

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISION DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGIA

**EL ABASTO DE PRODUCTOS HORTOFRUTICOLAS A LA CIUDAD DE MEXICO:
MECANISMOS DE COMERCIALIZACION Y ESTRUCTURA DE PODER**

Tesis de Maestría en Ciencias Antropológicas

50-
HAR-I
BRIE

Director: Dr. Hubert Carton de Grammont
Asesor : Dr. Juan Castaings Teillery
Asesor: Dra. Ana María Aragonés Castaner

México, D.F.

Octubre de 1995

**EL ABASTO DE PRODUCTOS HORTOFRUTICOLAS A LA CIUDAD DE MEXICO:
MECANISMOS DE COMERCIALIZACION Y ESTRUCTURA DE PODER**

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

I. ANTECEDENTES HISTORICOS: EL MERCADO DE LA MERCED (1920-1982)

**1.1. Surgimiento del comercio mayorista de hortofrutícolas:
1920-1940**

1.1.1. Aspectos generales

**1.1.2. La vinculación con el campo como mecanismo de la
constitución del poder de los bodegueros**

1.2. 1940-1982: Consolidación del poder de los mayoristas

**1.2.1. Importancia del comercio mayorista y crisis de su
problemática urbana**

**1.2.2. La nueva etapa de los mayoristas: especialización
comercial e integración vertical**

**1.3. La política estatal hacia el comercio mayorista de
hortofrutícolas (1920-82)**

1.3.1. Principales medidas de política económica

1.3.2. Características del debate público Estado-comercio

II. LA CENTRAL DE ABASTO DE LA CIUDAD DE MEXICO (1982-1995)

- 2.1. Elementos relevantes del marco legal
- 2.2. Principales características de su infraestructura y funcionamiento
- 2.3. La concentración de la oferta: una de las manifestaciones del poder de los mayoristas

III. EL VINCULO CAMPO-CIUDAD: MECANISMOS PRINCIPALES DE ABASTO DE LOS GRANDES MAYORISTAS

- 3.1. Productor-Intermediario-Mayorista: el caso del limón mexicano
 - 3.1.1. Los principales comerciantes mayoristas de CEDA-DF
 - 3.1.2. Los mayoristas en el campo: compradores-empacadores
 - 3.1.3. Red de clientes y márgenes de ganancia
- 3.2. Integración del capital productivo y comercial: el abasto de jitomate a CEDA-DF
 - 3.2.1. Importancia del producto y zonas de abasto
 - 3.2.2. Principales mayoristas y tipología de los comerciantes de CEDA-DF
 - 3.2.3. La Central de Abasto de Guadalajara, otro espacio de actuación de los grandes mayoristas
 - 3.2.4. Grandes mayoristas y empresarios agrícolas
 - 3.2.5. El sector financiero, DELMONTE y Pulsar International
 - 3.2.6. Algunas reflexiones finales

**IV. POLITICA ESTATAL HACIA EL COMERCIO MAYORISTA BAJO EL MODELO
NEOLIBERAL DE DESARROLLO: 1982-1995**

C O N C L U S I O N E S

BIBLIOGRAFIA

I. ANTECEDENTES HISTORICOS: EL MERCADO DE LA MERCED (1920-1982)

Aunque no es un propósito central de la tesis la investigación sobre el surgimiento como comerciantes de los principales mayoristas o grupos familiares de bodegueros de la Central de Abasto del D.F. (CEDA-DF), ni mucho menos el realizar una reconstrucción histórica de la actividad comercial, sí resulta relevante proporcionar cierta información sobre los antecedentes de la constitución del poder de esos agentes, y del papel que han desempeñado en el abasto a la metrópoli de productos hortofrutícolas. Esto, ya que si bien algunos de los principales mayoristas que actualmente operan en CEDA-DF se han constituido como tales en este mercado, un buen número de ellos, o sus antepasados inmediatos, operaban ya como bodegueros en la zona de La Merced. Es entonces cuando puede rastrearse la formación de sus fortunas, la constitución de grupos monopólicos que funcionan hasta hoy día, la configuración de sus redes de abasto hacia el campo, y el surgimiento de prácticas comerciales que simplemente se trasladaron al nuevo mercado mayorista de Iztapalapa (CEDA-DF), a partir de 1982.

Dividimos el lapso analizado en dos subperíodos en función de las principales tendencias o acontecimientos del comercio mayorista de hortofrutícolas: el primero, que transcurre de 1920 a 1940, en que se da el surgimiento y diversificación comercial de dicha

actividad, y un segundo (1940-82), en el que ocurre la consolidación del poder de un grupo hegemónico de mayoristas, así como su especialización comercial e integración vertical.

1.1. Surgimiento del comercio mayorista de hortofrutícolas: 1920-1940

1.1.1. Aspectos generales

En la ciudad de México el comercio a escala mayorista del tipo de productos analizados se originó en el ámbito de la llamada zona de La Merced¹, específicamente en las calles aledañas al mercado minorista de La Merced, cuya versión final fue inaugurada en febrero de 1890, como parte del impulso modernizador capitalista del entonces presidente Porfirio Díaz.

Dicho mercado fue construido para sustituir al mercado de El Volador, el más importante de la Nueva España, pero que al igual que todos los anteriores mercados coloniales (el Baratillo, el Parián, el Portal de Mercaderes, la Alhóndiga, etc.), había llegado a ser insuficiente ante la expansión de la actividad comercial.

También al igual que sus mercados antecesores, el mercado

¹En 1958, la Junta de Planificación del D.F. definió a la zona de La Merced como aquella que, abarcando 100 ha, limita, al norte, por las calles de Apartado y de Peña y Peña; al sur, por la Ave. Fray Servando Teresa de Mier; al este, por el Anillo de Circunvalación; y al oeste, por las calles de Argentina y Pino Suárez, y por la Plaza de la Constitución. Boletines Monumentos Coloniales, nos. 19-20, México, 1958.

minorista de La Merced se ubicó en la zona céntrica de la ciudad, en función de la cercanía a la principal vía pluvial de acceso a ella, es decir, la Acequia Real. Fue construido junto al convento de La Merced, y limitaba, al norte, por la calle de Venustiano Carranza (antes Capuchinas), al sur, por el callejón de Talavera, al oriente, por Roldán, y al poniente, por Jesús María.

La impuesta estabilidad política del Porfiriato, el incremento de la demanda de alimentos, y la creación de vías férreas, caminos y carreteras, que facilitaron el transporte de aquéllos, contribuyeron a que, ya para fines del siglo XIX, la zona de La Merced fuera el espacio comercial más importante de la ciudad. Sin embargo, ésto había ocasionado que el centro de la metrópoli presentara para entonces diversos problemas sociales y urbanísticos.²

Los primeros comerciantes mayoristas de hortofrutícolas fueron apareciendo en la zona de La Merced a partir de los años veintes. A mediados de los años treintas, por ejemplo, llegaron a hacerse de bodegas algunas familias de productores de plátano, como los Stivalet y los Nava, que hasta hoy día liderean el comercio mayorista de dicha fruta a nivel nacional. Para entonces, el comercio mayorista abarcaba solamente algunas calles aledañas al mercado de La Merced, como la de Manzanares, Santo Tomás, Roldán, Uruguay, República de El Salvador y Ramón Corona, donde se encontraban las pocas bodegas que existían, pero cuyo número fue

²Héctor Castillo Berthier, El comercio mayorista de alimentos en la ciudad de México (1900-1960), Tesis de Maestría, México, agosto de 1992, pg. 12.

creciendo paulatinamente.³

Si bien al interior del mercado minorista de La Merced se vendían frutas y hortalizas, gran parte del comercio al detalle se realizaba en el exterior de aquél, aparte del que se llevaba a cabo en las bodegas mayoristas. Un viejo comerciante señala que muchos locatarios de ese mercado "mandaban a sus familiares a vender en la calle, sobre petates o tarimas improvisadas con huacales, a lo largo y ancho de las calles cercanas, que después se iban convirtiendo en puestos de madera fijos que llenaban las aceras de las calles".⁴ El comercio crecía sin alguna planeación, ya que también las gentes de provincia llegaban a instalar sus puestos semi-fijos en las calles, vendiendo lo que querían, donde podían, todo lo cual ocasionó que se fueran cerrando cada vez más calles de la zona al tránsito vehicular.

Acerca del proceso de formación de los bodegueros mayoristas, puede afirmarse que algunos de ellos eran anteriormente productores en diversas regiones del país, que decidieron incursionar en el comercio, mientras que otros se iniciaron como locatarios del mercado detallista de La Merced, y/o como comerciantes en las calles aledañas a éste o en otros mercados de la ciudad, o simplemente como cargadores o empleados menores de comerciantes de la zona.⁵

³Entrevistas a ex-comerciantes de La Merced, México, agosto de 1995.

⁴Castillo Berthier, Op. Cit., pg. 69.

⁵Entrevistas a viejos comerciantes de La Merced, México, CEDA-DF, agosto de 1995.

Sobre el tránsito de algunos comerciantes detallistas a mayoristas, un antiguo bodeguero señala que "un comerciante empezaba a trabajar al menudeo con un puesto de madera o un jacalón, su siguiente paso era ir abriendo algunos puestos más en donde colocaba, como encargados, a familiares cercanos a quienes les daba la mercancía suficiente para la venta, hasta que ya era tal el volumen, que forzosamente necesitaba conseguir una bodega para guardar los productos, fuera ésta completa o sólo un determinado espacio, alquilada, comprada o compartida, pero así empezaron muchos".⁶

En ese mismo sentido, uno de los actualmente más importantes comerciantes mayoristas de limón persa en CEDA-DF, comenta que empezó en el mercado de San Juan, haciendo "mandados" a diversas gentes, luego se dedicó a vender limones al menudeo en la zona de La Merced, en la calle de Manzanares, donde rentaba un pedazo de espacio, hasta que se hizo de una bodega en la zona.⁷

Algunos estudiosos de la historia del abasto en México coinciden en situar el período de mayor expansión comercial de la zona de La Merced a partir de 1930.⁸ Castillo Berthier señala que dicho auge comercial consistió en : a) un aumento permanente del

⁶Castillo Berthier, Op. Cit., pg. 76.

⁷Entrevista realizada a Félix Vargas "El Alacrán", Central de Abasto del D.F., México, agosto de 1994.

⁸Véase de Enrique Valencia, La Merced: estudio ecológico y social de una zona de la ciudad de México, INAH, México, 1965, pg. 169; de Diego López Rosado, Los mercados de la ciudad de México, Secretaría de Comercio, México, 1982, pg. 323, y de H. Castillo Berthier, Op. Cit., pg. 52.

número de bodegas, puestos fijos o semifijos, locales de servicios, etc,; b) la llegada cada vez mayor de comerciantes provenientes de diferentes regiones del país y del extranjero; y c) un crecimiento no controlado de la zona comercial, ocupando e invadiendo nuevas calles, y cimentando la especialización y el prestigio de algunas de ellas.⁹ Buena parte de los emigrantes del campo que entonces llegaron a la ciudad se ubicaron en la zona de La Merced, cerca de las bodegas mayoristas, donde encontraron empleo como comerciantes ambulantes, detallistas, o como cargadores.

1.1.2. La vinculación con el campo como mecanismo de la constitución del poder de los mayoristas

La mayoría de los canales y acequias a través de los cuales llegaban los alimentos a la ciudad de México quedaron inservibles a fines del período revolucionario, mientras que los restantes fueron desecados durante los años veintes y treintas. Durante ellos, el impulso dado al ferrocarril lo convirtió en el principal medio de transporte de los alimentos, y fue un elemento clave para la aparición y funcionamiento de los primeros comerciantes mayoristas de la zona de La Merced.

Los relatos de viejos comerciantes indican que el grueso de los productos perecederos llegaba a la ciudad principalmente a tres estaciones de ferrocarril, de acuerdo a la región de procedencia de los productos. Una de ellas, la de San Lázaro, cercana a La Merced,

⁹Castillo Berthier, Op. Cit., pgs. 52 y 67.

recibía las frutas y verduras que venían principalmente del sur y sureste del país. Los mayoristas que no eran simultáneamente productores, acudían a dichas estaciones a recibir los furgones cargados de mercancía que los agricultores enviaban, muchas veces mediante previo trato o acuerdo, aunque también había mayoristas que le compraban a intermediarios, comúnmente llamados "coyotes", quienes eran los que tenían relación con los productores.¹⁰

"De los comerciantes que había, señala un comerciante entrevistado, sólo unos pocos eran productores al mismo tiempo, entre otras cosas porque la productividad de la tierra era muy limitada. Por ese motivo, era casi imposible que un sólo productor pudiera llenar un furgón entero de fruta. Había, más que nunca, la participación de muchos pequeños productores, que a veces les vendían la producción a un comerciante rural o a un "coyote" de su región que iba juntando pequeñas producciones de cada uno hasta juntar un carro, o bien, entre varios agricultores llenaban un carro de ferrocarril para enviarlo a México, y al llegar a la estación pasaba a manos de los comisionistas o "coyotes" de aquí, luego una parte a las bodegas y el resto a los puestos del mercado o a la vía pública".¹¹

Sin embargo, durante el lapso 1920-40, muchos mayoristas empezaron a incursionar en el campo para relacionarse directamente con los productores, lo cual constituía una verdadera hazaña, dada

¹⁰Entrevistas a viejos comerciantes mayoristas de La Merced, México, agosto de 1995.

¹¹Castillo Berthier, Op. Cit., pg. 69.

la escasez de caminos pavimentados en el país. A este respecto, un comerciante comenta que a fines de los años veintes, "la necesidad inminente de abastecer de alimentos a la creciente población de la ciudad hacía imperioso encontrar nuevas fuentes de abastecimiento, desde lugares cada vez más alejados de las zonas tradicionales de producción"...."aquellos agentes que tenían presencia en el campo (comisionistas, coyotes, compradores regionales, mayoristas, etc,.), obtuvieron grandes utilidades que fueron base "de muchas fortunas de algunos mayoristas que actualmente comercian alimentos".¹²

Uno de esos mayoristas comentaba: "nosotros como mayoristas teníamos "manga ancha" para manejar los negocios a nuestra conveniencia; fuera en el campo, en donde muchos de los agricultores no tenían ninguna preparación ni idea de lo que representaba el negocio, o fuera en la ciudad, en donde las autoridades casi no interferían con el trabajo, ni había tanta competencia. Yo creo que el origen de los monopolios se debió a esos factores....el país era tan grande y éramos tan pocos los mayoristas, que la ignorancia, la falta de información del mercado y las libertades que daba el gobierno en el manejo de frutas y legumbres fueron decisivos para nuestro crecimiento en La Merced".¹³

La presencia de los mayoristas en el campo fue siendo más generalizada en la medida en la que fueron surgiendo o ampliándose las vías de comunicación, y el transporte evolucionó, y en la que

¹²Ibidem, pg. 75.

¹³Ibidem.

dichos comerciantes fueron acumulando capital, con base en la creciente demanda de alimentos de la población de la metrópoli. Este vínculo directo con el campo fue haciendo que los intermediarios existentes entre mayoristas y productores perdiesen importancia.

En el aspecto del transporte, fue muy importante la sustitución de los "guayines de mulitas" por los camiones de gasolina, a partir de 1928, lo cual permitió transportar en las nuevas unidades casi el doble del volumen de productos, llegar a zonas antes inaccesibles, y empezar a prescindir de pagar fletes de furgones y góndolas de ferrocarril.¹⁴

En ese mismo sentido, un comerciante señala cuán relevante fue la construcción de nuevas carreteras, así como los azares que representó para ellos la incursión en el campo: "con coches y camiones, señala, se llegaba más lejos, mejor a las zonas, pero ahí es donde entraba la habilidad comercial: primero, para que la gente de los ranchos nos tuviera confianza (que no era fácil de ganarse y había que invertirle tiempo y dinero), así establecíamos nuestros contactos; en segundo lugar, había que tener un conocimiento muy grande sobre los tipos de producto, su estado, si la tierra era buena o no, si había agua o pozos, qué tanto llovía en el lugar, si helaba, si los árboles eran jóvenes o viejos, si se cortaba bien o mal una planta, las plagas, los jornaleros para la cosecha, el empaque, y muchas cosas innumerables....así como estar enterado de qué otros comerciantes o coyotes quisieran o pudieran entrarle al

¹⁴Ibidem, pg. 79.

negocio y que podían afectar nuestro trato, etc,. Así **que sí hubo un control en las zonas productoras por nuestra presencia**, pero ese control no era de inmediato y requería de tiempo y dinero que se iba invirtiendo poco a poco. **Algunos controlaron varias zonas e incluso manejaban y manejan todavía en la actualidad diversos tipos de frutas y legumbres.**¹⁵

Como parte de ese largo y laborioso proceso que fue para los bodegueros mayoristas el ir tejiendo redes en el campo, relata un viejo comerciante que era frecuente el establecer lazos de amistad o compradazgo con los productores, como una manera de afianzar la adquisición de sus cosechas. Al dominio que fueron adquiriendo los comerciantes en ciertas zonas o regiones coadyuvó el desconocimiento, por parte de los productores, de todo lo referente al mercado, así como su precaria situación económica, que dió pie a que los comerciantes se convirtieran en **agentes financiadores** de la actividad productiva. "Los agricultores, señala el entrevistado, recibían algunos pagos anticipados, fueran sobre los insumos que había que comprar para que fuera buena la cosecha (mano de obra, fertilizantes, semillas mejoradas, etc,.), o también préstamos personales para ellos (para una fiesta, hospital, animales, yuntas o cualquier otra cosa), **y así quedaban atados con sus cosechas que nos entregarían a futuro**".

Es interesante señalar que ya desde entonces, la importancia de un bodeguero o mayorista estaba en función de su habilidad para abastecerse, lo que dependía de su dimensión como productor (en el

¹⁵Ibidem, pg. 78.

caso de que lo fuera), y/o de las relaciones que tuviera con intermediarios o "coyotes", con otros bodegueros de la zona, y con productores en las distintas regiones del país.

Los comerciantes considerados como ricos eran pocos en aquél entonces, y eran precisamente los bodegueros, quienes si bien compraban al mayoreo (por ejemplo, un furgón de 20 toneladas), vendían al medio mayoreo (a otros comerciantes detallistas de esa zona, de otras de la ciudad, o de poblaciones cercanas), y/o al menudeo, a través de los puestos de madera que tenían muchos de ellos. Los comerciantes "fuereños", por ejemplo, arribaban al mercado de La Merced y a las bodegas cercanas para realizar sus compras al medio mayoreo, que a lomo de mula o mediante cargadores llamados "mecapaleros", llevaban a vender a diversos mercados de la ciudad o a otros más alejados de ella.

Otra particularidad de los comerciantes mayoristas durante el lapso 1920-40 era que si bien desde un principio hubo bodegueros especializados en el comercio de un solo producto, como los plataneros, naranjeros y chileros, muchos de ellos no estaban tan especializados, sino que vendían diversas frutas y legumbres, según la temporada de ellas.

Para fines de los años treintas, había ya una tipología definida de los diferentes comerciantes que operaban en la zona de La Merced: el grupo de los bodegueros mayoristas de productos perecederos, que junto con los almacenistas de abarrotes y víveres constituían el "eje central de la distribución a gran escala de las mercancías"; los comerciantes medianos de las dos ramas de

actividad mencionadas; los primeros industriales de alimentos procesados, que tenían su origen entre el sector de los almacenistas; los pequeños comerciantes, locatarios de mercados, dueños de tendajones y/o recauderías, y los ambulantes, que se ubicaban en los alrededores de los mercados y en otras calles aledañas.¹⁶

Los comerciantes mayoristas de frutas y hortalizas, ya desde abril de 1925, habían fundado la Sociedad Mutualista de Comerciantes en Frutas y Hortalizas de la ciudad de México, misma que en 1951 cambió su nombre por el de Unión de Comerciantes de Frutas y Hortalizas (UNCOFYL), vigente hasta hoy. La mencionada Sociedad funcionó fundamentalmente como gestor ante las autoridades en materia de impuestos, multas, reglamentaciones, permisos, etc., y como espacio de convivencia social para sus socios.

1.2. 1940-1982: Consolidación del poder de los mayoristas

1.2.1. Importancia del comercio mayorista y crisis de su problemática urbana

Durante los años cuarentas y cincuentas llega la mayor parte de los bodegueros mayoristas a la zona de La Merced, como lo atestiguan tanto entrevistas realizadas a viejos comerciantes, como la encuesta que Enrique Valencia llevó a cabo en dicha zona, a mediados de los años sesentas, y en donde se registró la antigüedad

¹⁶Ibidem, pg. 85.

comercial de los bodegueros.¹⁷

Es entonces cuando se da un período de gran expansión del comercio mayorista de alimentos, como producto de múltiples factores, entre los que figuran el incremento de la demanda de la población urbana, la expansión de la infraestructura comercial, el avance en las vías y medios de comunicación, y el desarrollo del sector agrícola, todo ello en el marco del inicio, a partir de la segunda mitad de la década de los cuarentas, del proceso de industrialización de nuestro país.

Para 1950, los comerciantes de La Merced distribuían los alimentos de tres millones de habitantes de la ciudad, y de muchos otros, no calculados, de diversas ciudades y provincias cercanas a la capital. En La Merced se abastecían diariamente todos los mercados públicos del D.F., los mercados del Estado de México y Morelos, las pequeñas y medianas recauderías, los tendajones, abarroteros, las concentraciones de comerciantes, los ambulantes, restaurantes, hoteles, hospitales, autoservicios y miles de personas que acudían personalmente a realizar las compras diarias de sus hogares.¹⁸

Durante el período presidencial de Ruiz Cortines (1952-58) se construyó la mayoría de la infraestructura comercial existente hasta hoy en la ciudad, lo que, como ya mencionamos, fue un elemento de impulso al comercio mayorista. En 1957 dicho mandatario

¹⁷Enrique Valencia, Op. Cit., pg. 222.

¹⁸Castillo Berthier, Op. Cit., pg. 136.

inauguró el nuevo mercado minorista de La Merced,¹⁹ en sustitución del antiguo, al que calificó como "un viejo problema urbano y de sanidad", así como otros mercados cercanos a éste, como el de Jamaica, Mixcalco y Sonora, y 38 mercados de zona o públicos. Sin embargo, el nuevo mercado de La Merced fue el mayor de su tipo en la ciudad y en el país, y la demanda de sus comerciantes fue clave para el fortalecimiento de los comerciantes mayoristas.

Las bodegas de esos últimos fueron abarcando cada vez más calles de La Merced, incluyendo aquéllas que quedaron libres de bido a que los comerciantes detallistas que se encontraban en ellas fueron reubicados en el nuevo mercado minorista de esa zona. Para 1960, Enrique Valencia señala que el comercio mayorista se asentaba en 53 manzanas ubicadas en el centro de la ciudad de México, 26 de las cuales albergaban las bodegas dedicadas a productos perecederos.²⁰

La expansión física del comercio mayorista ya no fue tan importante durante los años sesentas y setentas, debido principalmente a la saturación de espacios comerciales, aunque los volúmenes de productos comercializados continuaron creciendo. Para principios de los ochentas, y con respecto al total del comercio de la zona metropolitana de la ciudad de México, la delegación Venustiano Carranza, donde se ubicaba el comercio mayorista de

¹⁹Este fue construido al oriente de la zona de La Merced, tan sólo al otro lado del Anillo de Circunvalación. Sus límites, que subsisten hasta hoy día, son: al norte, la calle General Anaya, al oriente, la de Rosario, al sur, la de Adolfo Gurrión, y al poniente, la de Cabañas.

²⁰Enrique Valencia, Op. Cit., pg. 205.

productos perecederos, participó con el 39.4% de las ventas netas, absorbió el 31.1% del personal ocupado, y el 22% del número de establecimientos con giro comercial. Por su parte, a la delegación Cuauhtémoc, sede del nuevo mercado de La Merced y, por ende, del grueso del comercio al menudeo, le correspondió los porcentajes del 6.5%, 8.6% y 12.9%, respectivamente.²¹

Según el Departamento del Distrito Federal,²² alrededor del 80% de los alimentos que ingresaban entonces a La Merced correspondían a frutas y legumbres, mientras que el restante 20% se integraba por abarrotes y víveres, por lo que dicha zona era fundamentalmente un lugar de comercio de productos perecederos. Del monto total de alimentos ingresados a la zona, un 13.7% era reexpedido hacia el interior del país, por lo que ese mercado no sólo era abastecedor de la población metropolitana de la Ciudad de México, sino de muchas otras partes del país.

