIENTRAS QUE PARA LA EXTERNA ES EL DE GARANTIZAR EL ABASTO DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD. - AQUÍ SE ENCUENTRAN DOS ENFOQUES EXTREMOS QUE SE SUJETAN A LOS INTERESES Y SITUACIONES EN QUE SE HAYAN LOS ENCUESTADOS.

SE COINCIDE EN AFIRMAR EN FORMA MAYORITARIA EN QUE - LOS BENEFICIOS QUE BRINDA CONASUPO RECAEN EN LA SOCIEDAD EN GENERAL. ADEMÁS SE CONSIDERA QUE SU ACTIVIDAD COMERCIAL ES COMPLEMENTARIA A LA DE LA INICIATIVA PRIVADA, ES DECIR, NO PERTURBA LOS MECANISMOS DEL MERCADO.

SE DETECTA QUE LOS PRECIOS DE GARANTÍA A LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS SON EL PRINCIPAL APOYO QUE OFRECE CONASUPO A NIVEL DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA; ASIMISMO SE INFIERE QUE ES IMPRESCINDIBLE LA PRESENCIA DE CONASUPO EN EL CAMPO.

POR OTRA PARTE, SE ADUCE QUE LAS TIENDAS CONASUPO --- COADYUVAN A LA PROTECCIÓN DEL SALARIO Y MEDIANTE SUS PROGRAMAS DE VENTA SE INTENTA EVITAR EL FENÓMENO DE LA ESPECULACIÓN.

SE CONSIDERA QUE EL DÉFICIT DE EFICIENCIA SE DERIVA -
DE LA FALTA DE RECURSOS CON QUE CUENTA LA INSTITUCIÓN; Y -
QUE EL DÉFICIT EN EL SERVICIO DE ABASTO RESULTA DE LA INSU-
FICIENCIA DEL MISMO A NIVEL GENERAL.

SE APRECIA COMO VENTAJA ÚNICA DE LAS TIENDAS SU UBI-
CACIÓN Y DISTRIBUCIÓN A NIVEL NACIONAL; Y EL AHORRO QUE -
OFRECEN AL CLIENTE VARÍA ENTRE EL 15% Y 20%.

POR ÚLTIMO, SE DESTACA QUE CONASUPO CONTRIBUYE AL BIE-
NESTAR SOCIAL; QUE LOS SUBSIDIOS SON SU PRINCIPAL APOYO FI-
NANCIERO, Y QUE TANTO LA SITUACIÓN ECONÓMICA DEL PAÍS, ASÍ
COMO EL AUMENTO DE LA POBLACIÓN SON FACTORES DETERMINANTES
DE SU ACTUACIÓN, PRESENCIA Y EXPANSIÓN.

EL GRADO EN QUE CONASUPO ESTÁ CUMPLIENDO SU MISIÓN DE
MERITA SU FUNCIONALIDAD AL SISTEMA, POR LO QUE REQUIERE AC-
TUALIZAR SU PAPEL, DENTRO DE UN MARCO DE ADECUACIÓN ACORDE
A LOS IMPERATIVOS ACTUALES. LA PRESENTE IMAGEN PROYECTADA
POR CONASUPO SE ENCUENTRA DETERIORADA, YA BIEN AL INTERIOR,
YA BIEN AL EXTERIOR DE LA ORGANIZACIÓN, ES DECIR, SU FUN-
CIÓN SOCIAL ESTÁ DESVIRTUADA Y ES CONFUSA SU ACTUAL RAZÓN
DE SER, TANTO A NIVEL INSTITUCIONAL COMO A NIVEL SOCIAL,-
PUESTO QUE LOS RESULTADOS ARROJADOS POR ESTA INVESTIGA- -
CIÓN INDICAN QUE EL FOMENTO AL BIENESTAR COLECTIVO SE HA -
VISTO GRADUALMENTE REDUCIDO. LA EFICIENCIA OPERACIONAL QUE
NO SE ENCUENTRA EN EL ÓPTIMO NIVEL, OBSTACULIZA EL CUMPLI-
MIENTO DE SU MISIÓN ESTRATÉGICA, YA SEA POR FALTA DE REFOR

MULACIÓN DE OBJETIVOS ORGANIZACIONALES O A CAUSA DE DEFICIENCIA ADMINISTRATIVA.

DADA LA CRISIS EXISTENCIAL POR LA QUE ATRAVIESA LA INSTITUCIÓN, REQUIERE DE UNA SERIE DE AJUSTES Y/O ADAPTACIONES QUE LE PERMITAN ORIENTAR SU ACTUACIÓN Y DE ESA MANERA ENCONTRAR LA JUSTIFICACIÓN PLENA Y VIGENTE DE SU RAZÓN DE SER. SI NOS REMITIMOS AL PRINCIPIO QUE SOSTIENE QUE TODA ORGANIZACIÓN DEBE EVOLUCIONAR, YA QUE DE LO CONTRARIO DESAPARECE, ENTONCES PODEMOS AFIRMAR QUE DADA LA MISIÓN FORMAL DE CONASUPO, TRADUCIDA A SU MISIÓN ACTUAL REQUIERE DE LA DEFINICIÓN CLARA DE SU NUEVA MISIÓN QUE LE REINTEGRE SU FUNCIONALIDAD PARA CON EL SISTEMA.

A MANERA DE COROLARIO.

LA CREACIÓN DE CONASUPO (COMO DE SUS ANTECESORAS) RESPONDIÓ NO SÓLO A LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA POLÍTICA ECONÓMICA, SINO ADEMÁS AL DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA POLÍTICA (CON FINES LEGITIMANTES PARA EL ESTADO).

CONASUPO REPRESENTA LA INSTITUCIONALIZACIÓN POR VÍA JURÍDICA (EL DECRETO PRESIDENCIAL DE 1965) DE UNA DE SUS PRINCIPALES ACCIONES INTERVENTORAS ORIENTADAS HACIA EL CUMPLIMIENTO DE LA FUNCIÓN DE LEGITIMACIÓN INHERENTE AL PAPEL QUE DEBE ASUMIR TODO ESTADO CAPITALISTA CONTEMPORÁNEO.

CONASUPO OPERA COMO UN COMPLEJO MECANISMO CUYA FINALIDAD RADICA EN LA REDISTRIBUCIÓN DEL INGRESO DENTRO DE LA CLASE TRABAJADORA, CON LO CUAL LEGITIMA Y DA ESTABILIDAD -

AL ESTADO Y A SU RESPECTIVO RÉGIMEN POLÍTICO, AL PROPIO --
 TIEMPO QUE AYUDA A MANTENER LA CONCORDANCIA SOCIO-POLÍTICA
 DEL RÉGIMEN Y PROMUEVE EL PROCESO DE ACUMULACIÓN CAPITALIS-
 TA.