En 1979 los comerciantes mayoristas de hortofrutícolas ocupaban 1,345 bodegas, mismas que representaban el 72% del total de las bodegas existentes en la zona de La Merced (Cuadro 1).

Los comerciantes mayoristas abastecían a los 232 mercados públicos existentes en el Distrito Federal en 1980, así como a los del Estado de México; a los diversos mercados sobre ruedas; a más de 600 tianguis, y a un gran número de restaurantes, hoteles y

²¹Centro de Información y Estudios Nacionales, La Merced, una larga historia, México, 1981.

²²Departamento del Distrito Federal, Central de Abasto del Distrito Federal, México, 1982, pg 15.

CUADRO 1
 CARACTERISTICAS DE LAS BODEGAS MAYORISTAS DE LA MERCED
 1979

GIRO	CANTIDAD	S U P E R F I C I E (M ²)	
		TOTAL	PROMEDIO
Frutas y hortalizas	1,345	97,351	72
Abarrotes y víveres	270	27,060	100
Chiles secos y especias	131	8,647	66
Cremerías	67	3,015	45
T O T A L	1,813	136,073	75

FUENTE: D.D.F., Central de Abasto para la Ciudad de México, México, 1979.

tiendas,²³ lo que permite tener idea de la enorme importancia que esos agentes tenían en el abasto de la metrópoli.

Sin embargo, la relevancia de la zona en la que dichos comerciantes estaban asentados tuvo como contrapartida la crisis de la problemática urbana que se venía presentando ya desde los años treintas. En 1940, la zona de La Merced, que como ya hemos mencionado se ubicaba en el centro de la ciudad, tenía una población estimada de 72 mil habitantes y, por su densidad

²³José de Jesús Rangel M, La Merced: siglos de comercio, Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, México, 1983, pg. 88.

poblacional se consideraba dentro de las "zonas de tugurios" de la capital. Desde entonces, en el contexto del anárquico crecimiento comercial que siempre la caracterizó, proliferaban en ella vecindades, pulquerías, cantinas, salones de billar, cabarets, etc,. También existía un alto índice de prostitución, delincuencia, congestionamiento vial y extrema insalubridad, a lo que había que aunar las inundaciones que ocurrían en las épocas de lluvias, debido al ineficiente sistema de drenaje y al exceso de basura que había en las calles.

La anterior problemática fue agravándose en la medida en la que aumentaba la importancia comercial de La Merced. El nuevo mercado minorista que Ruiz Cortines mandó edificar, en sustitución del mercado porfiriano, tenía por objeto modificar la situación. Este cambio aminoró el congestionamiento vial, permitió sanear y pavimentar algunas calles de la zona, y mejorar el sistema de drenaje, sin embargo, el nuevo mercado fue levantado a unas pocas manzanas de donde se encontraba el antiguo²⁴, lo que, para Enrique Valencia, revela que no se midió la importancia del mercado minorista en el abasto del área metropolitana y, por tanto, la función centralizadora que ejercía.²⁵

Para ese mismo autor, la permanencia de la cercanía del nuevo mercado detallista con respecto a la zona de bodegas mayoristas de

²⁴El nuevo fue construido al oriente de la zona de La Merced, tan sólo al otro lado del Anillo de Circunvalación. Sus límites, que subsisten hasta hoy día, son: al norte, la calle General Anaya, al oriente, la de Rosario, al sur, la de Adolfo Gurrión, y al poniente, la de Cabañas.

²⁵Enrique Valencia, Op. Cit., pgs. 93 y 94.

productos perecederos reforzó la tendencia de estos negocios comerciales a quedarse en la zona, siendo que las bodegas eran, por sus mismas características, foco de insalubridad, factor de anarquía, y causa de saturación vial y aglomeración poblacional.²⁶

Las bodegas mayoristas, por tanto, continuaron abarcando cada vez más calles de la zona, al igual que los comerciantes ambulantes. Era común que los mayoristas y puesteros habitaran en la zona, en los mismos edificios donde tenían sus negocios. Los primeros, con una mayor capacidad económica, residían en los pisos superiores de los edificios, muchos de los cuales, con el paso del tiempo, pasaron a ser de su propiedad. Los vendedores detallistas y ambulantes vivían en condiciones de hacinamiento en las plantas bajas de las construcciones, conjuntamente con las bodegas para envases y productos.

La anterior combinación de viviendas y negocios en las mismas construcciones fue tornando en vecindades y tugurios a los numerosos edificios coloniales de la zona, la que si bien abarcaba sólo el 20% del área del centro histórico de la ciudad de México, concentraba más del 42% del total de edificios con valor artístico o histórico.²⁷

En el aspecto comercial, la infraestructura era muy deficiente; Castillo Berthier señala al respecto que debido a que el trazo original y edificaciones coloniales de la zona estuvieron destinados a la vivienda residencial, su mutación a zona comercial

²⁶Ibidem, pg. 94.

²⁷José de Jesús Rangel, Op. Cit., pg. 80.

y de almacenamiento hizo de los espacios antiguos (patios, corredores, recibidores, salas, habitaciones, etc,.), bodegas pequeñas, oscuras, y muchas veces inadecuadas para la función que desempeñaban²⁸.

También era grave la carencia de espacios como andenes y estacionamientos para realizar las labores de carga y descarga de los camiones; la falta de bodegas refrigeradas para la conservación de los productos; y la imposibilidad de expandir físicamente los negocios, debido a la saturación espacial de la zona.

El cúmulo de problemas de diverso tipo hasta aquí reseñados, llevó al Gobierno a considerar como urgente la reestructuración de La Merced, básicamente mediante la reubicación del comercio mayorista de productos perecederos en otra área de la ciudad. Desde 1969 el Departamento del Distrito Federal empezó a realizar estudios para la creación de la nueva Central de Abasto del D.F., la cual fue inaugurada a fines de 1982, enmedio de un cúmulo de problemas que analizaremos con posterioridad.

1.2.2. La nueva etapa de los comerciantes mayoristas: especialización comercial e integración vertical

El segundo período en nuestro análisis de los antecedentes del comercio mayorista de hortofrutícolas inicia en 1940, debido a que, a partir de entonces, ocurren cambios cuantitativa y

²⁸Castillo Berthier, Op. Cit., pg. 147.

cualitativamente muy importantes en esa esfera de actividad. Es entonces cuando surgen y se consolidan la mayoría de los comerciantes o grupos familiares que ocupan una posición hegemónica hasta hoy día. Asimismo, se da una mayor especialización comercial e integración vertical de los mayoristas, expresada ésta, fundamentalmente, en la diversificación y fortalecimiento de los vínculos entre dichos comerciantes y el medio rural y, finalmente, se modifica la estructura regional del abasto a la ciudad de México.

Como ya mencionamos, en los años cuarentas y cincuentas llegaron a La Merced la mayoría de los 1,345 bodegueros de hortofrutícolas que existieron en esa zona. Las circunstancias que rodearon su constitución como comerciantes fueron muy variadas; existían los casos, como señala un antiguo mayorista de jitomate, de aquellos productores que venían a La Merced a vender su mercancía en temporada de cosecha, alquilando para ello una bodega (en el caso de esa hortaliza el precio pagado era de 10 centavos por caja), hasta que acumulaban el dinero suficiente para comprar una, de la que se hacían cargo los hijos u otros familiares. Este fue el origen, por ejemplo, de Socorro León, quien llegó a ser el principal mayorista o "rey del jitomate" de La Merced.²⁹

Existían, por tanto, familias en que unos miembros se encargaban de la producción, y otros de las bodegas, aunque también había bodegueros que sólo eran comerciantes que se vinculaban con

²⁹Diversas entrevistas a comerciantes mayoristas, México, D.F., CEDA-DF., agosto de 1995.

los productores a través de diversos mecanismos y/o que se abastecían comprando a otros bodegueros de la zona. Este último mecanismo era común en el caso del jitomate, ya que el principal mayorista que mencionamos surtía a gran parte de los restantes, para lo cual traía en sus propios camiones, tanto su producción del estado de Guanajuato, como la que adquiría de otros productores regionales.

Las relaciones de dominio de los mayoristas sobre un sinnúmero de productores rurales, que se iniciaron durante el lapso anteriormente analizado, se fueron afianzando paulatinamente, quedando éstos atados a las decisiones de los comerciantes urbanos, en el marco de toda una gama de acuerdos entre ambos agentes (compras de huertas, mediería, etc.), y en los que el financiamiento recibido por el productor jugaba frecuentemente un papel clave. Muchos de los actuales proveedores de los mayoristas de CEDA-DF empezaron a serlo en algún momento del lapso 1940-82.

En la expansión y estrechamiento de los vínculos entre productores y mayoristas fue definitivo el desarrollo de las vías de comunicación que entonces se dió. Por ejemplo, mientras en 1940 había tan sólo 4,781 kilómetros pavimentados y 1,643 km. de terracería, para 1960 esas cifras llegaban a 27,369 y 7,398, respectivamente.³⁰ Esto permitió a los mayoristas acceder a regiones más alejadas de la ciudad, y poder tener la garantía de que los productos llegasen en buen estado, lo que significó un cambio en la estructura regional del abasto a la ciudad. Por

³⁰Castillo Berthier, Op. Cit., pg. 162.

supuesto que la apertura de carreteras y el mejor transporte hizo también posible el surgimiento de nuevas zonas de producción, muchas de ellas enfocadas fundamentalmente al abasto de esa urbe.

Un comerciante mayorista relata, por ejemplo, que traer productos de la región del noroeste en los años cuarentas y parte de los cincuentas era muy riesgoso, ya que existían numerosos tramos de camino sin pavimentar, sobre todo entre Guadalajara y Nayarit, y se tenía que lidiar con la crecida de algunos ríos en épocas de lluvia. Por eso, los pocos productos que adquirirían de aquella región los compraban en los mercados de Guadalajara, a donde los productores enviaban sus cosechas a través de ferrocarril (el de Mazatlán-Guadalajara empezó a operar a mediados de los treintas). Además, el gran impulso dado a la agricultura del noroeste data de los años cincuentas, cuando se abrieron muchos de los fértiles distritos de riego, por ejemplo, en Sinaloa.³¹

Lo anterior, aunado a otros factores como la necesidad de contar con eficientes medios de comunicación (teléfono, fax, etc.), determinó que sólo hasta cierto momento los nuevos empresarios agrícolas del noroeste, por ejemplo, se relacionaran directamente con los mayoristas de La Merced, o que incluso algunos de ellos, como es el caso de Arturo Lomelí, gran productor de jitomate a nivel nacional, pudiesen llegar directamente a ese mercado a vender sus cosechas.

Los comentarios vertidos por viejos comerciantes hacen

³¹Entrevista a Seyerino Gracia, antiguo mayorista de La Merced y administrador de una bodega en CEDA-DF, México, agosto de 1995.

evidente, entre otras cosas, que el crecimiento de los mayoristas de La Merced estuvo estrechamente vinculado al desarrollo del sector agrícola nacional. Así, el producto interno bruto de este sector registró su mayor crecimiento histórico durante el lapso 1947-60, en que creció a una tasa de 6.1 % anual,³² siendo este desarrollo otro de los factores que hicieron posible la participación de nuevas regiones en el abasto a la ciudad de México.

Por otra parte, el surgimiento de nuevas zonas productoras ampliaron para el mayorista las posibilidades de contar con un determinado producto a lo largo del año, lo que, aunado al incremento del consumo de la población de la metrópoli, incidió en la especialización comercial de muchos de ellos.

Con respecto a dicha especialización, ocurrida sobre todo entre 1940 y 1960, un viejo comerciante señala que "era imposible seguir como en el pasado, y tuvimos que optar por alguna rama de productos, o en el caso de los perecederos, por un producto específico. Para mí esta es la verdadera época cuando nacen los tomateros, naranjeros, plataneros, manzaneros, chileros, los de frutas de la estación, etc,.." ³³

Dicho comerciante menciona respecto al proceso de integración vertical, que en la década de los cuarentas algunos mayoristas, apoyados por el capital ofrecido por los bancos, empezaron a

³²Véase de Jose Luis Calva, *Crisis Agrícola y Alimentaria en México 1982-1988*, Ed. Fontamara, México, 1988, pg. 12.

³³Castillo Berthier, Op. Cit., pg. 158.

incursionar en actividades como empaque, transporte, compra de tierras, otorgamiento de créditos a más zonas productoras e, incluso, industrialización de algunos artículos. Este proceso ha continuado profundizándose hasta hoy, y será tratado con amplitud posteriormente.

Es interesante señalar que la organización de la actividad de muchos de los actuales mayoristas de CEDA-DF, basada en la actuación de grupos familiares, estaba ya presente en la década de los cuarentas y cincuentas, según indican diversos comerciantes entrevistados. Uno de ellos señala que existía una clara estructura de organización de los mayoristas, basada en "familias" o grupos más amplios, en los que las redes de parentesco permitían cubrir diversas áreas de influencia dentro de la actividad comercial y productiva, habiendo ya una importante presencia de grandes productores especializados en la comercialización de un determinado producto. **"Esas familias, señala el entrevistado, que eran los grupos más fuertes de comerciantes dentro de La Merced, giraban en torno a una "cabeza fuerte" que era el que normalmente estaba encargado de mantener e incrementar los contactos de venta en la ciudad de México. Al mismo tiempo, sus hermanos, hermanas o parientes cercanos se dedicaban a tener los contactos en las regiones productoras, mientras que otros podían meterse en el negocio del transporte, o a "chechar" cómo andaban las posibilidades de exportación, y así, dividiendo el trabajo entre todos, podían abarcar más volumen y más productos".**³⁴

³⁴Ibidem, pg. 161.

El estudio realizado por Enrique Valencia en 1960 indica la existencia en el comercio de La Merced de "formas impuras de competencia", debido a que el mercado se hallaba controlado por un grupo de bodegueros organizados corporativamente, que acaparaba la producción mucho antes de ser cosechada y, desde luego, con mucha anterioridad a su llegada al mercado. También menciona dicho autor la importancia que tenían las relaciones de compradazgo para el éxito económico de los grupos dominantes, relaciones que se establecían tanto al interior de estos grupos, como entre sus miembros y los productores agrícolas.³⁵

Por su parte, Aurelio Montemayor afirma que en La Merced "unos cuantos mayoristas dominan el mercado de los principales productos, por su habilidad empresarial y capacidad financiera, requerida para manejar un volumen importante. En diversos productos, unos cuantos grandes mayoristas dominan los mercados. El poder de los participantes se acentúa en función de la dificultad de entrada, lo que protege a los grandes mayoristas, así como su habilidad administrativa, su control de la información, y el alto capital de trabajo que se necesita para operar".³⁶

Como ejemplos de mayoristas o familias que entonces se consolidaron y adquirieron una posición hegemónica o de control sobre porcentajes muy importantes de la oferta total de determinados productos, figura el caso de un personaje muy conocido

³⁵Enrique Valencia, Op. Cit., pg. 211.

³⁶Aurelio Montemayor, El funcionamiento de los mercados de productos perecederos en México, Revista Comercio y Desarrollo, México, abril-junio de 1982, pg. 17.

entre los grandes mayoristas de la Merced, Enemorio Bello, "el Mollo", quien llegó a controlar la introducción de 150 a 200 camiones al día cargados de naranja, y que le dejaban una utilidad por unidad de uno a dos millones de pesos diarios. Este agente controlaba poco más del 70% de la naranja que llegaba a la capital, fundamentalmente a través del financiamiento otorgado a los productores directos. Aunque en menor escala, destacaban también los comerciantes Ramón Riaño Freijoó, Francisco Bárcenas y Rafael Pompa, quienes, junto con "el Mollo", imponían los precios del producto del mencionado cítrico.³⁷

En el caso del plátano, tres familias del Sureste del país controlaban la casi totalidad de los volúmenes de entrada y distribución del producto, así como sus precios de venta. El comercio de papa era manejado exclusivamente por la Asociación de Productores Lázaro Cárdenas, la cual impedía la entrada a nuevos productores.³⁸ En otros productos como guayaba, sandía, melón, mango, manzana, uva, pera, y frutas finas, existían también, según señala el Centro de Información y Estudios Nacionales³⁹, uno o dos comerciantes que constituían los principales, por ser ellos quienes comerciaban el grueso de esos perecederos.

Por supuesto que la hegemonía comercial que ejercían ciertos

³⁷José de Jesús Rangel, Op. Cit., pg. 88. Es interesante señalar que todos los agentes mencionados por este autor constituyen hasta hoy los principales comerciantes de naranja de CEDA-DF.

³⁸Castillo Berthier, Op. Cit., pg. 862.

³⁹Centro de Información y Estudios Nacionales, Op. Cit., pg. 11.

grupos de mayoristas, y el control del mercado que ésto significaba, descartaba la posibilidad de que hubiera competencia efectiva, y daba lugar a la ineficiencia, a altos precios de venta a los consumidores, y a altas utilidades de carácter monopolístico. Los márgenes de comercialización, es decir, la diferencia entre los precios de compra y de venta de un producto, eran altísimos. Castillo Berthier cita el caso de la naranja, que se compraba a \$0.80 en el lugar de producción y se vendía al consumidor final en más de \$8.00.⁴⁰

En la Asamblea sobre La Merced y el Abasto Alimenticio, organizada en 1975, se señaló que...."entre el precio pagado al agricultor y el que paga el consumidor, las estadísticas reflejan diferencias de entre 500 y 900%. Así, las diferencias tan notables en esos precios quedan absorbidas por la cadena de intermediación, en perjuicio de los productores y consumidores".⁴¹

La existencia de altos precios de los productos hortofrutícolas fue, durante el período de análisis, materia de denuncia por parte del sector oficial, así como de organizaciones de productores, agroindustriales y comerciantes, como se verá ampliamente en el siguiente apartado.

⁴⁰Castillo Berthier, Op. Cit., pg. 864.

⁴¹Citado por José de Jesús Rangel, Op. Cit., pg 88.

1.3. La política estatal hacia el comercio mayorista de hortofrutícolas (1920-82)

Los conflictos que los comerciantes mayoristas de La Merced tuvieron, en el lapso analizado, con otros sectores de la sociedad, se centran en su relación con el Estado. Las diferencias con sectores organizados de productores rurales, por ejemplo, fueron esporádicas, habiendo sido quizá la más importante la que se tuvo en los años cuarentas y cincuentas con la Asociación Nacional de Cosecheros de Cereales y Productores Alimenticios (ANC), que denunciaba la carestía de alimentos existente en el D.F., y proponía al presidente Miguel Alemán la creación de un Consejo Nacional de Abastos, que se encargaría de combatir las inmoralidades de los comerciantes, responsables de la situación.⁴²

La ANC señala que "de nada sirven los esfuerzos de los campesinos por aumentar la producción, si los comerciantes impiden que sus beneficios lleguen al pueblo"; declaran que librarán una batalla contra los hambreadores del pueblo, y solicitan al gobierno que les fije a los productores los lugares donde pudiesen comerciar libremente, dado que los mercados populares que se habían creado para tal fin habían sido acaparados por comerciantes venales, como agentes de coyotes que operaban principalmente en La Merced.⁴³

Entre los puntos del programa de trabajo de la ANC figuraba el de "organizar la venta directa de los productos del campo a la

⁴²Periódico El Nacional, 28 de noviembre de 1949.

⁴³Periódico El Nacional, 27 y 28 de noviembre de 1949.

industria y al comercio organizado, eliminando intermediarios, y exportar directamente. También el de establecer centros de distribución al medio mayoreo y menudeo, contribuyendo a la recuperación y dignificación de los mercados populares agrícolas"⁴⁴.

Sin embargo, la mayoría de los objetivos de comercialización señalados no cuajaron; no ocurrió la entrada masiva de productores a los mercados populares, a los que siguieron abasteciendo los comerciantes mayoristas de La Merced. Sin pretender hacer aquí un análisis del fracaso de dichos objetivos, mencionaremos que en esto fue clave tanto el rol desempeñado por el Estado, como ciertas contradicciones internas de la ANC.

Entre ellas figura, por ejemplo, el hecho de que en junio de 1954 la ANC exonera a los mayoristas de La Merced, al señalar que la especulación no estaba en ese mercado, ni en el de Jamaica, donde los precios eran iguales a los del año pasado, sino en el mercado de San Juan, y en los supermercados. Señala entonces que la solución no está en el control de precios de los productos, sino en permitir la entrada a las ventas de mayoreo y medio mayoreo.

Para entender la posición cambiante de dicha organización hacia los mayoristas de La Merced hay que considerar que en su interior se agrupaban también grandes productores que eran simultáneamente comerciantes de ese mercado, y que no iban, por tanto, a trabajar en contra de sus propios intereses.

Un ejemplo de lo anterior es el hecho de que la ANC propuso

⁴⁴Periódico El Nacional, 31 de diciembre de 1949.

para el mencionado Consejo Nacional de Abastos a varios miembros de asociaciones agrícolas, entre ellos a Pablo Capitaine, quien era uno de los productores más grandes de plátano en el sureste, y gran mayorista de La Merced.

A lo anterior habría que añadir que, como señala el Dr. Cartón de Grammont, los dirigentes de las organizaciones filiales a la ANC eran también socios de bancos regionales que financiaban la producción, por lo que no estaban dispuestos a dejar de controlar la comercialización vía las compras al tiempo de las cosechas, ni luchar por la extensión del crédito bancario oficial, lo que hubiese afectado sus intereses. Estas demandas, señala dicho autor, eran favorables sobre todo a los verdaderos pequeños productores, y la ANC trató de representar sus intereses aunque su acción se vio limitada por la presencia en su interior de los fuertes intereses de los grandes productores".⁴⁵

En realidad, durante el lapso analizado no hubo conflictos entre productores y mayoristas de hortofrutícolas que modificaran sustancialmente la actividad de estos últimos, en lo que incidió el tipo de vínculo y dependencia que ha existido entre esos agentes, así como la presencia de productores-mayoristas, que ya hemos analizado anteriormente.

⁴⁵Hubert C. de Grammont, "Los empresarios también se organizan: la Unión Nacional de Cosecheros", en Historia de la Cuestión Agraria Mexicana. Política Estatal y Conflictos Agrarios 1950-1970, Ed. Siglo XXI-CEHAM, México, 1989, Pg. 55.

1.3.1. Principales medidas de política económica

El objetivo de este apartado es el análisis de las principales medidas reguladoras o de intervención del Gobierno que han afectado al comercio mayorista de hortofrutícolas en la ciudad de México y, sobre todo, el de relatar las demandas centrales que las organizaciones de comerciantes han hecho al Estado, y la posición que éste ha tenido al respecto.

La intervención del Estado en el caso de los productos perecederos (hortofrutícolas, carnes, pescados y mariscos) no ha tenido, ni remotamente, la dimensión y alcances que en el caso de granos y abarrotes, los cuales han integrado el grueso de los llamados artículos "básicos" o "de consumo popular", y en los que la participación de productos perecederos ha sido mínima o inexistente. Con respecto a estos últimos, durante el porfiriato el gobierno se limitó a interferir en su comercio al detalle, mediante la construcción y administración de mercados públicos, siendo el caso más importante la creación del mercado al menudeo de La Merced.

Ese mismo tipo de intervención, aunque en mucho menor escala, tuvieron los gobiernos revolucionarios. En los años veintes, la participación estatal se limitó a incidir en el reordenamiento espacial del comercio al menudeo de hortofrutícolas en la ciudad, sobre todo en cuanto a la asignación de los lugares a ocupar por los tianguis, y en la administración de los mercados públicos pertenecientes al Departamento del Distrito Federal (DDF).

Diego López Rosado señala que durante el cardenismo, las menores disponibilidades de alimentos, el incremento de sus precios, la baja en el consumo y las crecientes compras de alimentos en el exterior, dieron lugar a la decisión del Estado de constituir organismos para intervenir en el abasto.⁴⁶ En ese mandato se creó ANDSA (Almacenes Nacionales de Depósito), los Comités Reguladores del Mercado del Trigo y del Mercado de Subsistencias Populares, los de Vigilancia del Comercio de Artículos de Primera Necesidad, etc.,.

Por su parte, J. Delgadillo y F. Torres señalan que la estructura para el abasto de la ciudad de México que prevaleció al triunfo de la guerra de independencia y continuó después de la revolución, se modifica hasta que... "el nuevo Estado mexicano emergido de dicha revolución se consolida e interviene en la regulación del abastecimiento por la vía del control de precios".⁴⁷ Se inicia así, a partir de la segunda mitad de los treinta, la intervención constante del Estado en el abasto de ciertos productos, pues anteriormente esta participación era esporádica y respondía a situaciones coyunturales de desabasto y subida de precios.

Aún así, durante el cardenismo los productos básicos objeto de regulación e intervención estatal no incluían a los

⁴⁶Diego López Rosado, Op. Cit., pg. 455.

⁴⁷Javier Delgadillo Macías y Felipe Torres Torres, "El factor espacial en la configuración del sistema de abasto alimentario nacional", en El Abasto de Alimentos en México, coordinado por dichos autores y Angel Bassols Batalla, IIE-UNAM, México, 1992, pg. 168.

hortofrutícolas. La injerencia del Estado en el comercio mayorista de estos productos se concretó a aspectos relacionados con los servicios públicos prestados a los comerciantes, los impuestos aplicados, y la protección del mercado interno, mediante el control de las importaciones.

Durante la presidencia de Ruiz Cortines, como ya hemos mencionado, se construyeron la mayoría de los actuales mercados públicos, incluido el nuevo mercado minorista de La Merced, y se transformaron gran número de los ya existentes. Desde este sexenio, y hasta mediados de los setentas, los objetivos de la política de "desarrollo estabilizador" implementada requerían la producción de bienes-salarios baratos, para lo cual se acuñaron diversas medidas de política económica.

Entre ellas figuraron la reestructuración del sistema de comercialización y de distribución de productos básicos, llevado a cabo primeramente por CEIMSA (Compañía Exportadora e Importadora, S.A.)⁴⁸, y posteriormente por CONASUPO, creada como sociedad anónima en marzo de 1961. Esto significó una mayor intervención directa del Estado en la regulación del mercado interno alimentario, fundamentalmente a través del control de la oferta y de los precios de un grupo de productos, entre los que no figuraban los hortofrutícolas.

Respecto a esos últimos, la tónica siguió siendo la misma: la creación y/o modernización de la infraestructura comercial. Así, se

⁴⁸Esta compañía había sido creada el 14 de julio de 1949, durante el período presidencial de Miguel Alemán.

intervino en el comercio menudista mediante la creación de mercados públicos y concentraciones comerciales y, en lo que respecta al comercio mayorista de La Merced, cuya problemática urbana ya hemos reseñado, en 1969 el Departamento del Distrito Federal empezó a realizar estudios para la creación de una nueva Central de Abasto para la ciudad de México. Con ese fin, en 1970 se expropió y desincorporó del dominio público el terreno denominado Chinamperías, ubicado al oriente de la ciudad, en la delegación de Iztapalapa.

Durante el mandato del presidente Luis Echeverría (1970-76), que constituye el período en que el Estado alcanzó su mayor nivel en cuanto a su acción reguladora del abasto alimentario, CONASUPO intervino también en la comercialización al menudeo de productos perecederos, pero este intento fracasó muy pronto. En el ámbito del comercio mayorista de esos productos, se elaboró entonces el proyecto de reglamentación del centro de abasto de la ciudad de México, con la idea de eliminar a la zona de La Merced como "eje anárquico" de recepción y distribución de artículos de consumo popular.

Finalmente, en 1980 el DDF presentó el Plan de Realización de la Nueva Central de Abasto e inició la promoción entre los bodegueros de La Merced para la adquisición de derechos para locales. En marzo de 1981 empezó la construcción de la nueva Central, misma que fue inaugurada a fines de 1982.

En septiembre de 1981 el Gobierno Federal había creado el Sistema Nacional para el Abasto (SNA), de acuerdo con el Sistema

Alimentario Nacional y el Programa de Productos Básicos, con el fin de modernizar el abasto de alimentos de consumo generalizado, en sus fases de acopio, acondicionamiento, industrialización, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización. Aunque en dicho Sistema sí se incluían a los productos perecederos, la intervención se planteó, nuevamente, en el sentido de crear o modernizar la infraestructura comercial.

Otras variantes de la intervención del Estado durante el lapso 1960-82 fueron coyunturales y no muy exitosas, como la venta al mayoreo de productos perecederos por parte de CONASUPO, a través de IMPECSA (Impulsora de Pequeño Comercio, S.A.), y los intentos de vinculación directa entre las organizaciones de productores y los comerciantes mayoristas de hortofrutícolas, con el fin de eliminar intermediarios.

En suma, y como se desprende del análisis hecho hasta aquí, el Estado no ha controlado sistemáticamente ni la oferta ni los precios de los productos hortofrutícolas, ni ha establecido subsidios a su consumo, como lo ha hecho en el caso de otros productos. En la ausencia de control de la oferta ha incidido el carácter extremadamente perecedero de esos bienes, que hace imposible su ocultamiento, mientras que el control de precios tampoco podía funcionar por la gran estacionalidad de la producción de esos bienes a lo largo del año (y, por tanto, su gran variación de precios), y por su gran dependencia de factores impredecibles, como son los climáticos.

Sin embargo, el Estado tampoco estableció ningún tipo de

regulación que propiciara una mayor competencia en el comercio, y que controlara los cuantiosos márgenes de comercialización obtenidos por los grandes mayoristas, quienes, gracias a ésto y a la favorable política fiscal aplicada a ellos, pudieron amasar enormes fortunas. La actuación del Estado se concretó a proteger la producción nacional mediante el cierre de fronteras a la importación de productos hortofrutícolas, a construir y administrar infraestructura, a generar cierta información de mercado y normalización de los productos, y a establecer algunas bodegas mayoristas manejadas por CONASUPO, como ocurrió en 1982 en la nueva Central de Abasto del Distrito Federal, pero que hoy día se encuentran, en su mayoría, subarrendadas.

1.3.2. Características del debate público Estado-comercio

Aún cuando la política del Estado no afectaba a los comerciantes mayoristas de hortofrutícolas en numerosos aspectos, su gremio ha apoyado las demandas de los comerciantes de abarrotes y, en general, las hechas por las organizaciones cúpula de los comerciantes. Ya desde el período de Cárdenas, en el que se institucionaliza la intervención del Estado en el abasto, dichos mayoristas se sumaron a la abierta protesta de los abarroteros de La Merced en contra de la creación del Comité Regulador de Subsistencias Populares.

Durante el lapso 1960-82 los bodegueros de La Merced apoyaron las posiciones y planteamientos de la CONCANACO (Confederación de

Cámaras Nacionales de Comercio), a la cual pertenecían. Entre sus principales demandas, sintetizadas en el Esquema 1, la más importante fue siempre la de no intervención estatal en el ámbito del comercio de alimentos (desaparición de organismos oficiales, eliminación de precios oficiales, etc,.). Sin embargo, en 1974 se llegaron a quejar también por la existencia de los mercados sobre ruedas, donde se vendían principalmente productos hortofrutícolas.

El Gobierno, por su parte, demandaba de los comerciantes eficiencia en la distribución para que el consumidor tuviera productos de buena calidad y a precios equitativos, y que los productos importados que se comercializaban fuesen sustituidos por los nacionales.

Durante el sexenio echeverrista, en el que, como ya se mencionó, se amplió considerablemente la acción reguladora estatal, las relaciones Estado-comercio organizado se agriaron notablemente. Esta situación se prolongó durante el mandato de López Portillo; al acelerarse la inflación en 1977 y 1978, el Estado culpa de ella a los comerciantes, y emprende una campaña de clausura de comercios por violar los precios de los productos básicos, y por ocultarlos. Sobreviene entonces un período de enfrentamientos, en que los comerciantes mayoristas son acusados de especuladores, acaparadores y de obtener exageradas ganancias, no sólo por el Estado, sino por los obreros, la opinión pública y hasta por los comerciantes en pequeño agrupados en la Confederación de Cámaras Minoristas (CONCAMIN).

En marzo de 1977, el presidente de dicho organismo, Jorge

ESQUEMA 1**DEMANDAS CENTRALES DE LA CONCANACO HACIA EL ESTADO (1960-1982)**

1. Desaparición de los precios oficiales o topes, que sólo provocan escasez, ocultamiento y carestía.
 2. Competencia estatal en la distribución y venta de los artículos de primera necesidad.
 3. Elevados impuestos y tarifas de los servicios públicos (luz, gas, combustibles, etc.,). Presencia de alcabalas en las entidades del país.
 4. Escasez y carestía del crédito bancario.
 5. Bajas utilidades obtenidas en el comercio.
 6. Persecución fiscal de los comerciantes y abusos con multas y clausuras cuando cometen infracciones.
 7. Excesivo burocratismo que retrasa la actividad comercial.
 8. Falta o deficiencia en las comunicaciones y servicios necesarios para el abastecimiento oportuno de los productos del campo a la ciudad.
 9. Mayor libertad de comercio.
 10. Protección en contra de la inversión extranjera en el comercio (cadenas de tiendas de autoservicio).
 11. Reglamentación del comercio ambulante.
 12. Combate al contrabando.
 13. Eliminación de las leyes federales de protección al consumidor.
 14. Excesiva regulación y disposiciones jurídicas, implementadas por el Gobierno (Salubridad, Hacienda, SECOFI, D.D.F., etc.,).
 15. Monopolización de granos por parte de CONASUPO.
-
-

FUENTE: Revisión hemerográfica durante el lapso 1960-82.

Sánchez Mejorada, señala que los precios de los artículos de consumo popular se han disparado en La Merced, y pregunta ¿quién o quiénes controlan la mafia de introductores de nuestros productos básicos en este mercado?. Comenta que ésto debe ser investigado por el Gobierno, porque allí está una de las claves de la inflación.⁴⁹

Fuera ya de la representación cupular de los mayoristas de hortofrutícolas de La Merced, las demandas particulares de éstos giraron, desde la constitución de la Sociedad Mutualista de Comerciantes de Frutas y Legumbres de la ciudad de México (1925), en torno a la carencia o ineficiencia de los servicios públicos (agua, luz, alcantarillado, limpieza, vigilancia, etc.), a su rechazo a la elevación de impuestos, y la denuncia de las extorsiones de que eran objeto por parte de los representantes oficiales en esa zona.

En realidad, el problema principal entre esos comerciantes y el Estado surgió en torno al proyecto de la nueva Central de Iztapalapa. Este fue concebido como una acción mixta, en la que la promoción la haría la Administración Pública Federal y los recursos serían puestos por la iniciativa privada asentada en la Merced.

Los cinco objetivos centrales que el Gobierno pretendía alcanzar con la construcción de la nueva Central eran:⁵⁰

1. Ubicación adecuada y cercana al abasto y al consumo
2. Instalaciones congruentes con el comercio mayor

⁴⁹"El Gobierno debe investigar a la "mafia" de La Merced", Periódico El Universal, 2 de marzo de 1977.

⁵⁰Departamento del Distrito Federal, Central de Abasto para la Ciudad de México, México, 1979, pg. 11.

3. Acceso a los productores
4. Información suficiente acerca de las transacciones
5. Bajos costos de administración

Respecto al segundo objetivo se señalaba que las nuevas instalaciones estimularían la racionalización de las operaciones de los productores, bodegueros y demás comerciantes, mediante la utilización de nuevas técnicas de comercialización (en transporte de productos, en los sistemas de subasta, en la estandarización y en el empaque de los artículos).

El tercer objetivo pretendía que los productores agrícolas.... "encontraran incentivos y facilidades de acceso a los mercados regionales del país y, por ende, al mercado de la capital". Se apuntaba que ésto reduciría el número de intermediarios entre el productor y el consumidor terminal. Por su parte, la información a generar permitiría a cada comprador conocer y comparar las opciones diarias posibles que tiene en la plaza, y de ser posible, en el país, lo que daría lugar a una mejor formación de los precios, pues se elevaría la competencia. Como se aprecia, de nueva cuenta el Estado creía, o al menos así lo manifestaba, que la simple infraestructura acabaría con la intermediación, y lograría la transparencia de las transacciones y un alto grado de competitividad.⁵¹

Para la ubicación de la nueva Central se eligió, como ya se mencionó, el terreno de las Chinamperías, que constaba de 327

⁵¹Departamento del Distrito Federal, Nueva Central de Abasto para el D.F., México, 1982, pg. 5.

hectáreas colindantes con el Circuito Interior, y considerado como una de las últimas oportunidades territoriales extensas que tenía el Distrito Federal.

Por parte de los comerciantes de la Merced, el nuevo proyecto dió lugar a numerosas polémicas y posiciones encontradas. La Central Revolucionaria de Comerciantes en Pequeño, a través de su secretario Elcázar T. Cruz, consideraba que la solución al problema de la Merced, y del abasto en general, se lograría con la construcción de cinco centrales de abasto que operasen con un sistema similar a la de la Bolsa de Valores. Opinaba que de este modo podría terminarse con el monopolio de los intermediarios e impedir que unas cuantas familias millonarias siguiesen controlando el abasto.⁵²

Otros sectores de la población opinaban que el traslado de los comerciantes mayoristas de la Merced sólo fomentaría los vicios que ya existían en ese mercado, el intermediarismo, la explotación y el monopolio, y que ésto traería como consecuencia el encarecimiento, la especulación y una inflación galopante.⁵³

Por su parte, los comerciantes en pequeño y los miles de vendedores ambulantes de la zona de la Merced manifestaban su rechazo al nuevo proyecto, debido a su incapacidad de poder trasladarse a la nueva Central de Iztapalapa. Esto, debido a que si bien continuaría en el mismo sitio el mercado detallista, era

⁵²Declaración en el Periódico El Día, 7 de agosto de 1980.

⁵³Declaración de Alfonso Ciprés Villarreal, presidente de Arquitectos Revolucionarios de México. Periódico El Día, 7 de septiembre de 1980.

evidente que su volumen comercializado y, por tanto, su importancia, se vería disminuido por el desplazamiento de la parte fundamental de la Merced: los mayoristas.

No obstante opiniones como las señaladas, el grueso de los comerciantes de la Merced coincidían en reconocer la necesidad del traslado de ese mercado a otro sitio de la ciudad. Las divergencias con el proyecto oficial y las que se dieron entre las representaciones de los comerciantes giraron más bien en torno a la definición y la implementación de los numerosos aspectos del proyecto, como sus condiciones, plazos y costos, así como el marco jurídico respectivo. Un ejemplo lo fue el precio de las bodegas a ser adquiridas, mismo que para muchos medio mayoristas y algunos mayoristas no resultaba accesible, toda vez que, debido a la inflación imperante, dicho precio era cada vez mayor.

Algunos bodegueros remarcaron la dificultad que para un importante sector de ellos sería realizar una inversión tan alta y poder seguir operando en una labor que, como la comercialización, requería de gran liquidez. En su opinión, la medida provocaría el aumento del poder de los más fuertes comerciantes que operaban entonces en la Merced. "Los precios de venta de los locales de la Central de Abasto -señalaba la Unión de Comerciantes de Frutas y Legumbres de la Merced- no benefician a los productores ni a los comerciantes, ni mucho menos al consumidor.... es atractivo únicamente para los acaparadores y revendedores."⁵⁴

Aunque no se pretende dar aquí un recuento detallado del gran

⁵⁴Periódico El Día, 7 de abril de 1981.

número de problemas que hubieron en torno al proyecto, a la realización de la obra y al funcionamiento inicial de la nueva Central de Abasto, mencionaremos algunos de los puntos de mayor conflicto. Entre ellos estaba la inconformidad de numerosos comerciantes debido a que las bodegas no serían de su propiedad, sino dadas en usufructo durante un lapso de 99 años, existiendo incluso el temor por parte de ellos, de que en cualquier momento aquéllas fueran requisadas por el Estado.

Igualmente importante fue el rechazo de los comerciantes mayoristas ante la decisión oficial, no consultada con ellos, de dar en concesión a CONASUPO, por 99 años, la zona de subasta de productores (138,000 m²), toda vez que señalaban que esta zona había sido cobrada a los participantes, y debía mas bien ser administrada por la Central y destinarse los fondos a los gastos de operación de la misma. Dicha concesión, señalaba Jaime Ponce Linares, representante de los mayoristas abarroteros, podría significar la estatización del comercio, convirtiéndose el Gobierno en intermediario, lo que eliminaría el libre comercio, la transparencia de los precios y la ley de la oferta y la demanda.⁵⁵

Como resultado de la no conjugación de intereses de la iniciativa privada y las autoridades, en agosto de 1982, y a dos meses después de la supuesta inauguración de la Central, la mayoría de los comerciantes de la zona de la Merced no habían adquirido ninguna concesión, por lo que se señalaba que más de 100,000

⁵⁵"Habrá caos al inaugurar la inconclusa Central de Abastos", Periódico Ultimas Noticias, 8 de noviembre de 1982.

personas serían afectadas con la desaparición de la Merced.⁵⁶

Otros aspectos de incorformidad manifestados por los comerciantes fueron el despotismo de las autoridades, que les impedía visitar las obras que se realizaban al interior de la Central, y el retraso en la terminación y puesta en marcha de las bodegas, frigoríficos, mercados de aves y pescados de la nueva Central de Abasto, paralelamente a la presión ejercida sobre los comerciantes para que desalojaran el mercado de la Merced. Así, si bien la Central de Abasto fue inaugurada por el presidente José López Portillo el 24 de noviembre de 1982, más de tres semanas después se manifestaba que no sería sino hasta enero cuando se terminase la infraestructura mencionada, no obstante lo cual, el representante de la Asociación de Distribuidores Mayoristas (A.D.M.A.), Javier Ponce Linares, señalaba que ya las autoridades habían procedido a cerrar 500 bodegas en la zona de la Merced.⁵⁷

Fueron comunes también las quejas respecto a los fraudes, acaparamiento y especulación con las bodegas, por parte de líderes y políticos, la existencia de traspasos amañados, e incluso de propiedades puestas a nombre de recién nacidos.⁵⁸ En este mismo sentido, en abril de 1981 la Unión de Comerciantes de Frutas y Legumbres (UNCOFYL), en carta abierta dirigida al presidente,

⁵⁶Información de UNCOFYL, carta mimeográfica, 2 de agosto de 1982.

⁵⁷"Cinco gremios de comerciantes piden quitar el nombre de Hank a la Central de Abasto", Periódico Últimas Noticias, 24 de diciembre de 1982.

⁵⁸Periódico Excelsior, diciembre de 1982.

solicitaba una investigación sobre las preinscripciones en el D.D.F. para ocupar locales en la nueva Central, con el objeto de verificar si existían consorcios familiares que fuesen dueños de sinnúmero de bodegas.

Con respecto a esa última petición, el Gobierno no hizo nada; en la lista de los adquirientes de bodegas de CODEUR-DDF, figuran varios miembros de cada una de las principales familias de mayoristas de La Merced (por ejemplo, la familia Stivalet, la más importante en el comercio del plátano, adquirió 12 bodegas, mientras que la familia Gómez Vaillard, comerciantes del mismo producto, compraron 9 bodegas),⁵⁹ con lo que se permitió, desde ese momento, la continuidad de su control sobre la oferta y, por tanto, de la estructura monopólica del comercio mayorista que el propio Estado llegó a denunciar.

El proyecto de la nueva Central de Abasto (CEDA-DF) dió también lugar a divergencias importantes entre las organizaciones de comerciantes mayoristas, como las habidas, por ejemplo, entre las dos principales, es decir, la UNCOFYL y la ADMA. También se integró un comité Pro Defensa de los Derechos de los Comerciantes de La Merced S.C., integrado por alrededor de 900 comerciantes que se separaron de la UNCOFYL, porque ésta, según manifestaron aquéllos, no defendía sus intereses y estaba dirigida por el grupo de "millonarios" que pretendía quedarse con concesiones de gasolinerías, hoteles, restaurantes, locales para alquiler de "diablitos", y con establecimientos comerciales de los alrededores.

⁵⁹Relación de adquirientes de bodegas en CODEUR-DDF.

El traslado de la Merced a CEDA constituyó un período muy problemático, dado que la infraestructura y los servicios no estaban terminados y, como ya mencionamos, se presionó a los comerciantes a desalojar en esas condiciones el mercado de La Merced. Esta premura se explicaba, según los comerciantes, por el deseo del presidente en turno de inaugurar el mercado antes de concluir su sexenio, sin medir las consecuencias negativas que ello ocasionaría en el abasto a la ciudad. En este tono de cosas, el desalojo de los comerciantes de la Merced fue forzado mediante, entre otras cosas, la prohibición, e incluso el impedimento del acceso a los transportistas que abastecían el mercado.

En noviembre de 1982, alrededor de 500 comerciantes de frutas y verduras de La Merced consiguieron amparo en contra del Departamento del Distrito Federal, ante su incapacidad para pagar el precio pedido por las bodegas.

Una vez que entró en funcionamiento la Central, las autoridades oficiales enfrentaron los primeros problemas, entre los que figuraron las peticiones hechas por los comerciantes de abarrotes para: modificar las cuotas de acceso y mantenimiento de CEDA (se pagaba un peaje de 10 pesos por peatón y 50 pesos por automóvil), permitir mayor número de comerciantes en el Comité, mayor información sobre las juntas del Consejo, y depuración del padrón de adquirientes de bodegas. Asimismo, era queja general las "mordidas" que los transportistas tenían que dar a la policía, ya sea en dinero o en especie, para poder salir y entrar de CEDA-DF.

II. LA CENTRAL DE ABASTO DE LA CIUDAD DE MEXICO: 1982-1995

2.1. Elementos relevantes del marco legal

Anteriormente hemos mencionado ciertos antecedentes en torno al proyecto de constitución de CEDA-DF, inaugurada en noviembre de 1982. Resta añadir que en julio de 1981 se integró legalmente, mediante firma de un contrato, un Fideicomiso irrevocable para la construcción y operación de dicha Central, que contiene las reglas, derechos y obligaciones a las que debían someterse los agentes involucrados en el proyecto. El Fideicomiso fue constituido por el Departamento del Distrito Federal (DDF) y/o la Comisión de Desarrollo Urbano del mismo (CODEUR), con carácter de fideicomitentes y fideicomisarios; por los "participantes" de dicha Central de Abasto, con el mismo carácter; y por Banca Mexicana Somex S.A. (hoy Banco Mexicano, S.A.), quien asumió el carácter de fiduciario.

A la CODEUR se le asignó la construcción de CEDA-DF, misma que fue realizada con fondos de los "participantes" del Fideicomiso (los mayoristas de La Merced). Se estableció que este Fideicomiso tendría una duración de 99 años a partir de su constitución, considerándose la propiedad del inmueble como parte del patrimonio fiduciario. Al término de dicho Fideicomiso, la propiedad aportada al mismo tendrá que ser revertida al DDF, conjuntamente con las instalaciones que se lleven a cabo. "Al participante, señala el

contrato, sólo se le otorgará el aprovechamiento gratuito del predio y de las construcciones que se realicen, limitando la propiedad para que al término del Fideicomiso se reincorporen al dominio del DDF".⁶⁰

Las bodegas fueron vendidas a los mayoristas de La Merced, quienes tuvieron que entregar al fiduciario, por conducto del DDF-CODEUR, el importe de las aportaciones requeridas. Ya hemos mencionado que alrededor de los precios de las bodegas, fechas de pago, condiciones de financiamiento, acaparamiento de ellas, etc., hubo importantes fricciones entre el Gobierno y los "participantes".

Por otra parte, los comerciantes se comprometieron mediante contrato, a desalojar, al término del Fideicomiso, las instalaciones que ocuparan en CEDA-DF, en un plazo máximo que no excedería a seis meses, renunciando a cualquier acción judicial que al efecto pudiera intentarse; a pagar las cuotas de administración, vigilancia, mantenimiento u operación aprobadas por el Comité Técnico, así como las primas de los seguros que contratasen y, finalmente, a notificar al D.D.F., por escrito, cualquier traspaso o cesión de derechos del fideicomisario participante.

Entre los derechos de los participantes figuraba el de recibir por conducto del D.D.F.-CODEUR el certificado fiduciario de aportación, expedido por el fiduciario, una vez que hubiesen terminado de cubrir sus adeudos.

⁶⁰Tomo I, Escritura 11, Delegación Miguel Hidalgo, D.F., 7 de julio de 1981, pg. 2.

Bajo otro régimen jurídico se encuentran los comerciantes del Mercado de Flores y Hortalizas que se inauguró en 1988, y donde se realizan principalmente ventas al medio mayoreo y menudeo. En este caso, los comerciantes son considerados como "permisionarios", dado que los espacios comerciales no se les vendieron, sino que se firmó un permiso administrativo, temporal y revocable, otorgado por el DDF, con una vigencia de tiempo indeterminado para el permisionario y para la Central de Abasto, pudiendo ésta dar por terminado el permiso en cualquier momento.