A MÁS DE 70 AÑOS DEL ESTALLIDO REVOLUCIONARIO EL ESTA-
 DO MEXICANO HA LOGRADO LA ESTABILIDAD Y PAZ SOCIAL A TRA--
 VÉS DE LA ATENCIÓN DE UNA DE LAS PRINCIPALES DEMANDAS POPU-
 LARES: EL SUMINISTRO DE BIENES DE CONSUMO BÁSICO A PRECIOS
 ACCESIBLES A LAS MAYORÍAS. ASÍ, EL ESTADO CAPITALISTA MEXI-
 CANO MISTIFICA EL PAPEL QUE DESEMPEÑA EN EL PROCESO DE ACU-
 MULACIÓN DEL CAPITAL EN GENERAL, AL ERIGIRSE COMO EL REPRE-
 SENTANTE DE LOS INTERESES GENERALES DE LA SOCIEDAD, UTILI-
 ZANDO CONSÍGNAS DE "BENEFICIO SOCIAL", CON LO QUE LOGRA A
 LA VEZ LA NEUTRALIZACIÓN POLÍTICA DE LAS CLASES DOMINADAS
 Y SU CONSENSO. EL "BENEFICIO SOCIAL" ES EN SÍ LA IDEOLOGÍA
 LEGITIMIZANTE DEL SISTEMA POLÍTICO. Y CONASUPO HA CUMPLIDO
 EN CIERTO GRADO SU FUNCIÓN PARA EL MANTENIMIENTO DE LA HE-
 GEMONÍA IDEOLÓGICA DEL ESTADO.

EN EL CASO MEXICANO ES FACTIBLE CONSIDERAR COMO GAS--
 TOS SOCIALES LOS DESEMBOLSOS ESTATALES (SUBSIDIOS) PARA LA
 REGULACIÓN DEL MERCADO DE BÁSICOS Y ATENUACIÓN DE LOS EFEC-
 TOS DE LA EXPANSIÓN DEL CAPITAL (TRADUCIDOS AQUÍ COMO LA -
 DISMINUCIÓN DEL PODER ADQUISITIVO DE LOS SALARIOS), COSTOS
 A LOS QUE INCURRE CONASUPO, COSTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES -
 DE LA ACUMULACIÓN, Y QUE SON PARTE DEL PRECIO QUE EL ESTA-
 DO "PAGA" PARA OBTENER EL CONSENSO POLÍTICO Y LA LEGITIMA-
 CIÓN.

LA SOLA PRESENCIA DE CONASUPO DENTRO DEL CONTEXTO ECONÓMICO NACIONAL, INDEPENDIENTEMENTE DEL GRADO EN QUE CUBRA SUS OBJETIVOS, REVELA EL CARÁCTER LEGITIMADOR DE NUESTRO - RÉGIMEN POLÍTICO, Y SU LARGA PERMANENCIA DENTRO DEL SISTEMA, ASÍ COMO SU GRAN EXPANSIÓN REFRENDAN ESTA AFIRMACIÓN.

A LO LARGO DEL DESARROLLO DE ESTA INVESTIGACIÓN SE LOGRÓ VALIDAR LA HIPÓTESIS QUE ORIENTÓ ESTE TRABAJO.

FINALMENTE, CONCLUÍMOS QUE CONASUPO HA SIDO HASTA AHORA FUNCIONAL AL SISTEMA GLOBAL, PUESTO QUE DE ALGUNA MANERA HA CONTRIBUIDO AL MANTENIMIENTO DEL MISMO CON RESPECTO A SU LÓGICA ECONÓMICA Y SU VIABILIDAD POLÍTICO-SOCIAL, PERO HA LLEGADO EL MOMENTO DE IMPRIMIR EL CAMBIO.

NOTAS Y CITAS.

- 1/ Aquí podemos superponer las funciones de acumulación y legitimación del Estado que veremos más adelante.
- 2/ H.R. Sonntag y H. Valecillos, "Nota introductoria sobre la problemática del Estado Capitalista" en El Estado en el Capitalismo Contemporáneo, p. 12.
- 3/ O'Connor, James, La crisis fiscal del Estado, p. 321.
- 4/ Consistente en la redistribución de la riqueza productiva.
- 5/ O'Connor, op. cit., p. 200.
- 6/ Ibid, p. 221.
- 7/ Ibid, p. 232.
- 8/ Gough Ian, "Gastos del Estado en el Capitalismo avanzado" en El Estado en el Capitalismo Contemporáneo, p. 230.
- 9/ Esta consideración va acorde con las teorizaciones tanto de N. Poulantzas, como de O'Connor.
- 10/ Refrendado por "reglas de juego" constitucionales.
- 11/ Sonntag, H.R., "Hacia una teoría política del Capitalismo Periférico" en El Estado en el Capitalismo Contemporáneo, p. 182
- 12/ Fenómeno denominado como creciente estatización de la economía y que en la actualidad dicho proceso se está revirtiendo mediante la reprivatización de la economía.
- 13/ Barenstein, Jorge, La gestión de empresas públicas en México, p. 115.
- 14/ Punto de partida del enfoque que adopta Barenstein para el análisis de las empresas públicas, en op. cit., p. 41.
- 15/ En relación a su incidencia en la autonomía relativa del Estado, tanto o más que por razones de carácter económico.
- 16/ Interpretación a la concepción que al respecto maneja el Dr. Sergio García Ramírez en su obra Derecho Social y Económico y la empresa pública en México.

- 17/ García Ramírez, op. cit., p. 69.
- 18/ Ruiz Massieu, J. Francisco, La empresa pública: un estudio de derecho administrativo sobre la experiencia mexicana, p. 30.
- 19/ Barenstein desarrolla una especie de "clasificación de los -- criterios de clasificación", op. cit., p. 61.
- 20/ Por ejemplo Ruiz Massieu enlista 40 criterios de clasificación de los que resultan 114 tipos de empresa pública.
- 21/ Se trata de objetivos no orientados a la maximización de la ganancia.
- 22/ Se recomienda consultar la matriz tipológica propuesta por Berenstein, op. cit., p. 65.
- 23/ Consultése la matriz enriquecida de Barenstein, op. cit., p. 66.
- 24/ Con lo que la ubicación tipológica podría cambiar en forma -- tan frecuente como la situación financiera de las empresas -- públicas.
- 25/ Ruiz Massieu, op. cit., p. 7.
- 26/ Retomando el concepto parsoniano de equilibrio de sistema, -- donde una empresa puede ser considerada como un subsistema -- del sistema mayor (la sociedad en su conjunto). Incluyendo -- también la concepción de Merton respecto a la funcionalidad de un sistema, referida a la capacidad de adaptación o ajuste del mismo en relación al mantenimiento del equilibrio.
- 27/ Entendiéndose por eficiencia el logro de una relación óptima entre insumos y productos. Es decir, alcanzar la situación -- donde se obtengan los mayores beneficios con la misma cantidad de recursos.
- 28/ La rentabilidad suele definirse como una relación entre utilidades y fondos invertidos en un período de terminado. Para el caso de las empresas públicas es recomendable emplear el concepto de margen comercial (ingresos menos costos de operación).
- 29/ Se hace hincapié en el calificativo de "financiera" (o económica) porque no nos referimos a la "rentabilidad social" de la empresa que alude objetivos no económicos, incluidos en -- conceptos como el de "balance social" de la organización.