Un caso peculiar es el del mercado de Pescados y Mariscos de CEDA-DF, que fue inaugurado en 1991 para dar albergue a los comerciantes de ese tipo de productos ubicados en el legendario Mercado de la Viga, ya que aquél opera bajo el régimen de condominio, es decir, constituye un mercado de carácter privado.

Actualmente, la autoridad máxima en CEDA-DF es el Comité Técnico de Operación, integrado en febrero de 1985 por diez representantes de frutas y legumbres, tres de abarrotes y víveres, uno de locales comerciales y de servicios, y otro de cooperativas, además de los Directores de Área de la Central. CODEUR fue sustituido por COABASTO (Coordinación General de Abasto y Distribución del DDF) en mayo de 1983, por lo que esta institución asumió las facultades de planear, evaluar, aprobar y supervisar todos los programas relacionados con CEDA-DF, con fundamento en el decreto presidencial que destinó esta Central al servicio público.

El Fideicomiso reporta hoy que la Central obtiene el 47% de sus recursos de los servicios que brinda a participantes y

usuarios, el 25%, de cuotas de mantenimiento, el 18% es otorgado por el DDF y el 10% por la Fiduciaria.

2.2. Principales características de su infraestructura y funcionamiento

CEDA-DF se ubica en el área exterior del Circuito Interior, al sureste del primer cuadro de la ciudad, siendo sus límites la Avenida Rojo Gómez, el eje 6 Sur, la Avenida Río Churubusco y el Canal de Tezontle. Las autoridades oficiales señalaron que esta ubicación había sido escogida debido a su cercanía a los centros de producción y consumo, y por contar con viabilidad apropiada, susceptible de incrementarse en el corto plazo.⁶¹

Las expectativas oficiales en torno al nuevo mercado mayorista eran ambiciosas: se pretendía, según declaración del director de CODEUR, Patrocinio González Blanco, acabar definitivamente con la especulación y el intermediarismo innecesario en la distribución de alimentos en la ciudad de México. También se manifestaba que se lograría la transparencia de las transacciones comerciales, lo que permitiría que hubiera un alto grado de competitividad.⁶²

La Central de Abastos del D.F., a la que nos referiremos también como la Central, ocupa un área total de 328 hectáreas, de las cuales el 44% se encuentra construido, y el resto constituye el

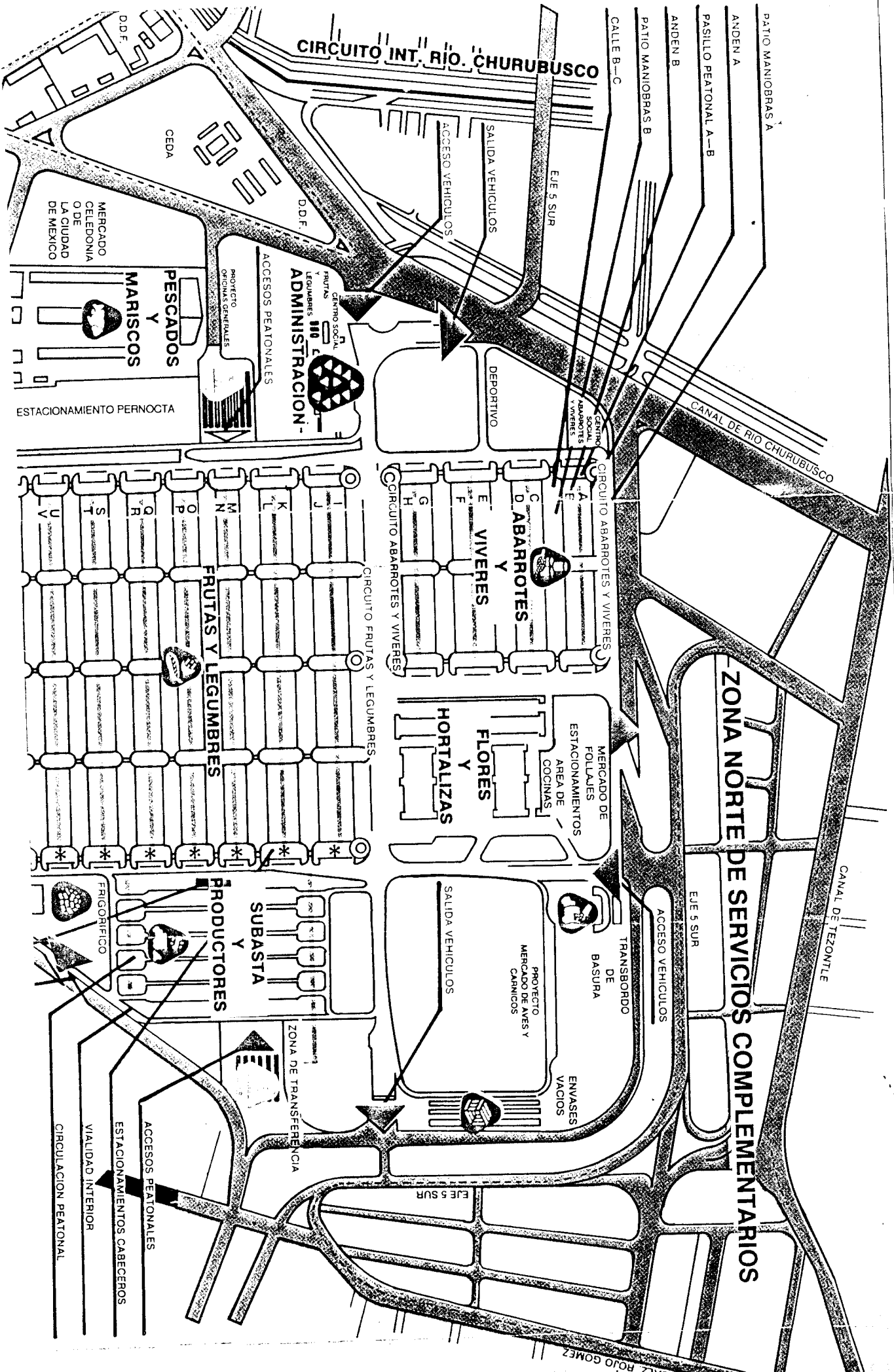
⁶¹Ibidem, pg. 2.

⁶²Periódico El Día, 4 y 11 de junio de 1981, y DDF, Nueva Central de Abasto para el D.F., pg. 5.

área de reserva y la zona de servicios complementarios. Actualmente, los mercados que integran a esa Central, y sus fechas de inicio de operación son los siguientes: el de Frutas y Legumbres (1982), el de Abarrotes y Víveres (1982), el de Flores y Hortalizas (1988), y el de Pescados y Mariscos (1991). Existen también diversos servicios complementarios como el andén de subasta y productores, operado por la Comisión Promotora CONASUPO (FICOPROCONSA), el frigorífico central, que contiene 15 cámaras refrigeradoras administradas por Almacenes Nacionales de Depósito S.A., y la zona de envases vacíos, controlada por sociedades cooperativas (Esquema 2).

Se construyó inicialmente un total de 1,820 bodegas para hortofrutícolas y abarrotes, cifra un poco mayor al número de bodegueros que existía en la zona de La Merced (1,813). Sin embargo, actualmente las autoridades de CEDA reportan la existencia de 2,410 bodegas mayoristas, de las cuales 2,060, o sea, el 85%, expenden hortofrutícolas, y 350 abarrotes (Cuadro 2).

El señalado incremento en el número de bodegas se ha debido, en gran parte, a la subdivisión, y arrendamiento o traspaso, de la mayoría de las bodegas que inicialmente pertenecían al sector público y social (CONASUPO, Gobiernos de los Estados, Cooperativas o Uniones de Productores, etc,.). Estas siempre fueron poco importantes por su número; por ejemplo, en 1989, y en el giro de hortofrutícolas, sólo representaban el 10% del total de bodegas mayoristas existente, mientras que el 90% eran usufructuadas por agentes privados (Cuadro 3). Por ello, otra característica central



CUADRO 2
GIROS DEL COMERCIO MAYORISTA EN CEDA-DF
1995

CONCEPTO	GIRO		HORTOFRUTICOLAS		ABARROTES		TOTAL	
			ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%
BODEGAS			2,060	85	350	15	2,410	100

FUENTE: CEDA-DF, Fideicomiso de la Central de Abasto de la ciudad de México, México, 1993.

CUADRO 3
REGIMEN DE USUFRUCTO DE LAS BODEGAS MAYORISTAS DE HORTOFRUTICOLAS
EN CEDA-DF
1989

SECTOR	NUMERO DE BODEGAS		MILES M ²	
		%		%
PRIVADO	1,346	90	180	84
PUBLICO	64	4	21	10
SOCIAL	89	6	13	6
T O T A L	1,499	100	214	100

FUENTE: CEDA-DF, Padrón Comercial, México, 1989.

de CEDA-DF es su carácter de mercado privado, en lo que al usufructo de las bodegas se refiere.

Las 1,650 bodegas de hortofrutícolas es donde se realiza la mayor parte del comercio mayorista de este tipo de productos, y se ubican en el Mercado de Frutas y Legumbres, aunque también en éste existe una sección de bodegas (nave I-J), que se dedica exclusivamente a la venta al menudeo. En el mercado de Flores y Hortalizas, que se construyó seis años después de la inauguración de la Central para albergar a los comerciantes minoristas del mercado de Jamaica, y a otros de la zona de La Merced, las ventas de hortofrutícolas a nivel mayorista son poco importantes.

El comercio mayorista de hortofrutícolas se realiza en las llamadas naves, clasificadas por letras (K-L hasta W-X, en Esquema 2), y en las cuales es común que se agrupen los comerciantes de acuerdo al producto principal que venden. Las bodegas están abiertas, tanto a los pasillos de las naves, como en su parte posterior, que es donde se estacionan los camiones para ser cargados y/o descargados.

También en el andén de subasta se comercializan al mayoreo algunas frutas y legumbres, fundamentalmente naranja, plátano, papa y, en menor proporción, limón, toronja, tangerina, mandarina y mango. En 1992, por ejemplo, los volúmenes comercializados en dicho andén totalizaron 573,254 toneladas, integradas por los siguientes productos: naranja: 383,583 toneladas, plátano: 149,628 toneladas, papa: 20,940 toneladas, y otros: 19,103 toneladas⁶³.

⁶³CEDA-DF, Dirección de Apoyo a Productores, Boletín Mensual de Subasta y Productores, México, 1992.

Como puede apreciarse, la naranja representa el 57% del total del volumen comercializado en el andén, seguida en importancia por el plátano, con el 26%, y la papa (3.6%). Posteriormente, cuando analizemos el caso de los dos primeros productos, daremos información sobre el funcionamiento del comercio en ese espacio y los agentes involucrados, sin embargo, mencionaremos ahora que el andén de subasta es el principal espacio de comercialización en la Central para el caso de la naranja.

Oficialmente se ha declarado que CEDA-DF constituye el mercado mayorista de frutas y verduras más importante de América Latina y, por su extensión y número de comerciantes (12,000 actualmente), el más grande a nivel mundial, satisfaciéndose, por su conducto, cerca del 80% de la demanda de hortofrutícolas y abarrotes del Valle de México, y un 15% de la de algunos estados circunvecinos. Se señala que diariamente ingresan 3,000 toneladas de abarrotes, y que acuden alrededor 355,000 personas a esa Central⁶⁴.

Sin embargo, consideramos que la dimensión de dicho mercado en cuanto al comercio de hortofrutícolas que se da en su interior ha sido exagerada por las autoridades oficiales, quienes reportan que ingresan diariamente 16,000 toneladas de alimentos, de las cuales 13,000 corresponden a productos hortofrutícolas. Se indica también que esta cantidad representa el 40% de la producción nacional de ese tipo de productos, y el 80% de su consumo en el DF.⁶⁵ Sin

⁶⁴DDF-CEDA, Dimensión Comercial de la Central de Abasto de la Ciudad de México, versión mimeográfica, México, febrero de 1987.

⁶⁵Cámara Nacional de Comercio de la ciudad de México, Abasto de alimentos a la ciudad de México, México, 1991, pg. 48.

embargo, con base en investigación directa realizada durante el lapso 1985-95, tanto al interior de la Central como en numerosas regiones del país abastecedoras de ella, así como en registros oficiales confiables, la cifra de ingreso anual de hortofrutícolas a CEDA-DF es actualmente de 2,604,581 toneladas (Cuadro 4), es decir, de 7,235 toneladas diarias, que equivalen a poco más de la mitad de lo oficialmente reportado.

Los mencionados registros oficiales se refieren al ingreso de productos a CEDA-DF, y fueron levantados por única vez en 1987 por el Sistema Nacional de Información de Mercados (SNIM)⁶⁶. Durante ese año se detuvieron y pesaron todos los camiones que entraban con mercancías a la Central, preguntándose también a los conductores sobre el origen y destino de los productos.

Por otra parte, si se considera, por ejemplo, que la producción nacional de hortofrutícolas en 1993 fue de 18,790,152 toneladas, resulta que sólo un 14% de ella se dirigió a CEDA-DF, porcentaje muy distante del 40% que las autoridades oficiales se empeñan en sostener (Cuadro 5).

La importancia del comercio de hortofrutícolas al interior de la Central fue medida en 1987 en el mencionado trabajo del SNIM, que reveló que aquéllos representaban el 70% del total de productos ingresados, mientras que el restante porcentaje se integraba por abarrotes, flores y otros. Si bien con posterioridad se incrementó el ingreso de flores, y surgió el de pescados y mariscos,

⁶⁶CEDA-SNIM, Reportes de volúmenes de ingreso diario por productos, México, 1987.

CUADRO 4

**VOLUMEN DE PRODUCTOS HORTOFRUTICOLAS INGRESADOS A LA CENTRAL
DE ABASTO DEL D.F.**

PRODUCTO	VOLUMEN ANUAL ¹ (TON)	PARTICIPACION PORCENTUAL (%)
1. NARANJA	391,798	15.4
2. PAPA	324,000	12.8
3. JITOMATE	288,000	11.3
4. PLATANO	280,800	11.1
5. CEBOLLA	180,000	7.1
6. AGUACATE	162,000	6.4
7. LIMON	129,600	5.1
8. TOMATE VERDE	107,119	4.2
9. PIÑA	98,814	3.9
10. MANZANA	86,729	3.4
11. CHILE	78,218	3.1
12. MANGO	76,519	3.0
13. PAPAYA	68,254	2.7
14. MELON	53,252	2.1
15. ZANAHORIA	52,641	2.1
SUBTOTAL	2,377,744	<u>91.3</u>
OTROS	226,837	<u>8.7</u>
TOTAL HORTOFRUTICOLAS	2,604,581	100.0

1. En el caso del aguacate la cifra corresponde a 1995; en el de la naranja, jitomate, limón y cebolla, al año de 1994; para papa, a 1992; para piña, a 1990; y para el resto de los productos, los datos corresponden a 1987.

FUENTE: Investigación de campo realizada en diversas regiones productoras y en CEDA, D.F.; CEDA-SNIM, Reportes de volúmenes de ingreso por producto, 1987; y COABASTO(DDF)-SNIM, Serie Temática de Sistemas-Producto, México, 1987-90.

CUADRO 5

PRODUCCION NACIONAL DE HORTOFRUTICOLAS Y SU INGRESO A CEDA-DF

1993

PRODUCTO	PRODUCCION (TONELADAS)	VOLUMEN INGRESADO A CEDA-DF (TONELADAS)	VOL.ING/PROD. (%)
HORTOFRUTICOLAS	18 791 422	2 538 581	13.5

FUENTE: Elaborado con información de SAGAR, Dirección General de Información Agropecuaria, Forestal y de Fauna Silvestre, Anuario 1993, y Cuadro 4.

consideramos que esa distribución sigue prevaleciendo hasta hoy.

Del total de hortalizas y frutas comercializadas en la Central, 15 de ellas son las más importantes, destacando la naranja, papa, jitomate y plátano, que integran la mitad del volumen total ingresado de productos hortofrutícolas. En 1987, del volumen total que egresaba de la Central, el 86% tuvo como destino la ciudad de México, mientras que el restante 14% se dirigió a otras entidades del país, algunas de las cuales recibieron productos que previamente habían enviado a CEDA (reexpedición), como es el caso de la naranja de Veracruz. Los principales estados a los que abastecía la Central eran, en orden de importancia: México, Veracruz, Puebla, Guerrero, Hidalgo, Morelos, Tabasco,

Chiapas, Nuevo León, Oaxaca, Yucatán y Jalisco.⁶⁷

Así, mientras CEDA-DF abastece principalmente al centro, sur y sureste del país, la Central de Guadalajara surte fundamentalmente a los mercados del noroeste y a las entidades de Jalisco y Colima, y la Central de Monterrey, a estados del noreste como Tamaulipas, Nuevo León, Coahuila, Durango, etc.

Aunque para 1993 había 57 centrales de abasto en el país, de las cuales se señalaba que 45 funcionaban mal,⁶⁸ las tres más importantes eran y siguen siendo la de Iztapalapa (CEDA-DF), la de Guadalajara y la de Monterrey. La importancia comercial de estas tres no puede cuantificarse actualmente, debido a la ausencia de registros de ingresos de productos en ellas. Sin embargo, en el ramo de hortofrutícolas, que constituyen los principales en los tres casos, información de 1989 revela que a la Central de Abasto de Guadalajara ingresaron en ese año 1,530,438 toneladas, y a la de Monterrey 1,191,360 toneladas,⁶⁹ que al compararse con las 2,538,581 correspondientes a CEDA-DF, dan idea de la superioridad de esta Central en cuanto a su dimensión comercial.

A nivel del área metropolitana de la ciudad de México es indudable que CEDA-DF constituye también el principal mercado

⁶⁷DDF-CEDA, Dimensión Comercial de la Central de Abasto de la ciudad de México, versión mimeográfica, México, febrero de 1987, pg. 137 y 145.

⁶⁸ Confederación Nacional de Comerciantes del Centro de Abasto (CONACCA), "Operan sin equipos refrigerantes 45 Centrales de Abasto del país", Periódico El Excelsior, México, 10 de septiembre de 1993.

⁶⁹Cifras proporcionadas por Preinversión, Estudios y Proyectos, S.C., resultado de la investigación realizada por esta consultoría.

mayorista de frutas y hortalizas. Los otros existentes, el de Ecatepec y el de Tultitlán, tienen una importancia mucho menor, y se abastecen principalmente de aquella Central. También para los diversos canales de distribución al menudeo a donde acuden directamente los consumidores de la ciudad de México, como tianguis, mercados sobre ruedas, concentraciones y autoservicios, CEDA-DF es su principal punto de abasto.

2.3. La concentración de la oferta: una de las manifestaciones del poder de los mayoristas

En realidad, CEDA-DF es un mercado muy poco estudiado para la importancia que tiene; muchas cifras se han inventado y se siguen repitiendo sin ninguna comprobación. En 1985, la Coordinación General de Abasto y Distribución (COABASTO), dirigida entonces por el Lic. Demetrio Sodi de la Tijera, inició una serie de estudios sobre los principales hortofrutícolas comerciados en la Central, en los cuales participé durante los siete años en que se llevaron a cabo. Ellos constituyen un valioso material que, además de aportar en el análisis cuantitativo, profundiza en los aspectos cualitativos de la comercialización mayorista, gracias a lo cual se pudo constatar, por primera vez, la existencia de un grado muy importante de concentración en la oferta de productos al interior de CEDA-DF.

De la muestra de once de los principales productos hortofrutícolas en los que se analiza su grado de concentración, la

información de seis de ellos procede de los mencionados estudios, denominados Sistemas-Producto. Para los otros cinco casos, los datos proceden de la investigación que he realizado paralelamente, y hasta hoy día, como parte del trabajo de esta tesis.

Para poder cuantificar los volúmenes comercializados por los mayoristas se realizó trabajo de campo, tanto al interior de CEDA-DF, donde se entrevistó a un total de 84 de esos comerciantes, como en las diversas regiones productoras de donde ellos se abastecen. En éstas, se entrevistaron a numerosos productores, que muchas veces son los mismos mayoristas, a diferentes tipos de intermediarios o "coyotes", a distribuidores de insumos, a empacadores y otro tipo de agroindustriales, a autoridades oficiales (SARH, BANRURAL, CONAFRUT, ASERCA, etc.), y a organizaciones de productores. En ocasiones, se pudo trabajar con los registros de envíos de productos contenidos en las guías fitosanitarias expedidas por la SARH en los lugares de producción, lo que otorgó también información sobre el origen de los volúmenes ingresados a CEDA-DF.

Como resultado de todo lo anterior, se aprecia que en once de los principales hortofrutícolas comercializados en CEDA-DF existen 84 mayoristas, es decir, el 5% del total de comerciantes dedicados a ese giro, que controlan el 75% del volumen desplazado de esos bienes (Cuadro 6). Por supuesto que existen diferencias en los productos en cuanto al grado de concentración, que van desde el caso del chile serrano, en el que 3 comerciantes controlan el 90%

CUADRO 6

**GRADO DE CONCENTRACION DE LA OFERTA DE LOS PRINCIPALES
HORTOFRUTICOLAS EN CEDA-DF**

PRODUCTO	PRINCIPALES MAYORISTAS		VOLUMEN PROMEDIO DESPLAZADO EN CEDA (TON/DIA) (3)	GRADO DE CONCENTRA- CION (%) (2/3)
	NUMERO (1)	VOL.PROM. DESPLAZADO (TON/DIA) (2)		
1.CHILE	3	51	57	90
2.NARANJA	5	870	1088	80
3.AGUACATE	6	212	267	79
4.CEBOLLA	7	441	500	88
5.PLATANO	7	508	780	65
6.ZANAHORIA	8	106	143	74
7.PAPA ALPHA	10	375	450	83
8.JITOMATE	13	700	800	87
9.PIÑA	10	190	272	70
10.LIMON MEX	7	130	260	50
11.PAPAYA	11	84	189	44
SUBTOTAL	87	3,667	4,806	83
TOTAL	2,060	-----	7,235	--

NOTA: El producto chile incluye solamente la variedad serrano.

FUENTE: Elaboración propia, con base en: Cuadro 4, investigación directa en las principales zonas abastecedoras de CEDA-DF y al interior de esta Central, y COABASTO-SNIM, Serie Temática de Sistemas-Producto (Chile Serrano, Cebolla, Zanahoria, Papa Alpha, Piña y Papaya), México, 1987-1992.

de su volumen ingresado a CEDA-DF, hasta la papaya, en la que los once principales comerciantes concentran el 44% del volumen total.

La elevada concentración de los volúmenes comercializados, por parte de un reducido grupo de comerciantes mayoristas, constituye una de las manifestaciones más evidentes del poder que estos agentes tienen sobre el abasto urbano. Con respecto al término poder, retomamos aquí los planteamientos de Richard Adams, quien lo define como "la capacidad de ejercer influencia sobre actores o unidades operativas, con base en el control sobre recursos estratégicos".⁷⁰ En este sentido, la magnitud del poder de los principales mayoristas es impresionante, ya que representa el control sobre un aspecto que no puede ser más estratégico: el abasto de alimentos a la principal concentración urbana, no sólo a nivel nacional, sino mundial.

En el capítulo anterior se señaló la clara existencia en la zona de La Merced, durante el lapso 1940-82, de un grado importante de concentración de la oferta de algunos productos hortofrutícolas, por parte de ciertos comerciantes o grupos familiares. En algunos casos, como en el de la naranja y el plátano, los mayoristas o familias principales eran conocidos y, como ya hemos mencionado, actualmente siguen ubicados entre los agentes que controlan el comercio de esas frutas en CEDA-DF.

Desgraciadamente, por falta de información no puede hacerse una comparación confiable alrededor del grado de concentración de

⁷⁰Richard Adams, *Crucifixion by power. Essays on Guatemalan national social structure, 1944-1966*, University of Texas Press, Austin, Texas, E.U., 1970.

productos existente en La Merced y en CEDA-DF, sin embargo, el análisis histórico nos ha permitido comprobar que la concentración no es un fenómeno nuevo que surgió en la Central, sino un proceso que venía dándose desde que el comercio mayorista se ubicaba en La Merced. Lo mismo puede decirse de la práctica de obtención de exageradas ganancias por parte de los principales grupos de comerciantes, lo que les permitió acumular enormes fortunas, favorecidos, como también se vió en el capítulo anterior, por la política del Estado.