- 30/ Existen políticas tendientes a remarcar la necesidad de que los ingresos cubran por lo menos los costos de operación.
- 31/ Distinto del caso en el que el Estado se reserva los "monopolios naturales", en donde la misión estratégica de la empresas públicas sería, por ejemplo evitar la concentración de la riqueza.
- 32/ El concepto de eficacia está referido al grado en que una organización logra sus objetivos, en forma independiente de su eficiencia.
- 33/ Aquí podemos referirnos al problema de la autonomía relativa del Estado.
- 34/ Además de los instrumentos tradicionales de la intervención estatal indirecta como lo son las políticas monetaria y fiscal.
- 35/ Se trata de acciones económicas con objetivos y efectos sociopolíticos.
- 36/ Cuyo correlato monetario es la rentabilidad financiera.
- 37/ Vera, Oscar, El Caso Conasupo: Una evaluación, p. 25.
- 38/ Inversión social para O'connor, elemento componente del Capital Social que ayuda a fortalecer el proceso de acumulación del capital.
- 39/ Lo que O'connor denomina como el Gasto Social del Estado con el que emprenderá su función legitimadora.
- 40/ Vera, op. cit., p. 43.
Justificación que se traduce en legitimación para el Estado, según O'connor.
- 41/ Acosta S., Ricardo, "El problema alimenticio internacional y las empresas públicas: comercialización agrícola en los países en vías de desarrollo" en Empresas públicas y sistemas de distribución de productos básicos, p. 23.
- 42/ Información textual extraída del artículo "Conasupo, instrumento del Estado encargado de la regulación de productos básicos" en Política Social y Empresa Pública: El caso CONASUPO, pp. 42-45.
- 43/ Artículos considerados de primera necesidad para el consumo de la población en general.

44/ Vera, op. cit., p. 121.
El subrayado es personal.

45/ Ibid, p. 90.

46/ Ibid, p. 91.

47/ Este término se refiere a la existencia de cierto grado de -
autonomía financiera y administrativa con respecto al gobier-
no central.

48/ Vera, op. cit., p. 93.

49/ Diario Oficial, 10. de abril de 1965.

50/ Vera, op. cit., p. 101.

51/ No pertenece al sistema, pero está estrechamente vinculado -
con el mismo con nexos históricos, administrativos y progra-
máticos.

52/ Capacidad incrementada por el gobierno federal para fortale-
cer las bases de la intervención reguladora del Estado.

53/ Vera, op. cit., p. 95.

54/ Ibid, p. 115.

55/ Para obtener una visión más general de la organización y su estructura,-
consúltese el Organigrama de Conasupo en el anexo # 1.

56/ Consulte el anexo # 2, donde encontrará el cuestionario dise-
ñado que fue utilizado en la encuesta.

57/ En el anexo # 3 está integrado el Directorio de Tiendas Cona-
supo, dentro del cual se han señalado las tiendas visitadas.
Y para su fácil identificación se ha encerrado en un círculo
el número de la tienda.

58/ Si desea consultar las equivalencias porcentuales de los gru-
pos encuestados, las encontrará en el anexo # 4.

BIBLIOGRAFIA

ACOSTA SUÁREZ, RICARDO. "EL PROBLEMA ALIMENTICIO INTERNACIONAL Y LAS EMPRESAS PÚBLICAS: COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA EN LOS PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO" EN MEMORIA DEL SEMINARIO INTERNACIONAL: EMPRESAS PÚBLICAS Y SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS, México, C.I.D.E., 1987.

ALVAREZ ARGUELLES, ROBERTO. "MITOS Y REALIDADES SOBRE EL SECTOR PARAESTATAL" EN MEMORIA DEL SEMINARIO INTERNACIONAL..., México, C.I.D.E., 1987.

BARENSTEIN, JORGE. EL ESTUDIO DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIA EN EL SECTOR PÚBLICO (LAS EMPRESAS DEL ESTADO EN LOS PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO), México, C.I.D.E., DOCUMENTOS DE TRABAJO NÚM. 3, SERIE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, 1981.

- LA GESTIÓN DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS EN MÉXICO, México, C.I.D.E., 1982.

CAMARGO, LUIS ANTONIO Y CARLOS DURÁN. LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN EL ABASTO Y LA REGULACIÓN DEL MERCADO DE PRODUCTOS BÁSICOS, México, CONASUPO, 1982.

CASAR, MA. AMPARO Y WILSON PERES. TRES PUNTOS DE VISTA SOBRE LA ECONOMÍA MIXTA MEXICANA: EMPRESARIOS, BUROCRACIA Y MOVIMIENTO OBRERO, México, C.I.D.E., DOCUMENTOS DE TRABAJO NÚM. 3, SERIE ESTUDIOS POLÍTICOS, 1982.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, México, TRILLAS, 1984.

DICONSA. POLÍTICA SOCIAL Y EMPRESA PÚBLICA: EL CASO CONASU-
EO, MÉXICO, CONASUPO, 1987.

ESTESO, ROBERTO L. NOTAS ACERCA DE LA PARTICIPACIÓN ESTATAL
A TRAVÉS DE LAS EMPRESAS PÚBLICAS, MÉXICO, -
C.I.D.E., AVANCES DE INVESTIGACIÓN NO. 5, SE-
RIE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, 1982.

GARCÍA RAMÍREZ, SERGIO. DERECHO SOCIAL Y ECONÓMICO Y LA EM-
PRESA PÚBLICA EN MÉXICO, MÉXICO, I.N.A.P., -
ESTUDIOS SERIE II ADMINISTRACIÓN PÚBLICA MEXI-
CANA NÚM. 3, 1982.

GOUGH, IAN. "GASTOS DEL ESTADO EN EL CAPITALISMO AVANZADO"
 EN SONNTAG Y VALECILLOS. EL ESTADO EN EL CA-
PITALISMO CONTEMPORÁNEO, MÉXICO, SIGLO XXI,
1988, 8A. EDICIÓN.

LEY ORGÁNICA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL, MÉXICO,
 PORRÚA, 1984, 13A. EDICIÓN.

MONTES DE OCA, ROSA ELENA. "LA IMPORTANCIA DE LA POLÍTICA
 ALIMENTARIA EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO"
 EN MEMORIA DEL SEMINARIO INTERNACIONAL...
 MÉXICO, C.I.D.E., 1987.

O'CONNOR, JAMES. LA CRISIS FISCAL DEL ESTADO, BARCELONA,
EDICIONES PENÍNSULA, 1981.

POULANTZAS, NICOS. PODER POLÍTICO Y CLASES SOCIALES EN EL
ESTADO CAPITALISTA, MÉXICO, SIGLO XXI, 1984,
21A. EDICIÓN.

RUIZ MASSIEU, J. FRANCISCO. LA EMPRESA PÚBLICA: UN ESTUDIO
DE DERECHO ADMINISTRATIVO SOBRE LA EXPERIEN-
CIA MEXICANA, MÉXICO, I.N.A.P., SERIE PRAXIS

NÚM. 33, 1980.