El cambio del comercio mayorista de La Merced a CEDA-DF efectivamente mejoró las condiciones urbanas de un espacio céntrico de la ciudad, y modificó algunos de los aspectos negativos del comercio de alimentos. Así, por ejemplo, en CEDA-DF existe una mejor viabilidad, mayor salubridad y seguridad, menores mermas, mejores condiciones espaciales para el comercio, infraestructura más adecuada para el almacenamiento y refrigeración de productos, etc,. Sin embargo, las viejas estructuras monopólicas de control, y los intereses de los grupos hegemónicos que prevalecían en La Merced, no sólo continuaron, sino que se fortalecieron en el marco de una infraestructura más moderna.

Al grupo de los 84 mayoristas mencionados habría que añadir aquéllos que controlan a los cuatro productos restantes que integran los 15 principales hortofrutícolas de CEDA-DF, para llegar a un estrato de comerciantes que constituyen la cúpula hegemónica de ese mercado, y que probablemente serían alrededor de 120 comerciantes. Dentro de una tipología de comerciantes muy general,

citaremos a un segundo estrato de 1,530 mayoristas integrado por un conjunto de comerciantes medianos y chicos, es decir, de una escala de operación más reducida, y con menor grado de concentración de la oferta, que constituyen el grueso de los comerciantes de hortofrutícolas de la Central, y quienes se abastecen, en buena medida, del grupo de los grandes mayoristas.

Por otra parte, existen en CEDA-DF alrededor de 350 comerciantes de hortofrutícolas que venden estos productos al menudeo, y que se ubican en la nave I-J.

Como ya se mencionó, el análisis de los mecanismos de acumulación de capital del grupo hegemónico de mayoristas, y los procesos que han hecho posible la configuración y mantenimiento de su poder económico, cuyas manifestaciones ha quedado claras, constituye uno de los objetivos de esta tesis.

En ese sentido, la primera de las hipótesis de esta investigación plantea que dicho poder ha sido y es posible debido, tanto al control que tienen los grandes mayoristas sobre la esfera de la producción, como a sus vínculos con la fase de la distribución al menudeo, en el contexto de una práctica ausencia de regulación del Estado en el abasto de hortofrutícolas.

El análisis realizado en el capítulo anterior reveló aspectos centrales sobre el surgimiento del poder de algunos comerciantes o grupos familiares, sobre todo el papel clave que en ello jugó su intervención en las distintas zonas productoras del país, en donde algunos de ellos eran también grandes productores. La continuación de este tipo de análisis es el que haremos en el siguiente

capítulo, que nos dará elementos para comprobar o refutar gran parte, tanto de la hipótesis mencionada, como de la segunda y tercera hipótesis planteadas en la tesis.

Es decir, dentro del enfoque sistémico que se ha adoptado deberemos ahora ahondar sobre la relación entre la esfera de la producción y la del comercio mayorista, análisis que realizaremos en el siguiente capítulo.

III. EL VINCULO CAMPO-CIUDAD: PRINCIPALES MECANISMOS DE ABASTO DE LOS GRANDES MAYORISTAS

La investigación sobre el vínculo de los grandes mayoristas con la esfera de la producción y de la transformación agroindustrial será guiada por el análisis de los mecanismos de abasto de esos comerciantes. Para ello, se analizarán los casos de cuatro productos hortofrutícolas, que son representativos de la variedad existente de dichos mecanismos.

Metodológicamente, la investigación inició con el trabajo de campo al interior de CEDA-DF, con el fin de detectar primeramente a nuestros sujetos de estudio, es decir, a los principales comerciantes mayoristas en cada uno de los productos estudiados. También se investigaron aspectos importantes sobre ellos, como el volumen de producto que desplazan, el papel de los grupos familiares, sus asociaciones con otros particulares, las características principales de su operación comercial, las zonas geográficas de donde se abastecen, y los mecanismos utilizados. Para ello, se realizaron entrevistas con los comerciantes estudiados, y se recabó la información generada por las autoridades oficiales de CEDA-DF, así como aquélla existente en las asociaciones de comerciantes en cuestión.

En el posterior trabajo de campo realizado en las principales regiones de donde se abastecen los mayoristas más relevantes, se investigaron diversos aspectos relacionados con la actuación de ellos, como sus principales mecanismos de abasto, su relación con

la actividad productiva, su injerencia en los procesos de transformación del producto, así como toda aquella información que podía proporcionar una imagen más completa del papel de los comerciantes en las estructuras regionales de poder. Los espacios investigados incluyeron no sólo a productores directos, intermediarios, y los mismos mayoristas o familiares que comúnmente están en las regiones productoras, sino también a las diversas instancias gubernamentales y de la iniciativa privada que tienen información sobre los agentes investigados.

En el Esquema 3 se clasifican los principales mecanismos de abasto de diez de los quince principales hortofrutícolas comercializados en CEDA-DF, cuatro de los cuales son los productos que se reseñan a continuación.

3.1. Productor-Intermediario-Mayorista: el caso del limón mexicano.

3.1.1. Los principales comerciantes mayoristas de la Central de Abasto del D.F.

El tipo de relación de los mayoristas de limón con la esfera de la producción ejemplifica la que encontramos ser la cadena más larga, o con mayor número de agentes, en el tránsito de los productos hortofrutícolas entre el campo y CEDA-DF. Cabe recordar que, aunque en estricto sentido también los mayoristas son intermediarios, en el marco de la cadena producción-consumo,

designamos aquí como tales a los agentes que median entre el productor y el comerciante mayorista.

De las dos principales variedades de limón que se producen y consumen en nuestro país, el limón "mexicano" o "con semilla" y el persa o "sin semilla", la primera es la más importante en el comercio mayorista que tiene lugar en CEDA-DF, y también la más consumida por la población del área metropolitana de la Ciudad de México. Así, se calcula que alrededor del 70% del total de limón que ingresa a ese mercado corresponde al mexicano, mientras que el restante 30% al persa.

El principal estado abastecedor de CEDA-DF de limón mexicano es Michoacán, quien envía un total de 43,673 toneladas, es decir, casi la mitad del volumen total comercializado de ese producto. Le sigue en importancia Oaxaca, con un envío de 24,158 toneladas (25.8% del total), Guerrero (12.2%) y Colima (8.9%) (Cuadro 7).

En 1986 se reportaron oficialmente 107 comerciantes mayoristas de limón mexicano en CEDA-DF. Sin embargo, la totalidad de los comerciantes entrevistados durante agosto de 1994 coincidieron en señalar que el número de aquéllos ha venido aumentando marcadamente a lo largo de los últimos años, llegando a operar en la temporada de gran afluencia de producto alrededor de 200. Una parte de éstos son acopiadores o "coyotes" que llegan desde las zonas de producción a rentar espacios en alguna bodega para vender su producto.

La mayoría de las bodegas mayoristas de limón mexicano se ubican en las naves M-N, Q-R, S-T, y U-V. Entre ellas destacan

CUADRO 7

PRINCIPALES ESTADOS ABASTECEDORES DE LIMON MEXICANO A CEDA-DF

ESTADO	VOL. ANUAL INGRESADO ¹ (TON)	PARTICIP. PORCENTUAL (%)
MICHOACAN	43,673	46.7
OAXACA	24,158	25.8
GUERRERO	11,390	12.2
COLIMA	8,400	8.9
OTROS ²	5,979	6.4
TOTAL	93,600	100.0

1.Las cifras de Michoacán, Oaxaca y Guerrero corresponden a 1987, mientras que las de Colima y otros, a 1993.

2.Comprende la participación de estados como Veracruz, Jalisco, San Luis Potosí, Morelos, Tamaulipas y Sinaloa.

FUENTE: COABASTO-SNIM, Sistema Producto Limón Mexicano, México, 1990; CEDA-SNIM, Reportes de volúmenes de ingreso mensual por productos, México, enero-diciembre 1987; y entrevistas a los principales comerciantes mayoristas de CEDA-DF, agosto de 1994.

las de los siete principales comerciantes, de acuerdo a los volúmenes de producto desplazados por cada uno, cuyos nombres y ubicación aparecen en el Cuadro 8.

CUADRO 8

PRINCIPALES COMERCIANTES MAYORISTAS DE LIMON MEXICANO EN CEDA-DF

1994			
AGENTE	BODEGAS	VOL. PROM. DIARIO (TON)	PARTICIP. RELATIVA (%)
1. RIGOBERTO LOPEZ Y GLADYS PEÑALOZA ("Limones Tarascos")	R-2	21	8.1
2. ANTELMO Y NATALIO MALDONADO ("La Michoacana")	T-70	19	7.3
3. FELIX CAMPOS ("Limones Campos")	U(49,51)	18	7.0
4. LUIS RODRIGUEZ	T-78	18	7.0
5. HUGO Y RAFAEL CAMPOS ("Limones Purépecha")	R-90	18	7.0
6. VICTOR LICEAGA ("Limón Mexicano")	O(213,221)	18	7.0
7. EQUIHUA GARCIA HMNOS	M(55,61) L-78	18	7.0
SUBTOTAL	11	130	50.4
TOTAL	107	260	100.0

FUENTE: Investigación directa en CEDA-DF, México, agosto de 1994.

Como se aprecia en el anterior Cuadro, siete mayoristas desplazan diariamente 130 toneladas de limón, lo que representa la mitad del total comercializado en CEDA. Dado el gran número de comerciantes dedicados a este producto, el grado de concentración es sumamente elevado, lo que les permite incidir en la fijación del precio de mayoreo o de venta de su producto.

En los últimos seis años los cambios habidos en torno a los principales mayoristas consisten en la pérdida de importancia del que ocupaba entonces el primer lugar, Félix Campos, y la expansión comercial, hasta colocarse entre los comerciantes más relevantes, de Víctor Liceaga y los hermanos Equihua. A excepción de éstos dos, los demás mayoristas son los que han figurado como los principales desde los primeros años del funcionamiento de CEDA-DF.

La mayoría de los siete agentes son comerciantes antiguos que se dedicaban al comercio del limón desde el mercado de La Merced. También es importante señalar que en tres casos los comerciantes que operan las bodegas son hermanos, lo que revela la importancia de la relación familiar en ese medio. Los tres comerciantes apellidados Campos tienen relación de parentesco, aunque uno de ellos, Félix, trabaja independientemente de los otros dos.

A excepción de Víctor Liceaga, quien constituye un revendedor que se dedica a comprar el limón en CEDA-DF, fundamentalmente a los otros mayoristas importantes, los otros seis comerciantes principales están estrechamente vinculados con la esfera de la producción, y con el empaque y acondicionamiento del producto que llevan a cabo en el principal estado productor del país, es decir,

en Michoacán.

3.1.2. Los mayoristas en el campo: compradores-empacadores

La producción de limón en Michoacán, se localiza en la parte central de la cuenca del río Tepalcatepec, inscrita dentro de la región denominada Tierra Caliente. Allí, fundamentalmente en los principales municipios productores, es decir, en Buena Vista, Apatzingán, Fco. J. Mújica y Parácuaro, los mencionados comerciantes son "pequeños propietarios" que poseen huertas de limón del siguiente orden: Rigoberto López (30 ha), Antelmo Maldonado (80-100 ha), Luis Rodríguez (100-150 ha), Félix Campos (100-150 ha) y Hugo Campos (500 ha), quien es considerado como el mayor productor de Tierra Caliente.⁷¹

En esa entidad, el cultivo del limón con fines comerciales lo inició durante el porfiriato un grupo de inmigrantes italianos, la familia Cussi. En 1911 cultivaban en su hacienda "Nueva Italia" alrededor de 80,000 árboles de limón; la mejor fruta era exportada en fresco a E.U., y con la restante fabricaban aceite de limón que enviaban a París y Nueva York.⁷²

Durante el período 1940-65 las huertas de limón se

⁷¹ Los hermanos Equihua también tienen huertas, aunque no fue posible saber su superficie exacta. SARH, Distrito de Desarrollo Rural 097, e investigación de campo en Apatzingán, Michoacán, marzo de 1988, y en CEDA-DF, agosto-septiembre de 1994.

⁷² D. Barkin y T. King, Desarrollo Económico Regional (enfoque por cuencas hidrológicas), Ed. Siglo XXI, México, 1986, pg. 127, y J.M. Durán y A. Bustin, Revolución Agrícola en Tierra Caliente de Michoacán, El Colegio de Michoacán, 1983, pgs. 87 y 88.

establecieron principalmente en la llamada zona de manantiales, ubicada en los municipios de Buena Vista y Apatzingán, debido a que este cultivo requiere de mucha agua para su adecuado desarrollo. En ésto jugó un papel muy importante la Comisión del Tepalcatepec, fundada en 1947, y que a partir de 1960 se transformó en la Comisión del Balsas. Como efecto de las obras de infraestructura hidráulica realizadas por aquella Comisión, entre 1950 y 1960 la superficie irrigada en el estado se multiplicó por nueve, mientras que se incrementó el riego por bombeo, implementado por los productores privados. Las obras realizadas por la Comisión, tanto en riego como en construcción de carreteras, y el enfoque del crédito otorgado, fueron factores claves que incidieron en la conversión de Tierra Caliente en una región enfocada fundamentalmente a la producción de cultivos de exportación.⁷³

Sin embargo, el desarrollo más relevante del limonero ocurrió durante 1965-84, en que las superficies cultivadas se cuadruplicaron, a raíz de la crisis del algodón en la región de Tierra Caliente, que obligó a su sustitución por cultivos más rentables como el limón, los forrajes (sorgo), y otros cultivos de exportación (melón, mango, sandía, etc,.).⁷⁴ Así, las plantaciones

⁷³A partir de los años cincuentas los bancos enfocaron sus créditos hacia los cultivos de exportación. Así, éstos llegaron a ocupar en 1965 el 58% de la superficie cultivada en Tierra Caliente. El algodón registró un período de auge entre 1960 y 1965, al incrementarse en casi 11 veces su superficie sembrada, por lo que llegó a abarcar 42% de toda el área cultivada en esa región. J. M. Durán, Op. Cit., pg. 94.

⁷⁴Después de un período de auge, desde mediados de los sesentas el algodón empezó a perder importancia aceleradamente debido, entre otros factores, a su sustitución a nivel mundial por fibras

de limón se expandieron en ese período en terrenos antes algodonereros ubicados en los municipios de Buena Vista y Apatzingán.

A partir de 1984 la superficie sembrada de limón en Michoacán no se incrementó como en lapsos anteriores, en lo que incidió el que el cítrico fuera declarado en "cuarentena" durante un gran lapso de tiempo. Así, por ejemplo, las áreas sembradas pasaron de 16,624 hectáreas en 1987 a 19,000 en 1994.⁷⁵

Las superficies que cultivan los comerciantes mayoristas estudiados se integran por ranchos de su propiedad, o por la suma de éstos y de huertas rentadas, fundamentalmente a ejidatarios. En el caso de Hugo Campos, por ejemplo, de las 500 hectáreas que cultiva, 80 son de su propiedad, mientras que las 420 restantes corresponden a huertas alquiladas.⁷⁶ Las huertas generalmente se rentan por lapsos que van entre uno y tres años, en cuyo caso el arrendatario se encarga de realizar las labores que el cultivo requiere, como fertilización, cajeteo, poda, etc.,.

Los comerciantes mayoristas y pequeños propietarios realizan el acondicionamiento post cosecha de su producto. Este, para ser enviado a CEDA-DF o a otra Central de Abasto del país, tiene que

sintéticas, y el desplome de sus precios internacionales. Así, mientras en 1965 existían 42,000 hectáreas sembradas de algodón en Tierra Caliente, para 1981 esta cifra se había reducido a 3,795 hectáreas en todo el estado de Michoacán. J.M. Durán, Op. Cit., pg. 94, y SARH, Anuario Estadístico 1981.

⁷⁵SARH, Distrito de Desarrollo Rural 097, Apatzingán, Michoacán, y Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Sistema Ejecutivo de Datos Básicos, México, marzo de 1995.

⁷⁶Entrevista al administrador de la empacadora de Hugo Campos, Apatzingán, Michoacán, marzo de 1988.

pasar por un proceso de lavado, clasificación y empaque que se realiza en instalaciones adecuadas para ello. De éstas, existen en el valle de Apatzingán alrededor de 43, pero sólo trece de ellas están mecanizadas, mientras que en las restantes las labores se realizan manualmente. Entre las mejores empacadoras, es decir, las mecanizadas, se encuentran las de los seis mayoristas estudiados, quienes, de no contar con esta infraestructura, tendrían que erogar importantes sumas de dinero porque les maquilaran su producto, ya que este trabajo se cobra muy caro.

Cuando el limón ingresa a las empacadoras, es clasificado por números, en función de su tamaño y calidad, y empacado en cajas que promedian 20 kilos cada una. El producto de menor calidad, como es el "alimonado" y el de "deshecho", es vendido por los empacadores a las agroindustrias locales, aunque tanto Hugo Campos como Antelmo y Natalio Maldonado, lo destinan a sus propias fábricas o "molinos" productoras de derivados del limón (aceite, jugo, cáscara deshidratada, etc,.). Cuando hay precios muy bajos en el mercado del limón en estado fresco, esos tres mayoristas también envían a sus fábricas parte del producto de mejor calidad.⁷⁷

Del total del limón mexicano enviado a CEDA-DF desde Michoacán, alrededor de un 80% procede de las empacadoras de los seis mayoristas.⁷⁸ La más importante de ellas es la que opera,

⁷⁷Entrevista a dichos comerciantes, CEDA-DF, México, agosto de 1994.

⁷⁸COABASTO-SNIM, Sistema Producto Limón Mexicano para el Distrito Federal, México, 1990, y entrevistas en CEDA a los siete principales mayoristas, México, agosto de 1994.

desde hace 26 años, Hugo Campos, quien es el mayor productor regional, pero que en CEDA-DF ocupa el quinto lugar por su importancia (Cuadro 8), debido a que sus mayores envíos de producto los dirige hacia la Central de Abasto de Guadalajara, en donde también es uno de los mayoristas más relevantes, como veremos posteriormente. También, aunque en menor medida, este comerciante surte a la Central de Abasto de Monterrey, Nuevo León.

Los cuatro principales medios o mecanismos de adquisición del producto estatal utilizados por los seis mayoristas estudiados son los siguientes:

1. PRODUCCION PROPIA

Es la que obtienen los comerciantes de sus huertas, propias y/o rentadas, cuyas superficies han sido ya señaladas. Aunque esos agentes son productores, existen diferencias importantes en cuanto a su dimensión como tales, por lo que la importancia de este mecanismo de abasto varía para cada agente. Así, por ejemplo, Rigoberto López, quien cultiva la menor superficie, obtiene de ésta alrededor del 5% del limón que empaca; Antelmo Maldonado, un 15%; Félix Campos y Luis Rodríguez, entre un 20 y 30%, y Hugo Campos, un 40%.⁷⁹

De lo anterior se desprende que aún en el caso del mayor productor, la producción propia no constituye el principal conducto para proveerse del limón michoacano.

⁷⁹COABASTO-SNIM, Op. Cit., pg. 29.

2. COMPRA DE HUERTAS

Es frecuente que los mayoristas-empacadores compren las huertas de los productores durante períodos que comúnmente varían entre uno y cinco meses. Generalmente, el productor vende el limón en el árbol, y el comprador, en este caso el empacador, envía a su equipo de trabajadores para que realicen el corte y acarreo del producto. Es importante señalar que quienes venden sus huertas en estas condiciones son fundamentalmente ejidatarios, quienes raramente realizan por su cuenta el corte o cosecha de su fruta, debido, entre otras cosas, a que no pueden cubrir el costo que esta actividad implica.⁸⁰

El precio de la huerta se fija en función del número y condiciones de los árboles existentes, es decir, de la cantidad (número de cajas) y de la calidad del limón a cosechar, así como de las condiciones del mercado (escasez o abundancia), y de los precios a los que este cítrico se esté cotizando.

3. COMPRAS EN LA EMPACADORA

Es frecuente que algunos productores e/o intermediarios acudan a vender el limón directamente a las empacadoras. Este era el mecanismo que prevalecía antes de que la glorieta de Apatzingán se convirtiera en el principal sitio de comercialización regional del limón (1984). Las empacadoras comúnmente prestan las cajas de campo

⁸⁰La cosecha de las huertas de los ejidatarios la realizan, sobre todo, los intermediarios llamados "coyotillos de rancho". Sólo aquellos productores con huertas de 1 o 2 hectáreas las cosechan con mano de obra familiar.

necesarias para la cosecha a aquéllos que le quieran vender limón, otorgándoles frecuentemente financiamiento para llevar a cabo el corte de la fruta.

Es común que aquéllos que venden a las empacadoras sean ya proveedores fijos, conocidos durante años, y por tanto confiables, en el sentido de abastecer limón de buena calidad, y hacer buen uso del financiamiento otorgado.⁸¹

4. COMPRAS EN LA GLORIETA DE APATZINGAN

A dicha glorieta, principal centro de comercialización estatal del limón, acuden diariamente los seis comerciantes mayoristas-empacadores para adquirir el producto que requieren, **siendo éste su principal mecanismo de abasto en la región.**⁸² El limón es ofrecido allí por intermediarios y, en menor medida, por productores. La presencia de éstos es reducida (alrededor de una quinta parte de los oferentes), debido, entre otras cosas, al elevado costo del corte del limón, a la falta de transporte propio y el elevado precio de su alquiler, y al desconocimiento del proceso de comercialización en la glorieta.

La mayoría de los vendedores en la glorieta, es decir, los intermediarios conocidos como "coyotillos de rancho", que se estima

⁸¹En 1988 se calculaba que alrededor del 5% de la superficie cultivada con limón en el valle de Apatzingán era financiada por las empacadoras. SARH, Distrito de Desarrollo Rural 097, Apatzingán, Michoacán, marzo de 1988.

⁸²Entrevistas realizadas a dichos comerciantes, y observación directa en la glorieta de Apatzingán, Mich., marzo de 1988.

constituyen el 80% de los oferentes,⁸³ se dedican a rentar y comprar las huertas de los productores, encargándose del corte y acarreo del limón hasta la glorieta. Para ello, cuentan con camionetas (de una a tres toneladas), tanto para el traslado a las huertas de su equipo de cortadores, como del producto ya cosechado a la glorieta. Las ganancias que estos agentes obtienen por su actividad, si bien variables, resultan superiores a las obtenidas por los pequeños productores dueños de las huertas.

Los compradores que acuden a la glorieta están constituidos por los llamados "graneleros", quienes adquieren limón a granel para venderlo en diferentes plazas de la república (Toluca, Celaya, Guanajuato, Irapuato, etc,.), y por los empacadores de la región, entre ellos los mayoristas de CEDA-DF. Se da en ese espacio comercial cierta competencia entre las dos clases de compradores por la adquisición del limón, siendo frecuente que los graneleros ofrezcan mayores precios, dado que, a diferencia de los empacadores, ellos no tienen que erogar en la selección y empaque del producto.

Dicha competencia beneficia a los productores, pero constituye una de las razones por la que los empacadores han presionado para que desaparezca el mercado de la glorieta, ya que de ser así, los oferentes de limón se verían obligados a acudir directamente a sus instalaciones, lo que colocaría a aquéllos en una posición más ventajosa.

⁸³SARH, Inspectores asignados a la glorieta, Apatzingán, Mich., marzo de 1988.

Los mayoristas de CEDA-DF acuden personalmente a la glorieta, donde inspeccionan los camiones cargados con las cajas de limón para apreciar su calidad y, en caso de que así les convenga, ofrecer un precio inicial por la mercancía. Este se fija en función del precio que esté "corriendo en la plaza", entendida ésta como la Central de Abasto del D.F. El precio vigente en la glorieta puede aumentar o disminuir durante el día, a veces muy drásticamente, en función también de la oferta y demanda que haya en ese espacio comercial. Aquí influyen las compras que realizan los graneleros, dispuestos a adquirir producto de cualquier calidad, así como factores climáticos, como por ejemplo, si llueve demasiado y los cortadores no pueden realizar su trabajo, llegará poco limón a la glorieta y, por tanto, subirá su precio.

El limón que los empacadores adquieren en la glorieta viene en cajas de 23 kilos, donde el producto está mezclado, es decir, contiene diferentes calidades, que se clasifican por números en función del tamaño del fruto. Sin embargo, esos agentes adquieren preferentemente las cajas que en su mayoría contienen el limón de mejor calidad. Como ya mencionamos, las cotizaciones del limón en la glorieta varían no sólo en el transcurso del año, sino del día; así, por ejemplo, entre enero de 1994, que es un mes que se inscribe en la temporada de menor producción, y mediados de julio de ese mismo año, cuando hay abundante cosecha regional, el precio medio al que se cotizó el limón varió de N\$3.240 por kilo, a N\$0.350, precio éste que significó poco más del 10% del primero.

En conclusión, y de acuerdo a los datos ya proporcionados, el

87% del volumen de limón que los seis mayoristas analizados comercializan en CEDA-DF procede de Michoacán.⁸⁴ De acuerdo a los mecanismos de abasto de producto más utilizados en esta entidad, dichos comerciantes pueden definirse como **compradores-empacadores-mayoristas**, quienes adquieren el grueso de su producto mediante la compra a intermediarios o "coyotes", en un determinado espacio comercial. Por ello, la cadena de agentes que intervienen entre el campo y CEDA-Df es **productor-intermediario-mayorista**.

Una de las características peculiares del producto analizado es la integración de todos los mayoristas con presencia en el campo al proceso de agroindustrialización de su fruta⁸⁵ y, en algunos casos, incluso a actividades de transformación industrial más complejas, como es el caso de la fabricación de derivados del limón. Esto último le da a los mayoristas involucrados un margen de mayor protección ante los cambios desfavorables del mercado de su producto en estado fresco.

Otros dos aspectos relevantes son la escasa participación de los mayoristas en el mercado externo, dado que el limón mexicano prácticamente no se exporta (a diferencia del "persa"), y la poca importancia del financiamiento otorgado por aquéllos a los

⁸⁴Como ya se mencionó, el 80% de los envíos de Michoacán a CEDA-DF lo realizan los 6 mayoristas-empacadores, es decir, 34,938 toneladas anuales, cifra que representa el 87% de las 40,320 toneladas que ellos comercializan anualmente en dicho mercado (Véanse cuadros 7 y 8).

⁸⁵El proceso de selección, clasificación y empaque de productos agrícolas forma parte de las llamadas "agroindustrias primarias". Ver Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, Nota Metodológica para el Desarrollo Agroindustrial, versión mimeográfica, México, julio-septiembre de 1990.

productores y/o intermediarios, al menos en relación con otros productos que analizaremos.

El limón que los mayoristas comercializan en CEDA-DF procedente de otros estados productores, como Oaxaca, Guerrero y Colima es, por tanto, de mucha menor importancia, y se circunscribe a cierta época del año, sobre todo cuando los árboles de limón en Michoacán están floreciendo, y su fruta es poca y de mala calidad. Sin embargo, señalaremos que en el caso de las dos primeras entidades, los mayoristas adquieren limón a través de diversos mecanismos, entre los que destacan: compra y selección del producto en la zonas productoras, compras a otras empacadoras de esos estados, envíos directos de los productores u otros intermediarios a las bodegas de los mayoristas, para que éstos vendan la fruta "a comisión", y compras que realizan entre sí los principales mayoristas de CEDA-DF.

En Oaxaca y Guerrero, de los seis mayoristas estudiados sólo Félix Campos posee una empacadora de limón con infraestructura fija, en la costa de Oaxaca, que figura entre las principales de la entidad. Antelmo y Natalio Maldonado instalan, durante la época de mayor producción de esa misma región, rudimentarias mesas de madera donde sus empleados manualmente seleccionan y empacan el limón en cajas de madera o arpillas.⁸⁶ Por su parte, Hugo Campos señaló que no trabaja el limón de Oaxaca, debido a que no tiene "remitentes",

⁸⁶SARH, Sanidad Vegetal, relación de empacadoras y de guías fitosanitarias de envíos de producto, Sta. Rosa de Lima, Tututepec, Oaxaca, abril de 1988, y entrevistas a dichos mayoristas, CEDA-DF, México, agosto de 1994.

es decir, agentes que le envíen producto, a diferencia, por ejemplo, de Colima, donde algunos empacadores conocidos le mandan limón a sus bodegas.⁸⁷

Es interesante señalar que la mayoría de los principales empacadores de limón mexicano en Oaxaca funcionan simultáneamente como mayoristas de CEDA-DF, ya sea que tengan una bodega en propiedad, o que la alquilen, como es el caso del mencionado Félix Campos, de Ezequiel Molina (M-61), Daniel Terán (T-38), Daniel Campos (T-74), Francisco Molina (M-63), y Leovigildo Sánchez. Sin embargo, a excepción del primero, los demás comerciantes no figuran entre los mayores de CEDA-DF, ya que sólo son importantes durante la temporada de mayor cosecha del producto oaxaqueño.

Por su parte, el mayorista con empacadora fija en Oaxaca (Félix Campos), tampoco es productor en este estado, por lo que se abastece mediante compras de huertas y, principalmente, vía compras a "pié de huerta" del limón ya cosechado por los mismos productores, contando para ello con camionetas de su propiedad.⁸⁸

Otra característica de algunos de los grandes mayoristas es el hecho de que sus operaciones comerciales no las circunscriben a CEDA-DF, sino que también envían limón a plazas de menor importancia o a otras Centrales de Abasto del país (Guadalajara y Monterrey, por ejemplo), e incluso uno de ellos, Hugo Campos (comerciante 5 del Cuadro 8), figura entre los principales

⁸⁷Entrevista a dicho mayorista, CEDA-DF, México, agosto de 1994.

⁸⁸Investigación de campo en la región de la Costa de Oaxaca, municipio de Tututepec, México, abril de 1988.

mayoristas de la Central de Abasto de Guadalajara. Efectivamente, la investigación realizada en este mercado reveló que uno de los dos más importantes comerciantes de limón mexicano es Víctor Campos, a quien le surte el producto su hermano Hugo quien, como ya mencionamos, dirige el grueso del limón que empaca en Michoacán a esa Central de Abasto.⁸⁹ En este caso, como en otros que analizaremos, el trabajar en el negocio diferentes miembros de la familia les permite una mayor integración; así, mientras Hugo Campos se encarga de la compra del producto en la glorieta de Apatzingán, y de la empacadora en esa región, su hermano Rafael atiende la bodega en el DF, y su otro hermano, Víctor, atiende la de Guadalajara. Por su parte, Félix Campos (comerciante 3 del Cuadro 8), señaló en entrevista que opera una bodega en la Central de Abasto de Monterrey.⁹⁰

Hugo Campos fué, durante muchos años, dueño de la línea de transportes Purépecha, cuyos vehículos también se alquilaban para dar servicio a otros interesados en transportar limón. Sin embargo, recientemente vendió ese negocio, sobre todo, como señaló el encargado de su bodega en Guadalajara, por lo alto de los costos de mantenimiento de las unidades y los grandes riesgos que se corrían debido a los continuos asaltos. Actualmente, transportan su mercancía en unidades fletadas o alquiladas.

⁸⁹Investigación de campo realizada en la Central de Abasto de Guadalajara, México, septiembre de 1994.

⁹⁰Entrevista a este mayorista, CEDA-DF, México, 17 de agosto de 1994.

3.1.3. Red de clientes y márgenes de ganancia

A las bodegas de los principales mayoristas en CEDA-DF el limón michoacano llega empacado en cajas que traen diferentes marcas, para diferenciar el producto de cada comerciante, siendo algunas de las más importantes: Félix Campos ("Limones Campos"), Rigoberto López ("Limones Tarascos"), Hugo Campos ("Limones Purépecha") y Víctor Liceaga ("Limón Mexicano"). Este hecho diferenciaba a los principales comerciantes de la gran mayoría de los restantes que comercian con limón en CEDA-DF, ya que éstos ofrecen el producto en cajas de madera sin ninguna marca, o en costales o arpillas.

Los mayoristas de esa Central sólo venden al mayoreo, es decir, más de 1 caja de 20 kg., o de una arpilla de 28 kg. Sus principales clientes son los comerciantes al detalle, es decir, los procedentes de tianguis, mercados públicos, mercados sobre ruedas, concentraciones y recauderías. También abastecen a otros bodegueros menores de CEDA-DF, a los taqueros, restauranteros, y compradores que vienen de otros estados o zonas del área metropolitana del D.F., a los que se les llama "foráneos". Estos acuden principalmente cuando hay poco limón, entre diciembre y marzo. Según declaración de los mayoristas, las cadenas de autoservicio acuden preferentemente a surtirse a CEDA, ya que allí encuentran mayor variedad de producto de diferentes zonas productoras, y a menores precios que si fueran a abastecerse directamente al campo.

Aunque algunos de los siete principales mayoristas abastecen

al autoservicio (Félix Campos a Gigante, por ejemplo), Víctor Liceaga es el que se dedica casi exclusivamente a esta actividad. Como ya comentamos, este agente no tiene ninguna presencia en las regiones productoras; se dedica a comprar limón de los otros grandes comerciantes o a recibir producto que "le mandan", mismo que vuelve a clasificar en su bodega mediante bandas seleccionadoras, para después empacarlo en cajas de 10 kilos para los diferentes autoservicios. Según declaración de este comerciante, el ser productor no le sería redituable, ya que cosecharía y tendría en su bodega limones de todas calidades y tamaños, y dado que su clientela sólo lleva el mejor producto, las mermas harían irredituable su actividad.⁹¹ Las ventas de este mayorista a Aurrerá, según declaración propia, significan cerca del 35% de las adquisiciones totales de limón de esta cadena, además de que también abastece a Chedraui, Superama, Gigante, y La Luna, entre otros supermercados.

Sin embargo, el comerciante más importante como abastecedor a nivel nacional es Hugo Campos y sus hermanos, ya que, además de lo que distribuye desde CEDA-DF y desde su empacadora en Michoacán, está lo que envía, a través de su bodega en la Central de Abasto de Guadalajara, a Tijuana, Torreón, Monterrey, Chihuahua, Mexicali, Ensenada, La Paz, Hermosillo y, en general, a diversas plazas de la costa del Pacífico y de parte del sureste del país.

A manera de resumen sobre el vínculo con el campo de los

⁹¹Entrevista a dicho mayorista, CEDA-DF, México, 17 de agosto de 1994.

comerciantes estudiados, y con la esfera de la distribución de sus mercancías, presentamos el Esquema 4.

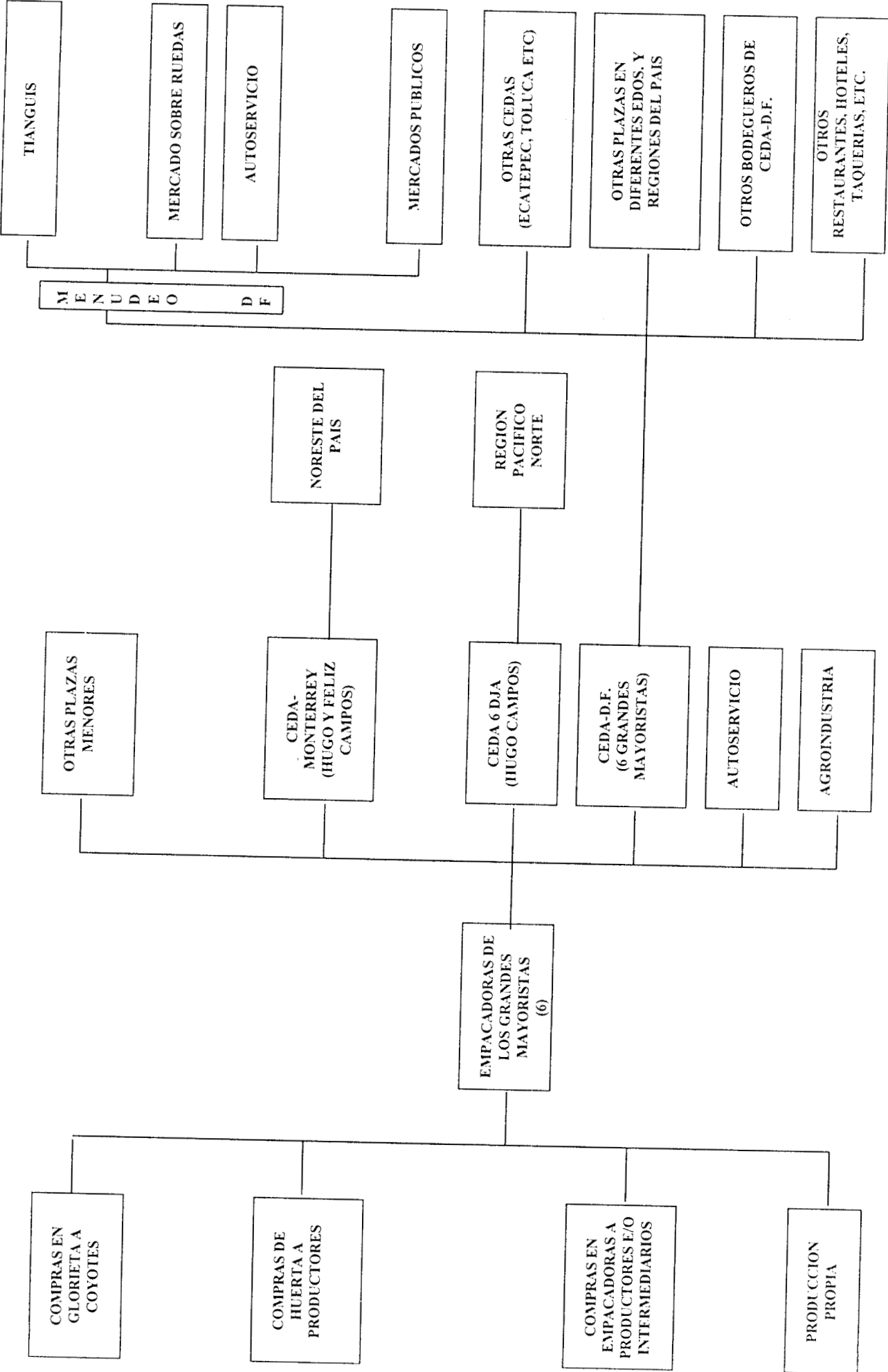
Todo el análisis realizado hasta aquí nos conduce a apreciar la existencia de un gran poder en torno a los principales comerciantes de CEDA-DF. Otro de los aspectos que nos dan idea de la dimensión de aquél es, sin duda, el nivel de las ganancias obtenidas, lo que nos lleva a plantear primeramente el problema de la fijación de los precios de venta o de mayoreo.

En esa Central, las cotizaciones del limón michoacano se establecen en función del ingreso u oferta del producto (que depende de su estacionalidad, factores climáticos, etc.), de las existencias en bodegas, de la demanda existente, y de la injerencia que puedan tener los mayoristas principales.

Es cierto que la oferta y demanda son elementos claves en la definición del precio, pero también hay cierta participación de los mayoristas más importantes, respaldados por el alto grado en el que concentran la oferta del producto. Dichos comerciantes siempre tratan de mantener cierto nivel de ganancias, de acuerdo con la temporada del año de que se trate. El resto de los mayoristas medianos y chicos toman como referencia los precios que están corriendo en las bodegas de los grandes.

Aunque puede haber diferencias entre un año y otro, en general cuando se está dando en CEDA-DF lo que se considera la "temporada alta" o de mayor afluencia del producto (la de mayor cosecha en el estado de Michoacán), que generalmente comprende los meses de marzo a septiembre, los precios alcanzan sus niveles mínimos,

REDES DE ABASTO (MICHOACÁN) Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS



mientras que durante la "temporada baja", que transcurre entre octubre y febrero, se registran los mayores precios de mayoreo o de venta. Es decir, en el caso de este producto sí existe una relación inversa entre oferta y precios.

Así, durante 1992, 1993 y 1994, la tendencia de los precios ha sido la misma: empiezan a descender a principios de cada año, alcanzando sus niveles más bajos en algún momento de la temporada alta, para luego iniciar su ascenso, cuyo punto máximo se registra a fines de cada año, o a principios del siguiente. Las diferencias entre los precios registrados en ambas temporadas suelen ser muy importantes; así, por ejemplo, en 1993 la mayor cotización se alcanzó en enero (N\$4.91 por kg), y la menor en junio (N\$1.21), lo que significó una diferencia de poco más de cuatro veces.⁹²

El cálculo de los márgenes de ganancia de los principales mayoristas es difícil de realizar debido a la renuencia de los comerciantes para dar información sobre sus costos, en especial los de operación de sus bodegas. También debido a la gran variedad de precios del producto, no sólo del que procede de diferentes lugares de origen, sino del mismo estado, en función de las distintas épocas del año y calidades del producto. Sin embargo, para tener cierta idea de la magnitud de dichos márgenes, presentamos los cálculos contenidos en el Cuadro 9, que reflejan lo que ocurre en un momento del año.

En él podemos ver que ya considerados los principales costos

⁹²Servicio Nacional de Información de Mercados (SNIM), registros mensuales y gráficas de precios de mayoreo en CEDA-DF, 1992-1994.

CUADRO 9

**COSTOS, PRECIOS Y MARGENES DE GANANCIA EN LA COMERCIALIZACION
DEL LIMON CON SEMILLA EN CEDA-DF¹
JUNIO 1994**

CONCEPTO	NUEVOS PESOS POR KILOGRAMO
1. COSTO TOTAL	0.73
Precio de compra ²	0.31
Gastos de empaque, carga y descarga	0.14
Flete Apatzingán-CEDA	0.12
Operación de bodega	0.16
2. PRECIO DE MAYOREO EN CEDA ³	0.92
3. MARGEN DE GANANCIA (2-1)	0.19
4. RELACION PORCENTUAL (3/1)	26%

1. Nos referimos al limón procedente de Apatzingán, Michoacán, y al mecanismo más general de abasto, es decir, a la compra del producto por parte de los empacadores-mayoristas.

2. Promedio de los diferentes precios de venta del limón mexicano, según su calidad, vigentes en la glorieta de Apatzingán durante junio de 1994.

3. Precio promedio durante junio de 1994 de las cotizaciones del limón con semilla de la calidad más comerciada (#4).

FUENTE: Investigación directa realizada en CEDA-DF, agosto de 1994; registros de precios en campo proporcionados por el CUESTAAM, Chapingo, y Servicio Nacional de Información de Mercados (SNIM), registros de precios de mayoreo del limón con semilla, 1992-94.

de los mayoristas, éstos obtienen una ganancia que representa el 26% sobre sus costos totales. Sin embargo, se trata de lo que ocurrió en un mes que se ubica dentro de la temporada "alta" o de menores precios de venta y, como mencionamos, de menores márgenes de ganancia. Aún así, hay que pensar que este margen, calculado para cada kilo de limón vendido, habría que aplicarlo, al menos, a las 18 toneladas diarias que la mayoría de los principales mayoristas venden como promedio en CEDA-DF, lo que nos daría un ingreso diario de 3,420 nuevos pesos.

Según declaración de los mayoristas, ellos obtienen mayores márgenes de ganancias (diferencia entre los costos y los precios de venta) durante la temporada en que el limón escasea y es más caro, mientras que éstas se reducen cuando hay producto en abundancia, y menores precios. En esto último también influye la mayor competencia que se da entonces, debido al gran número de comerciantes que, como ya señalamos, llega temporalmente a CEDA-DF a alquilar algún espacio en las bodegas para vender su producto.

3.2. Integración del capital productivo y comercial: el abasto de jitomate a CEDA-DF

3.2.1. Importancia del producto y zonas de abasto

Tomando como base los volúmenes comercializados, el jitomate es el tercer producto hortofrutícola más importante en CEDA (Cuadro

4). Se estima que actualmente ingresan a este mercado 288,000 toneladas anuales (800 toneladas diarias) en sus dos variedades, es decir, el jitomate bola y el saladette. Esta última variedad ha adquirido mucha importancia en los últimos años, a tal grado que hoy es la que predomina en CEDA, según los informes del Servicio Nacional de Información de Mercados (SNIM),⁹³ y las declaraciones de diversos mayoristas, quienes indicaron que en ese mercado se comercializa un 70% de saladette y un 30% de jitomate bola.

De acuerdo a dichos comerciantes el volumen comercializado en CEDA-DF de jitomate no ha variado en los últimos años, a pesar del incremento de la población nacional. Esto, debido a la construcción de otras centrales de abasto en el país, a donde llegan a surtirse compradores que antes lo hacían forzosamente en CEDA; a que los comerciantes de diversas plazas ubicadas, por ejemplo, en Villahermosa, Mérida y Puebla, ahora se abastecen mucho más directamente de los lugares de producción; y al descenso de la demanda, producto de la crisis económica del país.

Existen diferencias muy importantes a lo largo del año en la afluencia u oferta del producto en la Central: la llamada temporada "alta" o de mayor afluencia de jitomate (enero a mayo), la "media", de junio a octubre, y la "baja" (noviembre y diciembre). A lo largo de ellas, distintas entidades envían producto a CEDA, siendo las más relevantes las que aparecen en el Cuadro 10.

Desde luego que la importancia de las diversas zonas de abasto

⁹³Reportes del comportamiento semanal en CEDA-DF, publicados en el periódico El Financiero durante 1993 y 1994.

de CEDA sufre variaciones debido, entre otras cosas, a cambios

CUADRO 10

PRINCIPALES REGIONES ABASTECEDORAS DE JITOMATE A CEDA-DF

1994

TEMPORADA	MESES	VARIEDAD	ZONAS ABASTECEDORAS
ALTA	ENERO-MAYO	BOLA SALADETTE	SINALOA (Culiacán) SIN., GTO., SON., MICH., NAY.
MEDIA	JUNIO-OCTUBRE	BOLA SALADETTE	B.C.(San Quintín, Ense- nada) S.L.P. (Arista), COAH. (Torreón), SON., GTO., SIN., B.C., MOR.(a --- partir de sept.).
BAJA	NOV-DIC	BOLA SALADETTE	B.C. MOR.(Cuautla), MICH., JAL.

FUENTE: Diversas entrevistas a bodegueros mayoristas de CEDA, y Servicio Nacional de Información de Mercados: reportes contenidos en el periódico El Financiero, 1993 y 1994.

climáticos que pueden afectar severamente la producción en ellas. Sin embargo, durante los cinco primeros meses del año o temporada "alta", la entidad mayoritariamente abastecedora es Sinaloa, mientras que durante el resto del año, la participación de Baja California es la fundamental, aunque se complementa con el producto enviado por otros estados productores.

En ese sentido, es interesante señalar que ha habido cambios

muy relevantes en los últimos once años. Ha decrecido drásticamente la importancia de los estados de Morelos y Guanajuato, y de la región de Autlán, Jalisco, como abastecedores de jitomate a CEDA-DF, lo que, en el caso de los dos primeros estados, se ha debido al descenso de sus niveles de producción. En contraste, en Baja California aumentaron considerablemente las superficies dedicadas al cultivo del jitomate, destinándose gran parte de su producción al mercado nacional.⁹⁴ Dado el nivel de los rendimientos allí obtenidos, hoy se ubica ese estado en el segundo lugar, no sólo por su importancia como abastecedor de CEDA-DF, sino por su contribución a la producción nacional.

En el caso de Sinaloa, sólo se ha consolidado su posición como primer estado productor de jitomate del país y abastecedor de CEDA-DF. En 1993 contribuyó a nivel nacional con el 37% de la superficie cosechada de esa hortaliza, y con el 47% de la producción total.⁹⁵ Si bien su producción tuvo un gran impulso por el dinamismo de la demanda externa, sobre todo durante 1960-80, a partir de entonces sus exportaciones se han estancado, mientras que el mercado interno como destino de la producción estatal ha adquirido cada vez mayor importancia.

Tanto en Sinaloa, como en Baja California, entidad también muy enfocada a la exportación, muchos de los grandes productores, que

⁹⁴Si en 1984 se cosecharon en esa entidad 4,211 hectáreas, para 1994 esta cifra ascendió a 7,082 hectáreas. SARH, Agenda Agropecuaria 1984 y Sistema Ejecutivo de Datos Básicos, México, marzo de 1995.

⁹⁵SAGAR, Dirección General de Información Agropecuaria, Forestal y de Fauna Silvestre, México, julio de 1995.

también son comerciantes mayoristas, como después veremos, deciden el destino de su producto en función de sus expectativas de ganancia, en las que juegan un papel clave los precios habidos en el mercado estadounidense, a donde se dirige prácticamente la totalidad de nuestras exportaciones. Así, y a diferencia de otros hortofrutícolas, el nivel del abasto interno u oferta de jitomate en el mercado nacional depende de lo que ocurra en el mercado externo, a donde se dirige cada año alrededor de la cuarta parte de la producción nacional.

Ha habido ocasiones, como durante el primer trimestre de 1990, en que el mercado nacional ha quedado desabastecido, debido a que el grueso de la producción se ha dirigido al mercado norteamericano, dados los mayores precios registrados en él. Esto ocurrió debido al desplome de la producción de Florida, uno de los principales estados productores de jitomate de E.U., como consecuencia de las heladas que afectaron a sus plantaciones durante el año anterior.