SALINAS DE GORTARI, RAÚL. "CONASUPO EN LA REGULACIÓN Y EL ABASTO EN EL MEDIO RURAL Y MARGINAL URBANO" - EN MEMORIA DEL SEMINARIO INTERNACIONAL..., MÉXICO, C.I.D.E., 1987.

SONNTAG, HEINZ R. "HACIA UNA TEORÍA POLÍTICA DEL CAPITALISMO PERIFÉRICO" EN EL ESTADO EN EL CAPITALISMO CONTEMPORÁNEO, MÉXICO, SIGLO XXI, 1988.

SONNTAG Y HÉCTOR VALECILLOS (COMPS.). EL ESTADO EN EL CAPITALISMO CONTEMPORÁNEO, MÉXICO, SIGLO XXI, - 1988, 8A. EDICIÓN.

URQUIAGA BLANCO, JOSÉ. "EL PAPEL DE CONASUPO EN EL ABASTO Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS BÁSICOS" EN MEMORIA DEL SEMINARIO INTERNACIONAL..., MÉXICO, CIDE, 1987.

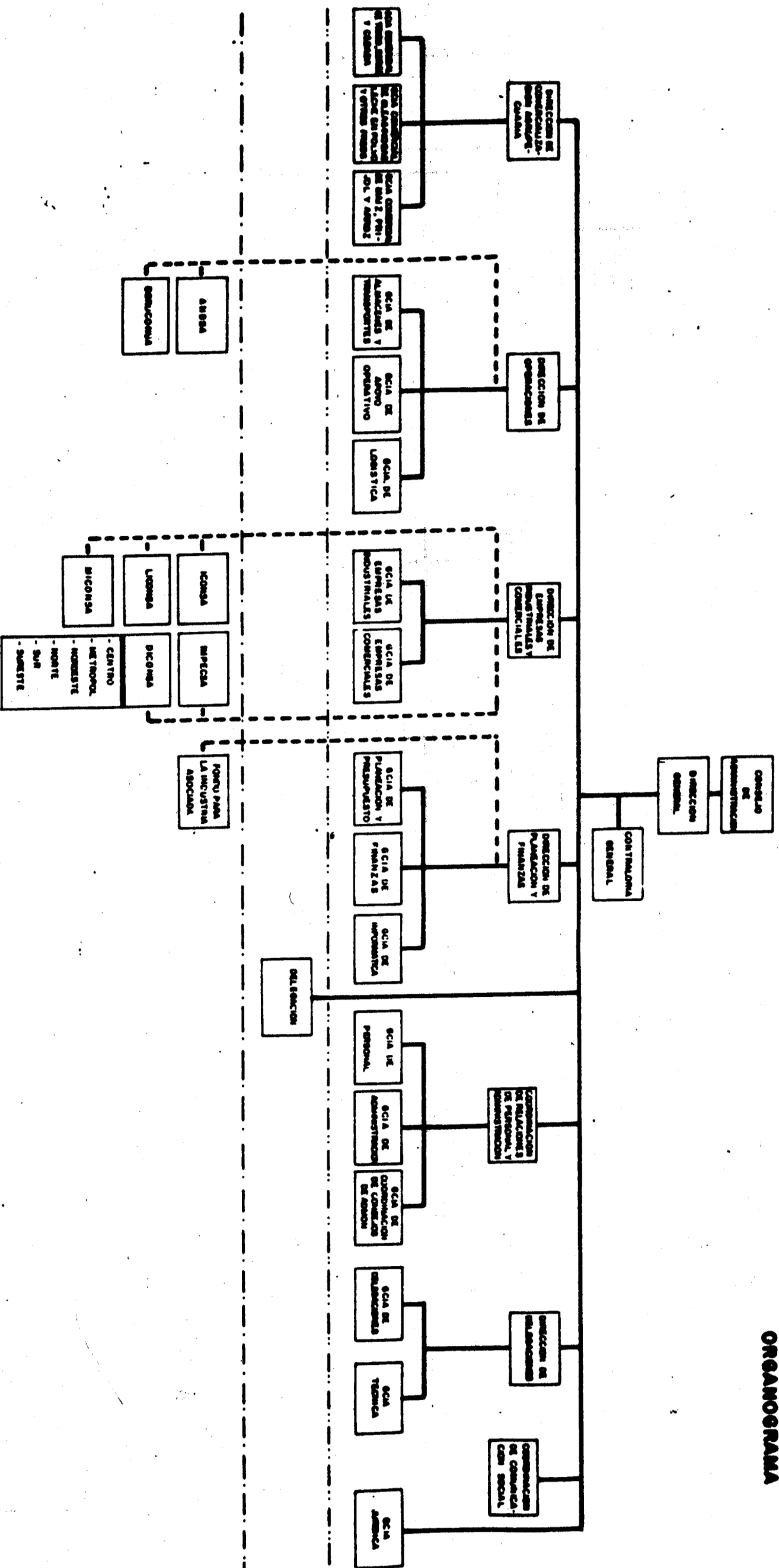
VERA FERRER, OSCAR H. EL CASO CONASUPO. UNA EVALUACIÓN., MÉXICO, CENTRO DE ESTUDIOS EN ECONOMÍA Y EDUCACIÓN, A.C., 1987.

A N E X O S

ANEXO # 1

COMPANHIA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES

ORGANOGRAMMA



RELACION DE AUTORIDAD
RELACION DE COORDINACION
AMBITO DESCONCENTRADO
AMBITO DESCENTRALIZADO

ANEXO # 2

El presente cuestionario pretende recabar las diversas opiniones entre los funcionarios, empleados y clientes de CONASUPO acerca del papel que desempeña la institución en la actualidad.

La información que se obtenga del total de cuestionarios resueltos servirá para complementar la investigación teórica en la elaboración de una tesis. Dicha información será confidencial y se presentará con datos globales de resultados.

INSTRUCCIONES: A continuación encontrará usted 25 preguntas, para las cuales hay 3 diferentes tipos de respuestas:

- I. Para algunas preguntas se enlistan varias respuestas de las cuales deberá elegir sólo una y marcarla con una X, dando además una breve explicación del motivo de su elección. Si no le satisface ninguna de las opciones, encontrará un espacio para dar una respuesta diferente a las enlistadas.
- II. Para otras preguntas encontrará una escala de porcentajes y deberá señalar (o escribir en el espacio intermedio) el porcentaje que usted considera aproximado para su respuesta.
- III. El otro tipo de respuestas consiste en enumerar del 1 al 5 los incisos que se enlistan, de acuerdo a la jerarquía que usted le asigne.