A raíz de la devaluación de nuestra moneda, en diciembre de 1994, la exportación se tornó más redituable, por lo menos hasta hoy, julio de 1995, en que el precio de una caja de jitomate en E.U. se está pagando a \$8-\$10 dólares (casi 56 mil nuevos pesos), mientras que en CEDA-DF esa misma caja se cotiza a un promedio de 30 nuevos pesos. Aunque habría que ver por cuánto tiempo permanece la misma ventaja económica, la tendencia actual de los mayoristas de esa Central de Abasto es a enviar lo más que se pueda de su

producción al mercado norteamericano.⁹⁶

El jitomate de importación, al igual que en el caso de otros hortofrutícolas, empezó a aparecer continuamente en el mercado interno a raíz del proceso de apertura comercial iniciado durante el sexenio de Miguel de la Madrid. Sobre todo a partir de 1988, en las bodegas mayoristas de la Central de Abasto del D.F. y, por ende, en los anaqueles del autoservicio de esa ciudad, se empezaron a ofrecer una serie de productos hortofrutícolas importados, procedentes principalmente de E.U..

Durante 1988-1992, por ejemplo, las importaciones de nuestro país de hortalizas en estado fresco pasaron de 10,122 a 87,086 toneladas, mientras que las de frutas frescas totalizaron en ese último año 166,000 toneladas.⁹⁷

Desgraciadamente, no existen cifras sobre cuánto de esa importación llegó a CEDA-DF. En el caso del jitomate, si bien su volumen importado varió de 6,000 a 26,000 toneladas tan sólo entre 1992 y 1993, su importancia dentro de la oferta total de CEDA fue muy reducida. Aunque había un par de mayoristas que se dedicaban fundamentalmente a comerciar jitomate importado, la mayoría de los grandes comerciantes sólo lo adquirirían cuando decrecía la producción nacional.

Durante los primeros siete meses de 1995, y como efecto de la devaluación de la moneda nacional en diciembre de 1994, no se ha

⁹⁶Entrevista a diversos mayoristas de CEDA-DF, 6 de junio de 1994.

⁹⁷Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), Foreign Agricultural Service, y FATUS, 1994.

visto más jitomate importado en CEDA. El consiguiente encarecimiento de éste y del resto de los hortofrutícolas importados llevó incluso a la quiebra al principal mayorista que se dedicaba a surtir a los autoservicios de ese tipo de bienes.

Hoy día, los mayoristas señalan que sólo volverán a traer jitomate importado si los únicos clientes que lo adquieren, las grandes cadenas de supermercados, pagan el precio adecuado, previo acuerdo de por medio. Sin embargo, habría que esperar para ver si ésto se convierte en una tendencia definida, lo que estará relacionado con la evolución de los costos y precios comparativos de los productos entre los países en cuestión.

3.2.2. Principales mayoristas y tipología de los comerciantes de CEDA-DF

En CEDA existe un total de 110 bodegas dedicadas al comercio mayorista de jitomate, agrupadas principalmente en las naves O-P y Q-R. De esas bodegas, las más importantes, de acuerdo a los volúmenes de producto desplazados, así como los comerciantes que las operan, aparecen en el Cuadro 11. En éste se advierte la existencia de un grupo reducido de 13 comerciantes o grupos comerciales que en conjunto desplazan diariamente 700 toneladas de jitomate, lo que representa el 87% del total de las 800 toneladas que cada día se comercializan en CEDA, por lo que el grado de concentración de la oferta del producto es bastante elevado. Tan sólo los ocho primeros comerciantes, que aquí consideramos los

CUADRO 11

PRINCIPALES BODEGUEROS MAYORISTAS DE JITOMATE EN CEDA-DF

1995			
AGENTE	BODEGAS	VOL.DESPLAZ. PROM.DIARIO (TON) (1)	PARTIC. RELATIVA 1/TOTAL (%)
1. ALEJANDRO CANELOS RODRIGUEZ Y HMNOS ("EL VENADO")	Q(7,9)	80	10
2. ARTURO LOMELI ("SANTA ANITA")	Q(33, 35)	70	9
3. GRUPO ANDRADE	R-64	70	9
4. ARTURO RODRIGUEZ HERNANDEZ ("LOS PINOS")	O(47,49) S-29	70	9
5. GRUPO AGRICOLA REYES DEL PACIFICO ("LA MICHOACANA") Hermanos Reyes Vivas	Q(45,47) R-48, O-5	60	7
6. BATIZ ("COMERCIALIZADORA PREMIER")	R-26	50	6
7. BELMEYER	Q-73	50	6
8. FERNANDO RODRIGUEZ (GRUPO TRICAR)	Q-55	50	6
9. FIDEL PEDRAZA ANCER (PESSA)	Q(65,67)	40	5
10. BASSILIO SOTO MONTEMAYOR ("BASSI")	Q-13,R-28	40	5
11. ABRAHAM REYES	Q(35,37)	40	5
12. JUAN MENDEZ	Q (25,27)	40	5
13. RODOLFO BOCANEGRA	R (4,18)	40	5
SUBTOTAL	25	700	87
TOTAL	110	800	100

FUENTE: Investigación directa en CEDA-DF, julio de 1995.

"grandes" mayoristas, concentran el 62% de la oferta total.

Durante los últimos cinco años ha habido cambios importantes en el comercio mayorista de jitomate en CEDA: se han disuelto sociedades entre comerciantes; se ha modificado la composición del grupo de los mayoristas grandes y, por ende, la importancia relativa de varios de ellos; y ha entró en el escenario comercial la compañía transnacional DELMONTE.

Tanto de la simple observación de las bodegas, como del restante trabajo de investigación realizado, se advierte una clara diferencia entre los mayoristas, que nos permite trazar una cierta tipología entre ellos. Los ocho primeros comerciantes, que calificamos como los "grandes" bodegueros, comercializan los mayores volúmenes de producto (entre 50 y 80 toneladas diarias), cuentan con modernas bodegas y oficinas y, la mayoría de ellos, con cámaras de refrigeración, a las que se accede mediante elevadores y montacargas, y donde el producto puede conservarse hasta por 10 días.

Otra característica de esas bodegas es que las labores de carga, descarga y almacenamiento del producto están mecanizadas, es decir, no se realizan manualmente, sino mediante vehículos motorizados monta carga. El producto que llega a sus bodegas viene en trailers refrigerados, muchas veces propiedad de los grandes mayoristas.

Buena parte del producto que venden los grandes mayoristas es de primera calidad y, hasta antes de la devaluación de fines de 1994, se presentaba en un tipo de empaque (cajas de cartón) que los

distinguía de los demás comerciantes, quienes utilizan para ese fin la caja de madera o "reja". Sin embargo, dado que las cajas de cartón eran importadas, a partir de 1995 han empezado a sustituirlas por cajas de madera. También invariablemente sus empaques llevan ciertas marcas, que son las más prestigiadas de la Central y del país; por ejemplo, el principal mayorista, Alejandro Canelos (Distribuidora "El Venado") tiene dos marcas propias: ABC, que corresponde a las iniciales de tres hermanos involucrados en el negocio, y "Venado", el nombre comercial de su negocio, mientras que Arturo Rodríguez ("Los Pinos") vende producto con diversas marcas, siendo la más común "Los Pinos", que corresponde al nombre de su rancho en San Quintín, Baja California.

Las características hasta aquí mencionadas reportan indudables ventajas a los grandes bodegueros: el producto que reciben es de mejor calidad y tiene menores mermas, porque ha estado protegido durante el viaje por el tipo de empaque y la refrigeración; el poseer cámaras de refrigeración en sus bodegas les permite, por un tiempo, guardar en buenas condiciones el producto, lo que incide en menores pérdidas en la bodega y mayores márgenes de maniobra en el mercado. Esto es muy diferente para los comerciantes sin ese tipo de infraestructura, ya que deben vender a los precios que se presenten en un máximo de 4 días. Asimismo, la mayor tecnificación de las labores de carga y descarga protege de daños al producto, por lo que también contribuye a que las mermas disminuyan.

Por otra parte, y como se analizará posteriormente, los grandes bodegueros son a la vez productores, lo que les reporta la

ventaja adicional de poder regular el ingreso del producto a CEDA y, por tanto, conseguir mejores ganancias por sus productos. Sin embargo, en ciertas temporadas del año, cuando no tienen producción propia o ésta ya no es abundante, los grandes mayoristas se compran producto entre sí, acuden a otros productores, generalmente grandes, quienes les pueden asegurar cierta calidad y cantidad de producto, o bien compran a empacadoras en las zonas de producción.

También interesa destacar que la actividad comercial de estos mayoristas no se circunscribe a CEDA-DF. Por ejemplo, Arturo Lomelí tiene también bodegas en Guadalajara y Culiacán, Sin.; Arturo Rodríguez dispone de bodegas en Monterrey, Guadalajara, Torreón, Coah., y en otras ciudades del país; Bátiz tiene bodega en Guadalajara, Monterrey y Torreón, Coah.; los Canelos están presentes en las Centrales de Guadalajara y Monterrey; el Grupo Agrícola Reyes del Pacífico tiene cuatro bodegas en la Central de Abasto de Guadalajara, donde también es mayorista el grupo Andrade; y BelMeyer comercializa también en la Central de Abasto de Monterrey.⁹⁸

Casi todos los grandes mayoristas de jitomate de CEDA se han diversificado en cuanto a la gama de productos que venden. Hasta la primera mitad de los ochentas, ellos comerciaban casi exclusivamente con jitomate, mientras que a partir de entonces comercializan varios hortofrutícolas a lo largo del año. En la mayoría de los casos, esto ha obedecido a la diversificación de su

⁹⁸Trabajo de campo realizado en CEDA-GDJA, septiembre de 1994, y en CEDA-DF, junio de 1994 y junio-julio de 1995.

actividad agrícola, fundamentalmente con fines de exportación. Así, por ejemplo, los Canelos llevan a sus bodegas parte de la producción de pepinos, berenjenas, pimiento morrón, melones, fresas, uvas, etc., que producen en Sinaloa, Sonora y Baja California (la manzana y ciruela se las envían a comisión), mientras que Bátiz vende también una gran variedad de hortalizas, la mayoría de cuya producción exporta (chilacas, pimiento morrón, calabazas, pepinos, chile poblano y serrano, etc,.).

Los principales clientes de los grandes mayoristas de CEDA son los diversos canales de distribución al menudeo ubicados en la zona metropolitana de la ciudad de México (mercados públicos, sobre ruedas, tianguis, autoservicios, etc,.), aunque también abastecen a diversos comerciantes de otras plazas del país. Los autoservicios (Comercial Mexicana, Aurrerá, Wall Mart, Chedraui, Gigante, etc,.) se surten fundamentalmente de este tipo de mayoristas, quienes pueden ofrecerles un producto de cierta calidad, y con cierta presentación y constancia.

Los Canelos, por ejemplo, dirigen el 40% de sus ventas en CEDA-DF al autoservicio de la ciudad de México, el 30% a otras plazas del país, y el 30% restante lo venden en la bodega a los distintos comerciantes al menudeo, o a mayoristas de la misma CEDA. Entre los mercados foráneos que abastece se encuentran los de Oaxaca, Veracruz, Chiapas y Yucatán.⁹⁹

Al tipo de mayoristas descrito hasta aquí le sigue en

⁹⁹Entrevista a Luis Elizalde, contador de sus bodegas en CEDA-DF, julio de 1995.

importancia otro estrato de comerciantes, que podrían calificarse de medianos, principalmente por sus volúmenes de venta (40 toneladas diarias). Ellos son los últimos cinco mayoristas del Cuadro 11, quienes tienen bodegas más rústicas, no están embaldosadas ni poseen cámaras de refrigeración; las faenas de carga y descarga son manuales; predominan los empaques de madera, la mayoría de los cuales no tiene marca o etiqueta alguna; el jitomate llega a sus bodegas en camiones sin refrigeración, y venden en su mayoría producto de segunda calidad.

Sin embargo, aún entre este estrato de mayoristas se dan algunas semejanzas con los grandes bodegueros, como es el hecho de que uno de los "medianos" posee su propia compañía fletera, es decir, trailers refrigerados de su propiedad. Otro de ellos (Fidel Pedraza), tiene la casa matriz de su empresa en Monterrey, donde opera cinco bodegas mayoristas. Este comerciante es importante abastecedor del autoservicio, a quien en ocasiones envía producto directamente desde su empacadora en Culiacán, Sinaloa.

A diferencia de los grandes mayoristas, los cinco medianos, o no son productores (comerciantes 9, 10 y 13 del Cuadro 11), o lo son en una pequeña escala, como en el caso de los dos restantes. Debido a ello, utilizan variados mecanismos de abasto o acopio de producto, entre los que resaltan: los envíos que productores e intermediarios les hacen "a comisión" o a "consignación"¹⁰⁰ desde

¹⁰⁰Esta modalidad consiste en que si el producto no se vendió en la bodega en un cierto lapso de tiempo, tiene que recogerlo el que lo envió. En el caso de que el acuerdo sea por "comisión", el bodeguero cobra por este concepto el 10% del producto de la venta total. El mayorista Fidel Pedraza, por ejemplo, señaló que el 80%

las diferentes zonas productoras, compras directas a productores y empacadoras en el campo, compra de huertas a productores que frecuentemente refaccionan (dan la semilla, por ejemplo), trabajos a "medias" con productores, y compras a los grandes mayoristas de CEDA.

Generalmente, esos mayoristas se surten de estados como Morelos, Guanajuato, San Luis Potosí, etc., y el producto que a veces ofrecen procedente del noroeste lo adquieren de los mayoristas grandes.

Finalmente, hay un amplio sector de 97 bodegueros chicos que desplazan muy pequeños volúmenes, generalmente medidos por unas cuantas cajas de jitomate. Algunos de ellos son productores directos, aunque también se abastecen de los envíos que otros productores les hacen (a comisión), o al interior de CEDA, ya que constituyen importantes compradores de los mayoristas grandes y medianos de ese mercado.

3.2.3. La Central de Abasto de Guadalajara, otro espacio de actuación de los grandes mayoristas

Con el objeto de tener una visión más amplia de la actuación de los grandes mayoristas de CEDA-DF realicé investigación de campo en la Central de Abasto de Guadalajara. En este mercado, inaugurado en 1964, el jitomate resultó ser el producto más importante, no

de lo que vende lo recibe a comisión, mientras que el resto lo compra.

sólo por el número de bodegas dedicadas a su venta (90 de las 1000 existentes en total), sino por los volúmenes comercializados que, según entrevista a diversos comerciantes, es de alrededor de 750 toneladas diarias, cifra similar a las 800 toneladas ingresadas a CEDA-DF.

La gran importancia que tiene el jitomate en la Central de Guadalajara se explica por la cercanía de esta ciudad a las principales zonas productoras del noroeste del país. Grandes productores de esta región tienen sus oficinas comercializadoras en esa ciudad, siendo sus bodegas en la Central el punto de arribo y redistribución de su producto hacia diversos destinos, entre ellos la propia CEDA-DF.

Al igual que en esa última Central, Sinaloa constituye la entidad que abastece a CEDA-GDJA durante enero-mayo, mientras que durante el resto del año lo hace fundamentalmente Baja California. Sin embargo, también otras entidades envían producto en menor medida, como San Luis Potosí (Aristas), Michoacán (Zamora), Guanajuato (Irapuato), Querétaro, donde se produce jitomate en invernadero, y el propio Jalisco, desde sus diversas zonas productoras. En cierta época del año, cuando desciende la producción nacional, algunos bodegueros importan jitomate, como fue el caso de septiembre de 1994, en que se hizo el trabajo de campo.

En la Central de Guadalajara, como en CEDA-DF, existe una gran concentración en el comercio de la hortaliza estudiada. Como aparece en el Cuadro 12, hay un grupo de ocho mayoristas que son los más importantes por su dimensión comercial, y como puede

CUADRO 12

PRINCIPALES COMERCIANTES MAYORISTAS DE JITOMATE EN CEDA-GDJA

1994

BODEGUERO MAYORISTA	UBICACION
HERMANOS LOMELI VILLALOBOS (Empaque Santa Anita) (Conrado, Héctor, Arturo, Andrés, Lorenzo)	Trigo no. 1431 Calle 14, no. 23 Calle 13, no. 6 Calle 6, no. 635 Calle 4, no. 2574 Otras 7 bodegas
HMNOS CANELOS RODRIGUEZ (Distribuidora El Venado)	Av. Mandarina 1316
ARTURO RODRIGUEZ HERNANDEZ (Los Pinos)	Av. Mandarina 1352
GRUPO AGRICOLA LOS REYES DEL PACIFICO ("La Michoacana") Hermanos Reyes Vivas	Calle 6, no. 605-607 Calle 6 no. 613 Calle 11 no. 1029 Calle 10, no. 15
HERMANOS JIMENEZ MARTINEZ (Emeterio, Fernando, Juan José)	Calle 11, no. 1 Calle 16, no. 21 Calle 2 Calle 16, no. 23 Calle 6, no. 639 Calle 7, no. 740 Av.del Mercado 1185
JAIME CASTAÑEDA (Empaque Santa Cruz)	Calle Mariposa 1464 Calle 13, no. 2625
BATIZ (Comercializadora Premier)	Calle 11, bodega 11

FUENTE: Investigación directa, Central de Abasto de Guadalajara, México, septiembre de 1994.

apreciarse al compararse esta información con la del Cuadro 11, cinco de los principales mayoristas de Guadalajara lo son también de CEDA-DF: Lomelí, Canelos, Arturo Rodríguez, Grupo Agrícola Reyes del Pacífico y Bátiz. El grupo Andrade, muy importante en esta Central, es también mayorista en la de Guadalajara, aunque no figura en la lista de los comerciantes mayores.

Existen dos de los grandes mayoristas comunes a ambas Centrales de Abasto que son más importantes en Guadalajara, siendo el caso más relevante el de Arturo Lomelí, quien si bien en CEDA-DF ocupa el segundo lugar en importancia, en Guadalajara él y sus cuatro hermanos constituyen los "reyes" del mercado del jitomate, contando con un total de 12 bodegas mayoristas. Su importancia comercial se incrementó aún más a raíz de la participación de Arturo Lomelí en la compañía DELMONTE FRESH PRODUCTS, de la cual fue vicepresidente. La magnitud del poder de este comerciante a fines de 1994 era impresionante, ya que operaba en CEDA-GDJA un edificio de cinco pisos, donde campeaba el letrero "Del Monte Quality", que albergaba 15 cámaras de refrigeración para la conservación de los productos. Esta infraestructura fue adquirida y adaptada en febrero de 1994, como parte de las operaciones de expansión que DELMONTE ha llevado a cabo.

A fines de 1994 los hermanos Lomelí vendían en sus bodegas jitomate nacional e importado, así como diversos productos procedentes de E.U., como manzanas de Washington, lechugas y uvas de California, melones de Florida, etc,. Probablemente, y al igual que ha sucedido en CEDA-

DF, la importancia de los bienes de importación haya disminuido después de la devaluación de diciembre de 1994.

CEDA-GDJA constituye un punto importante de redistribución del jitomate a nivel nacional. Comúnmente, a las bodegas de los grandes mayoristas en ese mercado llegan los trailers refrigerados cargados con su producción, y allí deciden los que descargan, y los que envían a CEDA-DF, o a CEDA-Monterrey, en el caso de los que también tienen allí bodega, en función de los precios y demanda que se presenten en las tres Centrales. También desde Guadalajara los grandes mayoristas surten a toda la zona del Pacífico norte. Lomelí, por ejemplo, abastece a Monterrey, Querétaro, Durango, Nayarit, Michoacán, etc, mientras que Arturo Rodríguez envía producto a Monterrey, Los Mochis, Mexicali, Cd. Juárez, Hermosillo, Cd. Obregón, Tijuana, etc,. Todos los mayoristas abastecen también a los canales de distribución al menudeo de la ciudad de Guadalajara, como mercados públicos, tianguis, el mercado Corona, autoservicios, etc,.

3.2.4. Grandes mayoristas y empresarios agrícolas

La información vertida hasta aquí nos ha dado idea de la magnitud de la importancia comercial de los grandes mayoristas de CEDA, y ha dejado entrever también su relevancia como grandes productores. Profundizando aquí en este último aspecto diremos que los ocho grandes mayoristas de jitomate de CEDA son al mismo tiempo

productores, aunque en distinta medida. Los Canelos, por ejemplo, son antiguos agricultores que cultivan en Obregón, Sonora, 600 hectáreas de jitomate saladette, además de pimienta morrón, melón y uvas. En Baja California (San Quintín y Ensenada) siembran alrededor de 1000 ha de jitomate (800 de bola y 200 de saladette), así como otras hortalizas, 40% de las cuales lo destinan a la exportación.¹⁰¹ Para valorar la importancia de esos productores en esta entidad basta recordar que en 1994 se cosechó en ella un total de 7,082 hectáreas de jitomate.¹⁰²

Los Canelos también están presentes en el Valle de Culiacán, Sinaloa, donde forman parte de los 15 grupos más relevantes como productores de hortalizas, sembrando, entre otras, 275 ha de pepinos, 125 ha de chile bell,¹⁰³ y 1000 ha de jitomate.¹⁰⁴

Alrededor del 70-80% de las tierras cultivadas por esos comerciantes, que bien pueden definirse como **empresarios agrícolas**, son rentadas. Actualmente los Canelos están interesados en expandir sus actividades productivas, para lo cual están participando en una asociación con otros grandes productores de Sonora, y con el actual gobernador de esta entidad, con el objeto de usufructuar una parte

¹⁰¹Entrevista a diversos mayoristas de CEDA-DF, así como a Luis Elizalde, contador de las bodegas de los Canelos en ese mercado, junio 1994, y junio-julio, 1995.

¹⁰²SARH, Sistema Ejecutivo de Datos Básicos, México, marzo de 1995.

¹⁰³¿Quién es quién en la horticultura de Culiacán?, Revista Síntesis Hortícola, México, mayo de 1990.

¹⁰⁴Entrevista a los administradores de sus bodegas, CEDA-DF, septiembre de 1994 y junio de 1995.

de las 70,000 hectáreas distribuidas entre Sonora y Sinaloa, que serán irrigadas al inaugurarse la presa Huities. De hecho, se menciona que los Canelos tienen ya aseguradas alrededor de 18,000 hectáreas pertenecientes a los ejidatarios, donde planean cultivar diversas hortalizas para exportación con la más avanzada tecnología (riego computarizado, etc,.).

Por su parte, los Lomelí, quienes han constituido la Sociedad Impulsora Grupo Lomelí (SIGLO), señalaron en el reciente evento "Primera Atalaya Nacional Agropecuaria", que actualmente están sembrando 3,000 hectáreas de jitomate totalmente tecnificadas, con sistema de riego por goteo y alcolchado, obteniendo una producción anual de 15 millones de cajas de exportación.¹⁰⁵ Considerando que el contenido de éstas es de 11 kg., de acuerdo con esa declaración, dicha sociedad produce 165,000 toneladas anuales, cifra que representa alrededor del 10% de la producción nacional de jitomate obtenida durante los dos últimos años.

Los Lomelí llevan más de 20 años trabajando en el campo, y en la actualidad tienen centros de producción en Villa Arista, San Luis Potosí, en Los Mochis, Sinaloa, en San Quintín, Baja California, y en Sayula, Jalisco. En todas estas entidades, las superficies cultivadas se integran en gran parte por superficies rentadas. Esta presencia en diversas regiones del país, les permite a los Lomelí contar con producto todo el año, por lo que el 80% de sus ventas de jitomate procede de su propia producción, mientras

¹⁰⁵"El Grupo Lomelí capitalizó la devaluación", Revista Hortalizas, Frutas y Flores, México, junio de 1995, pg. 25.

que el restante porcentaje corresponde a producto que compran a otros.¹⁰⁶

Los Lomelí han acudido también a asociarse con productores de jitomate, ejidatarios, de la región de la Comarca Lagunera en los estados de Durango y Coahuila. Como en la mayoría de las "asociaciones" entre fuertes y débiles, en el año de 1992 les tocó perder a los productores. En el marco del acuerdo, éstos se encargarían del cultivo, cosecha y empaque del jitomate, y Arturo Lomelí de la comercialización. Desgraciadamente, ése fue un año en el que hubo una gran sobreproducción de esa hortaliza a nivel nacional, por lo que los precios se desplomaron en los mercados. Ante ello, Lomelí no se apareció durante la época de cosecha, dejando a los productores sin alternativas de venta, por lo que muchos de ellos decidieron incluso dejar que el ganado se alimentara del jitomate dejado en sus parcelas.¹⁰⁷

El padre de los hermanos Lomelí se inició en el negocio del jitomate como comerciante al detalle en el mercado Corona, que era el principal mercado de la ciudad de Guadalajara antes de que existiera la actual Central de Abasto. Posteriormente, pasaron a ser productores importantes en varias regiones del país, entraron al comercio mayorista en CEDA-GDJA y, al abrirse la Central de Abasto del D.F. en 1982, se hicieron de varias bodegas.