P R E G U N T A S

1. Para ud., cuál es el objetivo principal de CONASUPO?
 - a) Regular el mercado de productos básicos.
 - b) Garantizar el abasto de productos de primera necesidad.
 - c) Estimular la producción de alimentos básicos.
 - d) Mejorar en calidad y cantidad la alimentación de la población.
 - e) Otro: _____
Por qué? _____
2. ¿Por qué razón cree ud. que es necesaria la existencia de CONASUPO?
 - a) Porque protege los ingresos de los pequeños agricultores y de las clases trabajadoras.
 - b) Porque brinda apoyo a los pequeños y medianos industriales y comerciantes.
 - c) Porque contribuye al bienestar económico de la sociedad en general.
 - d) Otra razón: _____
 - e) No cree que sea necesaria la existencia de CONASUPO.
3. De acuerdo con su opinión personal, enumere del 1 al 5 en orden de importancia (de mayor a menor) a los grupos que CONASUPO atiende:
____ Pequeños y medianos productores agrícolas.
____ Pequeños y medianos comerciantes.
____ Pequeños y medianos productores industriales.
____ Consumidores de menores ingresos.
____ Concesionarios de sus tiendas.

4. ¿A qué otro tipo de organizaciones atiende CONASUPO?

- a) Cooperativas de producción.
- b) Sindicatos.
- c) Cooperativas de consumo.
- d) Todas las mencionadas.
- e) Otras: _____
- f) Lo desconoce.

5. ¿Cómo calificaría ud. la actividad comercial de CONASUPO frente a la de la Iniciativa Privada?

- a) De competencia.
- b) Complementaria.
- c) Independiente.
- d) Otra: _____
- e) Lo desconoce.

Por qué? _____

6. ¿Cómo concibe ud. la función que desempeñan las empresas filiales de CONASUPO? (LICONSA, BORUCONSA, IMPECSA, etc.)

- a) Colaboran en el cumplimiento de las funciones de CONASUPO.
- b) Compiten en el mercado de bienes básicos.
- c) Proporcionan financiamiento a CONASUPO.
- d) Otra: _____
- e) Desconoce su función.

Por qué? _____

7. En base a su consideración personal, enumere del 1 al 5 en orden de importancia (de mayor a menor) a las instituciones del Sector Público con las que se relaciona CONASUPO:

- ___ SECOFI
- ___ SPP
- ___ SHCP
- ___ SECOGEF
- ___ SARH

Desconoce las relaciones.

8. De acuerdo a su criterio personal, enumere del 1 al 5 en orden de importancia (de mayor a menor) a los organismos de los sectores campesino, obrero, popular y oficial con los que CONASUPO establece convenios:

- ___ CTM Y CROC
- ___ CNOP Y CNPP

- ☐ CNC Y OCI
- ☐ CONGRESO DEL TRABAJO
- ☐ DIF, FONACOT
- ☐ Lo desconoce.

9. ¿Qué relación cree ud. que guarden las tiendas sindicales (del IMSS, -- ISSSTE, DDF, PEMEX, etc.) con respecto a las tiendas CONASUPO?

- a) Ambas procuran la protección del poder adquisitivo del salario de -- los trabajadores.
- b) La actividad comercial de ambas obedece a intereses distintos.
- c) Compiten entre sí.
- d) Se complementan.
- e) Otra: _____
- f) Lo desconoce.

Por qué? _____

10. ¿Cómo brinda orientación CONASUPO a los consumidores?

- a) Por medio de campañas en radio y televisión.
- b) Por medio de publicaciones (revistas, folletos).
- c) En colaboración con SECOFI e INCO.
- d) Todas las mencionadas.
- e) Otro medio: _____
- f) No proporciona ningún tipo de orientación.

11. A su juicio, cuál es el principal apoyo que reciben los pequeños produc_utores agrícolas por parte de CONASUPO?

- a) La capacitación técnica.
- b) Los precios de garantía.
- c) Los programas de compras.
- d) La canalización de recursos técnicos y financieros.
- e) Otro: _____
- f) Lo desconoce.

Por qué? _____

12. De acuerdo a su respuesta a la pregunta no. 1, en qué grado cumple su - objetivo principal CONASUPO?

0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100%

13. Si le asignó un porcentaje inferior al 100%, indique la razón principal por la que ud. considera que no puede cumplir enteramente su objetivo:

- a) Limitación de recursos financieros, técnicos y materiales.
- b) Falta de infraestructura.
- c) Desconocimiento de las necesidades reales del mercado de bienes básicos.
- d) Deficiencia en la coordinación de operaciones.
- e) Otra: _____
- f) Lo desconoce.

Por qué? _____

14. ¿Dónde piensa ud. que sea más necesaria la presencia de CONASUPO?

- a) En el campo.
- b) En las grandes ciudades.
- c) En las pequeñas comunidades rurales.
- d) En las zonas marginadas urbanas.
- e) Otro: _____

Por qué? _____

15. Desde su punto de vista personal, quiénes son los clientes de las tiendas CONASUPO que resultan más beneficiados?

- a) Los campesinos y sus familias.
- b) Los obreros y sus familias.
- c) Tanto los campesinos como los obreros.
- d) Las clases de ingresos bajos y medios.
- e) Toda la población.
- f) Otros: _____

Por qué? _____

16. ¿Qué grado de eficiencia le asignaría ud. al servicio de abasto de productos básicos que ofrece CONASUPO a través de su red de tiendas y almacenes?

0.....10.....20.....30.....40.....50.....60.....70.....80.....90.....100%

17. En base a qué razón asignó el porcentaje de eficiencia?

- a) Porque proporciona un abasto suficiente, oportuno y a precios adecuados.
- b) Porque cuenta con una amplia cobertura a nivel nacional.

- c) Porque el abasto no es suficiente.
- d) Porque los niveles de precios no son adecuados.
- e) otra razón: _____

18. Considera ud. realmente benéficos los programas anuales que realiza CONASUPO, como la venta decembrina de juguetes y la venta de útiles escolares en inicio de ciclos escolares?

- SI a) Porque ayudan a contrarrestar la especulación de la Iniciativa Privada.
- b) Porque ayudan a atender la totalidad de la demanda.
- c) Porque su abasto es insuficiente.
- NO d) Porque no ofrecen precios realmente bajos.
- e) Otra razón: _____

19. En comparación con las tiendas sindicales, qué ventaja considera ud. → que tengan las tiendas CONASUPO?

- a) Mejores precios en las mercancías.
- b) Mejor calidad de las mercancías.
- c) Mejor surtido en mercancías.
- d) Mejor ubicación y distribución de las tiendas.
- e) Otra: _____
- f) Ninguna ventaja.

20. A su juicio, de qué dependen las políticas de precios al consumidor que maneja CONASUPO?

- a) Tipo de tienda.
- b) Nivel de ingresos de la clase consumidora a la que se dirige.
- c) Situación financiera de la Institución.
- d) Situación económica del país.
- e) Otra: _____
- f) Lo desconoce.

Por qué? _____

21. ¿Qué porcentaje de ahorro calcula ud. que disfrutan los consumidores al comprar en tiendas CONASUPO?

0.....5.....10.....15.....20.....25.....30.....35.....40.....45.....50%

22. Para ud., cuál es la principal fuente de financiamiento de la institución?

- a) Subsidio del gobierno federal.
- b) Crédito bancario.

c) Asignación del Presupuesto Federal.

d) Deuda Pública.

e) Otra: _____

Por qué? _____

23. En base a su propio criterio, qué aspecto del papel que desempeña CONASUPO es más trascendente?

a) Social.

b) Económico.

c) Político.

d) Los tres aspectos.

e) Una combinación de: _____

24. ¿Por qué razón lo estima de esa manera?

a) Porque mejora los niveles de alimentación, salud y bienestar para la mayoría de los habitantes del país.

b) Porque contribuye a la redistribución del ingreso.

c) Porque responde a presiones políticas surgidas a partir de situaciones de acaparamiento, especulación y excesivo intermediarismo en la comercialización de productos básicos.

d) Por las 3 razones mencionadas.

e) Otra razón: _____

25. ¿A qué cree ud. que se deba la expansión y crecimiento del Sistema CONASUPO?

a) Al aumento de la población.

b) Al éxito de las operaciones de CONASUPO.

c) A la inestabilidad económica del país.

d) A disposiciones presidenciales.

e) Otro: _____

f) Lo desconoce.

Por qué? _____

ANEXO # 3

sistema de distribuidoras



DISTRIBUIDORA CONASUPO METROPOLITANA S.A. DE C.V.
GERENCIA DE CENTROS COMERCIALES
DIRECTORIO DE CENTROS COMERCIALES

TIENDA No. NUMERO	U B I C A C I O N	TELEFONO	DELEGACION
1 1001	AV. SAN JUAN DE ARAGON Y NTE. 64 PRADERA	781-71-97	GUSTAVO A. MADERO
2 1002	CALZ. DE LA REDONDA No. 88 EXHIPODROMO DE PERALVILLO	583-99-33	CUAUHTEMOC
3 1003	CALZ. DE LA VIGA No. 1100 APATLACO	590-96-70	IZTAPALAPA
4 (1004)	INSURGENTES SUR No. 4560 VILLA OLIMPICA	568-71-71	TLALPAN
5 1005	CALLE 16 DE SEPTIEMBRE No. 20 XOCHIMILCO	676-31-70	XOCHIMILCO
6 1006	AV. F. SERVANDO Y TERESA DE M. 881 JARDIN BALBUENA	768-24-94	VENUSTIANO CARRANZA
7 (1007)	AV. CUAUHTEMOC Y ANTONIO ANZA ROMA	574-98-00	CUAUHTEMOC
8 1008	SIMON E. GONZALEZ Y AV. TEXCOCO JUAN ESCUTIA		IZTAPALAPA
9 1009	AV. POLITECNICO NAL. Y AV. TICOMAN ZACATENCO	586-87-54	G. A. MADERO
10 1010	AV. VENUSTIANO CARRANZA No. 100 CUAUHTEPEC BARRIO BAJO	391-87-37	
11 1011	CALZ. DE LOS MISTERIOS Y RIO CONS.	517-97-8	

sistema de distribuidoras



DISTRIBUIDORA CONASUPO METROPOLITANA S.A. DE C.V.
GERENCIA DE CONASUPERS "A"
DIRECTORIO DE CONASUPERS "A"

TIENDA			
No.	NUMERO	U B I C A C I O N	TELEFONO DELEGACION
1	2001	AV. REFORMA # 543 Y LERDO DE TEJADA AZCAPOTZALCO	352-46-63 AZCAPOTZALCO
2	2002	AV. DE TRES CULTURAS Y NAHUATL EL ROSARIO	382-59-89
3	2003	ESCOLLERA, BLVD. TEMOLUCO, RIO SN JAV.	391-24-30
4	2004	PUERTO SALINAS Y BARRA NAUTLA CASAS ALEMAN	757-49-05 GUSTAVO A. MADERO
5	2005	ACAMPO CHILAPILLA, CAMPO CORINTO 10 PETROLERA	352-48-57
6	2006	PERIF. S/N, RICARDO F.M. Y ADOLFO M. UNIDAD C.T.M.	753-03-99
7	2007	AV. EJIDO Y LEON DE LAS CULTURAS 25 DE JULIO	753-66-08
8	2008	FERR. DE CINTURA # 63 PENIT HEROES N	795-64-13
9	2009	PRESA DE SAL. 331 U. HAB. LOMA HERMOSA IRRIGACION	395-92-97
10	2010	OFICIOS S/N ESTAMPADOS Y DECORADOS 20 DE NOVIEMBRE	795-64-12
11	2101	PIEDRA DEL SOL 25-C CALZ. DE LA VIRG AVANTE	677-87-54
12	2102	SANTA CRUZ Y RUMANIA PORTALES	539-89-58
13	2103	AV. JALISCO # 193 TACUBAYA	515-71-59

sistema de distribuidoras



DISTRIBUIDORA CONASUPO METROPOLITANA S.A. DE C.V.
GERENCIA DE CONASUPERS "A"
DIRECTORIO DE CONASUPERS "A"

TIENDA	U B I C A C I O N	TELEFONO	DELEGACION
No. NUMERO			
14	2105 SUR 16 Y ORIENTE 243 AGRICOLA ORIENTAL	558-87-66	
15	2106 CASTILLO LEDON Y CERRADA MARTINEZ CUAJIMALPA	812-19-52	
16	2107 ALUMINIO S/N ENT INGUARAN E MOLINA	795-55-25	V. CARRANZA
17	2108 MARCELINO BUENDIA ENT CALLE 15 Y 17 EJIDOS DEL MORAL	763-95-70	IZTACALCO
18	2109 A PERIF. Y RIO MIX. ENT EDIF. H26 H28	680-49-90	
19	2110 E. CARRANZA L.I.C. GTEZ GLOR. 1a SECCION	784-16-21	
20	2111 COMBATE DE CELAYA Y CIA DEL ERAND UNIDAD VICENTE GUERRERO	692-13-60	
21	2112 AV. CHURUBUSCO Y TEZONTLE UNIDAD INFONAVIT	650-39-12	IZTACALCO

sistema de distribuidoras



DISTRIBUIDORA CONASUPO METROPOLITANA S.A. DE C.V.
GERENCIA DE CONASUPERS "B"
DIRECTORIO DE CONASUPERS "B"

TIENDA No.	NUMERO	U B I C A C I O N	TELEFONO	DELEGACION
1	3001	CLAZ. DE MIRAMONTES VILLA COAPA	671-08-00	TLALPAN
2	3002	ZARAGOZA # 170 ESQ. DEGOLLADO GUERRERO		CUAHTEMOC
3	3003	OAXACA Y VERACRUZ HEROES DE PADIERNA	652-19-32	CONTRERAS
4	3004	CALLE 22 Y CALLE 16 PRECONCRETO		ALVARO OBREGON
5	3005	MIXTECAS Y TEPALCATZIN AJUSCO	677-30-90	COYOACAN
6	3006	CALLE 105 ENTRE IZMAL Y TOBAIN		TLALPAN
7	3010	CALLE DE LOS NOGALES Y 1 DE MAYO CONTRERAS		CONTRERAS
8	3011	M.ALEMAN ENT R.CORTINES Y A.OBREGON PRESIDENTES	593-93-43	ALVARO OBREGON
9	3012	DONCELES # 28 ENT.XILOTECATL CENTRO	512-29-65	CUAUHTEMOC
10	3013	M.RUIZ GUZMAN ESQ.RALPHAN REFORMA A IXTLACIHUALT	696-67-10	CUAUHTEMOC
11	3014	TAMAULIPAS # 103 HIPODROMO CONDESA	553-37-63	CUAUHTEMOC
12	3017	DR. VERTIZ # 71-BIS DOCTORES		CUAUHTEMOC
13	3018	5 DE MAYO Y ROSARIO Y FCO. VILLA TENOXCAPA CUAUTEPEC	391-12-40	GUSTAVO A. MADERO

sistema de distribuidoras



DISTRIBUIDORA CONASUPO METROPOLITANA S.A. DE C.V.
GERENCIA DE CONASUPERS "B"
DIRECTORIO DE CONASUPERS "B"

TIENDA			
No.	NUMERO	U B I C A C I O N	TELEFONO DELEGACION
14	3022	INSGTES. NTE. Y B. BERGARA 88 GUADALUPE INSURGENTES	517-08-65 GUSTAVO A. MADERO
15	3023	PTA # 4 ENTRE SN JERONIMO Y AV.TOL UNIDAD INDEPENDENCIA	595-93-55 CONTRERAS
16	3024	ALDAMA PORFIRIO DIAZ IZTAPALAPA	670-42-50 IZTAPALAPA
17	3025	GLORIETA METRO INSURGENTES JUAREZ	511-20-28 CUAUHTEMOC
18	3026	BUCARELI # 38 REVOLUCION	510-89-84 CUAUHTEMOC
19	3029	AV. UNIVERSIDAD Y UXMAL NARVARTE	543-96-69 BENITO JUAREZ
20	3030	LAGO GASCASONICA # 19 TACUBA	399-11-75 MIGUEL HIDALGO
21	3031	MARTIRES DE LA CONQ.Y AV DEL PARQUE TACUBAYA	271-70-00 MIGUEL HIDALGO
22	3032	AV. UNIVERSIDAD # 1870 COPILCO	658-40-45 COYOACAN
23	3033	SAN FELIPE # 1039 XOCO	534-00-34 BENITO JUAREZ
24	3035	AV. ALVARO OBREGON # 6-BIS ALVARO OBREGON	ALVARO OBREGON

sistema de distribuidoras



DISTRIBUIDORA CONASUPO METROPOLITANA S.A. DE C.V.
GERENCIA DE TIENDAS CONCESIONADAS
DIRECTORIO DE TIENDAS CONCESIONADAS

TIENDA No.	NUMERO	U B I C A C I O N	TELEFONO	DELEGACION
1	5010	MOSQUETA Y ZARCO GUERRERO	535-22-81	CUAUHTEMOC
2	5016	SUR 115 Y AV. DEL RECREO TLACOTAL	657-88-46	IZTACALCO
3	5095	AV. AZCAPOTZALCO # 775-B AZCAPOTZALCO		AZCAPOTZALCO
4	5101	LEGARIA # 259 Y ARGENTINA ARGENTINA	527-42-66	MIGUEL HIDALGO
5	5109	EUCALIPTO # 7 Y TAMAULIPAS GARCIMARRERO		ALVARO OBREGON
6	5127	CAMINO DE STA CRUZ # 6 LOMAS DE SAN LORENZO	845-61-38	IZTAPALAPA
7	5139	SUPER MANZANA 2 U. HABITACIONAL EJERCITO CONSTITUCIONALISTA		IZTAPALAPA
8	5160	MONTE DE LAS CRUCES Y U. MALINCHE PRADERA	794-11-08	GUSTAVO A. MADERO
9	5262	ORIENTE 95 Y NORTE 84 GERTRUDIS SANCHEZ		GUSTAVO A. MADERO
10	5264	PROGRESO Y TIAZOSIHUALPILLI TULYEHUALCO		XOCHIMILCO
11	5277	CALZ. ERMITA IZTAPALAPA # 370 PRADO CHURUBUSCO	581-44-20	IZTAPALAPA
12	5292	DIV. DEL NORTE Y LONDRES COYOACAN	688-38-87	COYOACAN
13	5308	NORTE 60 Y ORIENTE 95 EMILIANO ZAPATA	751-10-83	GUSTAVO A. MADERO

sistema de distribuidoras



DISTRIBUIDORA CONASUPO METROPOLITANA S.A. DE C.V.
GERENCIA DE TIENDAS CONCESIONADAS
DIRECTORIO DE TIENDAS CONCESIONADAS

TIENDA No.	NUMERO	U B I C A C I O N	TELEFONO	DELEGACION
14	5329	EXPLANADA METRO TLATELOLCO TLATELOLCO		CUAUHTEMOC
15	5341	DR. DURAN # 12 DOCTORES	761-54-85	CUAUHTEMOC
16	5349	CALMECA Y TECACALO RUIZ CORTINES	677-66-63	COYOACAN
17	5374	CALLE DIEZ # 9 REFORMA SOCIAL	520-82-46	MIGUEL HIDALGO
18	5376	EXPLANADA OTE. FERR. NALS. BUENAVISTA GUERRERO	591-10-05	CUAUHTEMOC
19	5379	CALZ. MISTERIOS # 714 INDUSTRIAL		GUSTAVO A. MADERO
20	5380	SUR 157 S/N		IZTACALCO
21	5393	CECILIO ACOSTA Y ENRIQUE ALVAREZ M. ZAPOTITLA		TLAHUAC
22	5397	SUPER MANZANA 4 EDIFICIO 4 UNIDAD STA. FE	515-53-18	ALVARO OBREGON
23	5409	LAGO VIEDNA # 105 ARGENTINA	399-26-68	MIGUEL HIDALGO
24	5410	JUVENTINO ROSAS # 37 CUAUTEPEC BARRIO ALTO		GUSTAVO A. MADERO
25	5418	CALLE 19 CALLE 21 PRO-HOGAR		AZCAPOTZALCO
26	5421	AV. DEL DEPORTE # 24 SAN LORENZO TEZONCO	845-09-94	IZTAPALAPA

sistema de distribuidoras



DISTRIBUIDORA CONASUPO METROPOLITANA S.A. DE C.V.
GERENCIA DE TIENDAS CONCESIONADAS
DIRECTORIO DE TIENDAS CONCESIONADAS

TIENDA			
No.	NUMERO	U B I C A C I O N	TELEFONO DELEGACION
27	5435	CALLE 6 Y CALLE 5 SANTA CRUZ MEYEHUALCO	691-10-21 IZTAPALAPA
28	5439	ESTACION METRO HOSPITAL GENERAL DOCTORES	588-89-45 CUAUHTEMOC
29	5445	SINALOA Y OAXACA # 23 PROVIDENCIA	GUSTAVO A. MADERO
30	5451	PINO SUAREZ S/N ESQ. HIDALGO TULYEHUALCO	842-03-36 XOCHIMILCO
31	5453	AV. 604 Y AV. 599 UNIDAD ARAGON 2a SECC.	GUSTAVO A. MADERO
32	5454	CALZ. MEX. TULYEHUALCO # 4746 MA. ESTHER ZUNO DE ECHEVERRIA	670-43-49 IZTAPALAPA
33	5461	RIO COLORADO MZ. 99 LT. 6 PUENTE BLANCO	IZTAPALAPA
34	5462	TIXTLA Y HUAJUAPAN DE LEON SAN FELIPE DE JESUS	753-62-30 GUSTAVO A. MADERO
35	5464	SUR 119 # 444 ESCUADRON 201	670-66-05 IZTAPALAPA
36	5476	ZEMPOALA ESQ. ANGEL URRAZA INDEPENDENCIA	539-20-98 BENITO JUAREZ
37	5478	CALLE 483 Y CALLE 413-A UNIDAD ARAGON 7a SECC.	GUSTAVO A. MADERO
38	5479	GODAR Y DEBUSSY GUADALUPE VICTORIA	355-23-56 GUSTAVO A. MADERO
39	5480	CALLE 309 ESQ. CALLE 310 NUEVA ATZACOALCO	GUSTAVO A. MADERO

sistema de distribuidoras



DISTRIBUIDORA CONASUPO METROPOLITANA S.A. DE C.V.
GERENCIA DE TIENDAS CONCESIONADAS
DIRECTORIO DE TIENDAS CONCESIONADAS

TIENDA				
No.	NUMERO	U B I C A C I O N	TELEFONO	DELEGACION
40	5483	CALLE 21 Y AV. 2 SAN PEDRO DE LOS PINOS		BENITO JUAREZ
41	5485	PTO. MAZATLAN Y PTO. COATZACOALCOS CASAS ALEMAN	753-73-52	GUSTAVO A. MADERO
42	5486	CALLE 5 Y AV. 9 JOSE LOPEZ PORTILLO		IZTAPALAPA
43	5491	ESTACION METRO ZARAGOZA CUATRO ARBOLES	558-03-97	V. CARRANZA
44	5492	COPAL # 139 SANTO DOMINGO		COYOACAN
45	5493	AV. HIDALGO # 8 PUEBLO DE PARRES		TLALPAN
46	5494	MUNICIPIO LIBRE # 139 PORTALES	672-27-11	BENITO JUAREZ
47	5495	SOL # 233 GUERRERO	526-58-56	CUAUHTEMOC
48	5496	MANIFIESTO DE JUAREZ # 48 SANTO DOMINGO		COYOACAN
49	5497	ORIENTE 164 Y NORTE 24-A MOCTEZUMA		V. CARRANZA
50	5498	CHURUMUCO Y COMBATE DE APATZINGAN POPULAR ERMITA ZARAGOZA		IZTAPALAPA
51	5499	CALLE SAN CIPRIAN # 96 MERCED BALBUENA		VENUSTIANO CARRANZA
52	5500	TENAYO ESQ. MONTIEL GPE. TEPEYAC INSURGENTES	577-28-63	GUSTAVO A. MADERO

sistema de distribuidoras



DISTRIBUIDORA CONASUPO METROPOLITANA S.A. DE C.V.
GERENCIA DE TIENDAS CONCESIONADAS
DIRECTORIO DE TIENDAS CONCESIONADAS

TIENDA		U B I C A C I O N	TELEFONO	DELEGACION
No.	NUMERO			
53	5501	CALZ. INDEP. S/N Y M. CERVANTES S. SAN ANDRES MIXQUIC	842-07-11	TLAHUAC
54	5502	AV. 100 METROS # 800-BIS INDUSTRIAL VALLEJO	586-70-11	GUSTAVO A. MADERO
55	5503	AV. TAHEL Y AV. TEXCOCO PERSON DE LOS BAÑOS		
56	5504	HIDALGO # 94 SAN PEDRO ACTOPAN		MILPA ALTA
57	5505	SERAPIO RENDON # 84 SAN RAFAEL	592-30-35	CUAUHTEMOC
58	5506	CALZ. MEX-TULYEHUALCO # 7 ZAPOTITLAN		TLAHUAC
59	5508	LAGO HUIJA Y LAGO ESCLAVOS ARGENTINA	399-01-86	MIGUEL HIDALGO
60	5510	SIRENA # 28 EL MAR	582-49-63	TLAHUAC
61	5511	CALLE HEROES # 216 GUERRERO		CUAUHTEMOC
62	5512	CALZ. TAXQUEA # 2489 Y AV. TULYEH. CULHUACAN		IZTAPALAPA
63	5514	PUERTO PAPANTLA # 62 CASAS ALEMAN		GUSTAVO A. MADERO
64	5515	AV. TAMAULIPAS # 61 BARRIO SANTA CRUZ		MILPA ALTA
65	5516	HELIOPOLIS Y ALLENDE CLAVERIA	396-54-11	AZCAPOTZALCO

sistema de distribuidoras



DISTRIBUIDORA CONASUPO METROPOLITANA S.A. DE C.V.
GERENCIA DE TIENDAS CONCESIONADAS
DIRECTORIO DE TIENDAS CONCESIONADAS

TIENDA		U B I C A C I O N	TELEFONO	DELEGACION
No.	NUMERO			
66	5517	MADRID # 40 GRANJAS ESTRELLA		IZTAPALAPA
67	5518	CAMELLON DE EDUARDO MOLINA S/N NUEVA ATZACOALCO		GUSTAVO A. MADERO
68	5519	PARROQUIA # 425 DEL VALLE	660-18-86	BENITO JUAREZ
69	5521	SINDICALISMO Y PROGRESO ESCANDON	515-18-53	MIGUEL HIDALGO
70	5522	AV. CUAUHEMOC ZARAGOZA E HIDALGO SAN MATEO XALPA		XOCHIMILCO
71	5523	SAN JUAN BOSCO Y CERRADA SN LORENZO SAN LORENZO HUIPULCO		TLALPÁN
72	5524	CALLE NARDOS LOTE 10 MANZANA 54 EL ROSARIO IZTAPALAPA		IZTAPALAPA
73	5525	MONDALCO # 153 UNIDAD TLATELOLCO	597-22-25	CUAUHEMOC
74	5526	CALLE MIGUEL CARRILLO PUERTO # 82 COYOACAN	658-05-05	COYOACAN

ANEXO # 4

TABULADOR PARA FUNCIONARIOS Y EMPLEADOS

1= 10%

2= 20%

3= 30%

4= 40%

5= 50%

6= 60%

7= 70%

8= 80%

9= 90%

10= 100%

TABULADOR PARA CLIENTES

1= 2.5%	21= 52.5%
2= 5%	22= 55%
3= 7.5%	23= 57.5%
4= 10%	24= 60%
5= 12.5%	25= 62.5%
6= 15%	26= 65%
7= 17.5%	27= 67.5%
8= 20%	28= 70%
9= 22.5%	29= 72.5%
10= 25%	30= 75%
11= 27.5%	31= 77.5%
12= 30%	32= 80%
13= 32.5%	33= 82.5%
14= 35%	34= 85%
15= 37.5%	35= 87.5%
16= 40%	36= 90%
17= 42.5%	37= 92.5%
18= 45%	38= 95%
19= 47.5%	39= 97.5%
20= 50%	40= 100%