Hoy, su emporio productor se complementa con su

¹⁰⁶Entrevista a los administradores de sus bodegas, México, CEDA-DF, septiembre de 1994 y junio de 1995.

¹⁰⁷Práctica de campo, Ejido Monterrey, municipio de Lerdo, Durango, México, agosto de 1992.

comercializadora Distribuidora Santa Anita, con centros de distribución en Monterrey, Nuevo León, Durango, Durango, Guadalajara, Jalisco, y en la capital del país; para abastecer a sus clientes en Estados Unidos y Canadá, los Lomelí cuentan con la distribuidora "Santa Anita Produce", con sede en Nogales, Arizona, y para realizar importaciones de productos procedentes de E.U., Canadá y Chile, con la filial Lomelí Trade C. En sus diferentes oficinas y campos agrícolas en el país y en el extranjero, laboran más de 10,000 trabajadores temporales y 850 de planta.¹⁰⁸

Otra de sus filiales, "Eco Cultivos", se encarga de la producción con alta tecnología en invernaderos, donde cultivan jitomate durante ocho meses del año, y con rendimientos hasta cuatro veces mayores que los obtenidos en superficies abiertas.

Por su parte, Alejandro Rodríguez produce jitomate en Ensenada, Baja California, y en su rancho "Los Pinos", ubicado en San Quintín, B.C. Además de comercializar sus cosechas, empaqueta y vende producto que compra a diversos productores de la región. De acuerdo a la declaración de varios mayoristas de CEDA-DF, ese comerciante es el principal abastecedor del producto que ingresa procedente de esa península.

El grupo de hermanos que él representa empezaron como productores, y su participación en el comercio mayorista es muy reciente, tanto en Guadalajara como en el D.F. En la Central de Abasto de esta ciudad, por ejemplo, hace solamente 3 años que

¹⁰⁸"El Grupo Lomelí capitalizó la devaluación", Op. Cit., pg. 26.

abrieron sus bodegas; anteriormente, sólo enviaban su producción a otros mayoristas grandes y medianos.

Los Bátiz, cuyos antecesores fueron importantes productores hortícolas sinaloenses que, como muchos de ellos, acumularon capital en torno no sólo a la agricultura, sino también al sector financiero,¹⁰⁹ han conservado hasta hoy su importancia como productores. Figuran entre los 15 principales agricultores y exportadores de hortalizas del Valle de Culiacán, Sinaloa, donde cultivan 475 ha de pepinos, 435 ha de chile bell, 445 ha de jitomate de vara, y un número no especificado de jitomate saladette.¹¹⁰ De acuerdo al administrador de su bodega en CEDA-DF, esos comerciantes venden el jitomate que ellos mismos producen, en Culiacán, Sinaloa, durante enero-mayo, y en Baja California y Hermosillo, Sonora, de julio a octubre. Sobre todo durante el mes de junio en que no tienen prácticamente producción propia en el país, los Bátiz acostumbran traer producto de California, E.U., en donde también son productores, en la región de Merced.

Los hermanos Bátiz constituyeron la empresa Agrícola Bátiz, que durante muchos años, y hasta 1993, cultivó jitomate con tecnología de punta (riego por goteo, uso de plásticos, semillas de alta tecnología, etc,.). Paralelamente, contaban con la comercializadora R.B. Packing, con sede en Arizona, E.U., que en

¹⁰⁹Hubert Carton de Grammont, Los empresarios agrícolas y el Estado, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México, 1990, pgs. 147-170.

¹¹⁰¿Quién es quién en la horticultura de Culiacán?, Op. Cit, pg. 41-42.

1993, por ejemplo, realizó ventas por 50 millones de dólares. Mediante su asociación en ese año con el Grupo Pulsar, a la que nos referiremos ampliamente con posterioridad, los Bátiz hacen hoy producir alrededor de 4,000 hectáreas, una cuarta parte de las cuales son tierras propias, mientras que el resto se cultiva bajo el esquema de asociaciones con terceros. Esto ocurre en Sinaloa, Sonora, Baja California y Chiapas, para producir 7 tipos de productos, principalmente tomate, pimientos diversos y uvas.¹¹¹

Los hermanos Bátiz son los más recientes como comerciantes del grupo de los ocho grandes mayoristas, ya que sus bodegas de CEDA-GDJA y de CEDA-DF empezaron a operar hace alrededor de un año y medio, por lo que este grupo y el que representa Arturo Rodríguez, constituyen claros casos de un proceso de integración que fue de la producción al comercio mayorista.

Por su parte, Rolando Andrade representa en CEDA-DF a sus hermanos (Grupo Andrade), todos ellos productores que operan en Sinaloa (Valle de Culiacán, Guasave y Cruz de Elote), y en Baja California.

La empresa mayorista BelMeyer (no. 7 del Cuadro 11) representa la asociación de tres personas: el productor hortícola norteamericano Bob Meyer, el agricultor sinaloense Antonio Beltrán Ureta, y Gilberto Mayoquín. Beltrán cultiva en el Valle de Culiacán, Sinaloa, alrededor de 1,200 hectáreas de jitomate y otras hortalizas, cuya producción la destina tanto a la exportación como

¹¹¹"Comercialización de productos mexicanos: el caso Master's Touch", Revista Agrobusiness, México, agosto de 1994.

al abasto de las bodegas que la sociedad tiene en CEDA-DF y CEDA-Monterrey. También Meyer envía a ellas el jitomate que cosecha en California, E.U., fundamentalmente el de tercera y segunda calidad, ya que el producto de primera lo vende en el mercado de su país.

Inicialmente, Beltrán sólo le enviaba a Meyer su jitomate para que lo colocara en el mercado de E.U., pero al cabo de varios años de confianza y trabajo común, se asociaron para abrir en julio de 1993 las bodegas citadas; la de Monterrey la atiende el tercer socio mencionado.

Otra característica de los grandes mayoristas es que realizan también la fase de la selección, acondicionamiento y empaque de su producción, para lo cual cuentan con instalaciones en las diversas zonas donde producen. En ellas se clasifica el jitomate de acuerdo a su calidad; en el caso de los mayoristas que también exportan, el mejor producto se destina a ese fin, mientras que el de calidad inferior se envía al mercado nacional. La mayoría de los productores-comerciantes (los Canelos, los Lomelí, Arturo Rodríguez, Rolando Andrade, BelMeyer y Bátiz) son también exportadores de jitomate, a lo que destinan parte de su producción propia. Esta actividad la realizan fundamentalmente durante el invierno, aunque Lomelí exporta durante todo el año debido a la producción en invernadero que lleva a cabo en Sinaloa. Este empresario agrícola dedica alrededor del 60% de su producción a la exportación, aunque cuando ha habido muy altos precios en el mercado norteamericano ha llegado a exportar hasta el 90% de

aquella.¹¹²

Para ello, los grandes mayoristas han constituido empresas comercializadoras que se encargan de la distribución de su producto en el mercado de E.U., principal destino de sus exportaciones. Así, por ejemplo, Arturo Rodríguez tiene la distribuidora Pinos Produce Inc. en Chulavista, California; Bátiz, R.B. Packing Inc. en Nogales, Arizona, en sociedad con tres estadounidenses, y en esta misma localidad, los Canelos tienen la distribuidora Santa Anita Produce.

Los empresarios agrícolas-mayoristas analizados, frecuentemente se encuentran asociados con productores de E.U., con quienes comparten el área de la producción para la exportación y/o para el mercado mexicano. También es común que reciban financiamiento de productores y comercializadoras de ese país. La empresa BelMeyer, que como ya comentamos, representa la asociación de dos grandes productores, uno de Sinaloa, y otro estadounidense, es un claro ejemplo de ello.

El análisis realizado hasta aquí ha demostrado, entre otras cosas, que no ha existido un sólo camino en el proceso de integrar la producción y el comercio mayorista; algunos de los grandes comerciantes de hoy, como los hermanos Lomelí y los Reyes Vivas, se iniciaron primeramente como comerciantes y después como productores, mientras que los Canelos, los Bátiz, los Andrade, BelMeyer, y Arturo Rodríguez siguieron el camino contrario.

¹¹²Entrevista a Ignacio González, gerente de ventas de las bodegas de Lomelí en Guadalajara, México, CEDA-GDJA, septiembre de 1994.

Sin embargo, hay un hecho común en todos ellos, y es que si bien constituyen "empresarios" agrícolas y comerciales, su importancia en esas dos esferas de actividad y la que han adquirido en otras, es decir, tanto su proceso de integración vertical, como de expansión o diversificación horizontal, ha estado asentado en el funcionamiento del núcleo familiar. Esto desmistifica la idea de que la fuerte presencia de las relaciones de parentesco en los negocios ocurre solamente en contextos precapitalistas.

Así, y al igual que en el caso del producto anteriormente estudiado, el limón, el comerciante que aparece como propietario o usufructuario de las bodegas no trabajan solo, sino que en realidad constituyen grupos familiares, en este caso de hermanos. Los Lomelí son cinco hermanos que se reparten las distintas actividades: aunque en las bodegas de las distintas Centrales cuentan con contadores, administradores, agentes de ventas, etc., unos hermanos supervisan a todos ellos, mientras que otros se encargan de la producción, las empacadoras, la exportación y los envíos para el mercado nacional.

De manera similar trabajan los Canelos, los Andrade, los Reyes Vivas, los Bátiz, y Arturo Rodríguez, quien en realidad representa a sus nueve hermanos.

Otro aspecto muy interesante es que los grandes mayoristas de CEDA-DF constituyen un grupo de norteros relativamente nuevos en la actividad comercial de la ciudad de México. Es decir, no eran comerciantes desde el mercado de La Merced, sino que surgieron como tales cuando mucho a partir de 1982 en que algunos de ellos

adquirieron o rentaron bodegas en la nueva Central de Abasto del D.F. Incluso tres de los grandes mayoristas actuales (Bátiz, Alejandro Rodríguez y BelMeyer) aparecieron en esa Central hasta el lapso 1991-93. Los "viejos" comerciantes de jitomate de La Merced que se cambiaron a CEDA-DF, entre los que figuran tres de los que hemos considerado como medianos mayoristas (comerciantes 10, 11 y 12 del Cuadro 11), vieron disminuir su importancia comercial frente al nuevo grupo de empresarios agrícolas.

Y aún cuando la mitad de dichos empresarios se convirtieron en comerciantes mayoristas mucho antes de aparecer en CEDA-DF, es decir, desde que empezó a funcionar la Central de Abasto de Guadalajara, su antigüedad como comerciantes se remonta tan sólo a la segunda mitad de los años sesentas, ya que, como mencionamos, dicha Central empezó a funcionar en 1964.

La fusión del capital comercial y el productivo en los mismos agentes económicos no ha sido, como ya señalamos, la única faceta del proceso de acumulación de capital en algunos de ellos. Es decir, este proceso no se ha limitado, ni remotamente, a estas dos esferas de actividad. Asistimos, por ejemplo, a la participación de tres de los grandes mayoristas en consorcios productivos o empresas transnacionales en los últimos años, así como a la incursión de uno de ellos en el gran capital financiero, aspectos que por su importancia trataremos en el siguiente apartado.

3.2.5. El sector financiero, DELMONTE y Pulsar International

La dimensión del capital del gran productor y mayorista Arturo Lomelí, integrante del Grupo Empresarial de Occidente (GEO), le dió para convertirse también en banquero en junio de 1991 cuando, mediante asociación con otros inversionistas jaliscienses, adquirió en 248 millones de dólares Banca Cremi, uno de los 18 bancos reprivatizados durante el sexenio de Carlos Salinas. Permaneció como presidente del consejo de administración hasta noviembre de 1993, en que el banco fue vendido a Carlos Cabal Peniche y otros, no obstante lo cual él quedó como socio minoritario del banco, que pasó entonces a formar parte del Grupo Financiero Cremi-Unión¹¹³.

Ya desde la adquisición de Banca Cremi se había relacionado la enorme fortuna del jalisciense Lomelí con el narcotráfico. Sin embargo, su expansión continuó, ya que en agosto de 1992 fue uno de los compradores de la transnacional Del Monte Fresh Products (DELMONTE), la tercera comercializadora de frutas tropicales más grande del mundo.

DELMONTE fue adquirida a la firma inglesa Polly Peck International por mexicanos miembros del Grupo Empresarial Agrícola Mexicano (GEAM), por un monto de 536 millones de dólares. A este grupo, que Cabal Peniche integró para los fines de la adquisición, pertenecían los tres principales mayoristas de jitomate de CEDA-DF:

¹¹³Véase de Felipe Cobián, "En Guadalajara el caso Cabal hace temblar a las ocho columnas de oro", en Revista Proceso 932, México, 12 de septiembre de 1994, pgs. 12 y 13.

Lomelí, Rolando Andrade y Constantino Canelos. Los dos primeros participaron en la nueva estructura de la transnacional con un 5.2% y 4.3%, respectivamente, de las acciones, mientras que Canelos sólo participó como proveedor. Otros socios importantes fueron: Jaime Fernández (cafetalero), con un 39% de participación, Nacional Financiera (NAFIN), con un 16.7%, Transportación Marítima Mexicana (TMM), con un 4.8%, y Angel Demerutis, empresario hortícola sinaloense, con el 3%. (Véase Esquema 5)¹¹⁴.

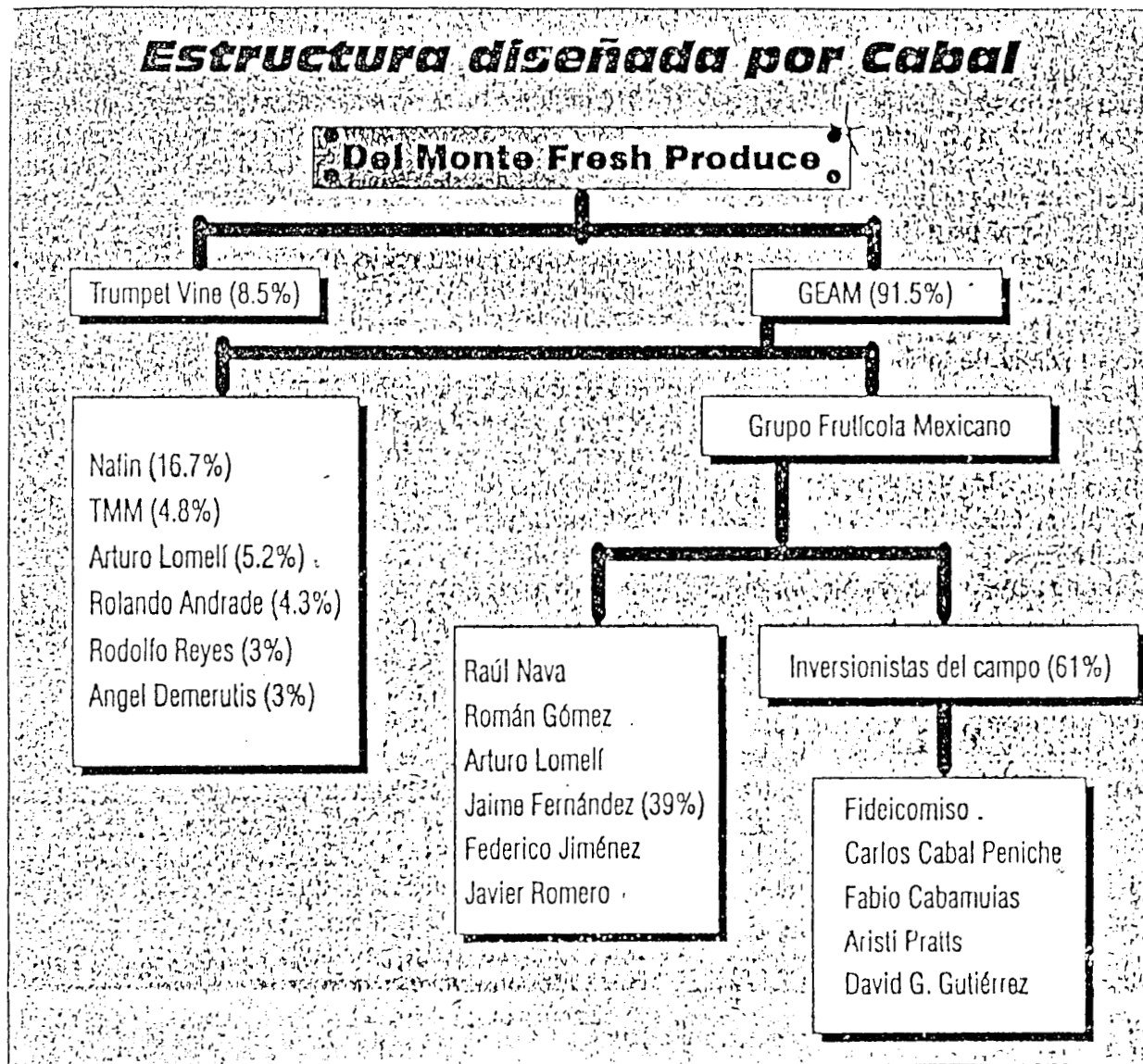
También fueron invitados a la fiesta el productor y mayorista de plátano más importante a nivel nacional, Raúl Nava; otros de ese mismo giro, pero de menor escala, como Gómez Vaillard y Aristi Pratts; Enrique Molina, del Consorcio Industrial Escorpión y el mayor embotellador de Pepsi en el mundo; y Rodolfo Reyes Méndez, magnate del aceite y el alimento para ganado.

DELMONTE controlaba, cuando fue adquirida por mexicanos, el 16% del mercado mundial de fruta fresca, tenía 14,000 empleados en distintos países, vendía alrededor de 900 millones de dólares anuales, y utilizaba 35 barcos para el transporte de los productos.¹¹⁵ Se dedicaba a la producción y venta de plátano, piña y, en menor medida, de melones, cítricos, papaya, mango y aguacate. Era líder mundial en la comercialización de piña, y tercer lugar en la de plátano.

¹¹⁴"Quebrantos financieros lanzarían a Del Monte a los brazos del capital foráneo", Periódico El Financiero, 16 de mayo de 1995, pg. 13..

¹¹⁵Periódico The Packer, no. 54, 1990-91.

ESQUEMA 5



FUENTE: "Quebrantos financieros lanzarían a Del Monte a los brazos del capital foráneo", Op. Cit., pg. 111.

Sin embargo, su actuación en México había sido poco importante, por lo que Cabal les vendió la idea a los agricultores mexicanos de que se beneficiarían enormemente al cambiar esta situación, sobre todo si se integraban como socios a la compañía. Originalmente entraron alrededor de 152 inversionistas, pero muchos de ellos fueron vendiendo sus acciones, principalmente a Cabal, por lo que al final quedó un grupo reducido de socios.

Aunque después, cuando se aborde el producto plátano, daremos amplia información sobre la historia personal de Cabal Peniche, señalaremos ahora que tan sólo en seis años éste llegó a acumular una fortuna calculada en mil millones de dólares, muy relacionada con el narcotráfico, como ahora revelan la CIA y otros organismos estadounidenses. A partir de mediados de los ochenta, Cabal estuvo metido en toda una gama de negocios, entre los que figuraron la comercialización de camarón; la producción y venta de plátano, a través de la empresa San Carlos del Golfo; las finanzas, al convertirse en banquero en 1991 mediante la compra del Banco BCH (después Banco Unión), y posteriormente de Banca Cremi (1993); y en el de comercialización de hortofrutícolas a nivel mundial, vía la compra de DELMONTE.

La diversificación de sus inversiones en el estado de Tabasco fue tan amplia (hoteles, hospitales, carreteras, inmobiliaria, tiendas, periódicos, restaurantes, ferrocarriles, etc.), que Coparmex y Canaco de esa entidad han señalado que las empresas capitalistas de ese yucateco radicado en Tabasco representaban el

50% de la inversión privada local.¹¹⁶

Cabal Peniche, muy vinculado al grupo de Hank González, representa tan sólo uno de los ejemplos del desmedido enriquecimiento de un reducido grupo de mexicanos durante el sexenio salinista, favorecidos por el programa de reprivatización entonces emprendido, y gracias al cual surgió o se fortaleció un grupo de banqueros, como Cabal y Lomelí.

Es importante señalar que debido a los nexos políticos de Cabal, NAFIN le otorgó un préstamo de 300 millones de dólares para la adquisición de DELMONTE. También se señala que muchos de los socios de ésta adquirieron acciones sin tener que desembolsar dinero, no porque no lo tuvieran, sino porque Cabal les otorgó créditos del banco entonces de su propiedad (Banco Unión). Esto incluyó tanto a exgobernadores, como los de Tabasco, Quintana Roo, el hijo del entonces gobernador de Morelos, como a otros políticos y empresarios que figuraban en la lista de los 152 compradores originales.¹¹⁷

Desde que Cabal asumió la presidencia de DELMONTE, el funcionamiento de ésta estuvo vinculado al del Banco Unión. Los malos manejos al interior de esos dos espacios, responsabilidad seguramente no sólo de Cabal, incidieron para que desde el inicio DELMONTE empezara a presentar pérdidas, como ocurrió durante 1992, 1993 y 1994.

¹¹⁶"De "duro golpe" califican en Tabasco el caso Cabal", Periódico La Jornada, México, 7 de septiembre de 1994, pg. 45.

¹¹⁷"La alquimia financiera de Cabal Peniche", Periódico El Financiero, México, 26 de septiembre de 1994, pg. 52.

A fines de ese último año, Cabal fue acusado por el Gobierno de quebranto patrimonial, delito contable y defraudación fiscal, por lo que la Comisión Nacional Bancaria intervino al Grupo Financiero Cremi-Unión y a la compañía DELMONTE, al frente de la cual ubicó, en noviembre de 1994, al empresario sonorense Eduardo Bours.

Actualmente, el gobierno mexicano tiene la participación mayoritaria en DELMONTE (NAFIN, el 9.5%, y Banco Unión el 52.2%), mientras que el Grupo Frutícola Mexicano conserva el 38.3% de las acciones.¹¹⁸ La empresa está en subasta, estando interesados en su adquisición, entre otros, los consorcios estadounidenses Chiquita Brands y Dole Foods.

Aunque el principal vínculo de los Lomelí y Canelos con DELMONTE giraba en torno a la exportación (sus productos se enviaban con la marca de esa compañía), también ese nexo fue significativo respecto al mercado interno. En las bodegas de esos comerciantes en CEDA-DF, CEDA-GDJA, y muy probablemente en CEDA-Monterrey, sus hortalizas se distribuían con esa marca. En el caso de los Lomelí, fue también por ese medio como expandieron la infraestructura con la que operaban en Guadalajara, cuyas características hemos ya reseñado.

También otros grandes empresarios hortícolas sinaloenses, como Demerutis y Andrade, éste último también gran mayorista de CEDA-DF, abastecían a DELMONTE de una diversidad de hortalizas para la

¹¹⁸"La agrocrisis tocó fondo: Eduardo Bours", Periódico El Financiero, México, 7 de agosto de 1995, pg. 22.

exportación. Su nexa con Cabal les permitió a algunos de ellos acceder a créditos de habilitación o avío otorgados por el Banco Unión, que llegaron a ser hasta por 70 millones de dólares. En un caso, se otorgaron 11.3 millones de dólares a la empresa sinaloense Agrícola Humaya S.A. de C.V., propiedad de Rolando Andrade, "para financiar parcialmente la producción de hortalizas para exportación y el mercado nacional", según rezaba en el contrato ante notario público.

Esa empresa agrícola fue creada en 1992, y firmó un contrato de exclusividad para entregar sus productos, con fines de exportación, a DELMONTE (tomate, pepino, chile morrón, etc,.).¹¹⁹

Sin embargo, a raíz de la intervención gubernamental en DELMONTE, los mayoristas de CEDA-DF se desligaron de esta empresa, la cual canceló durante el primer semestre de 1995 toda actividad enfocada al mercado interno nacional, por lo que le devolvió a Lomelí las dos bodegas que éste le rentaba en dicho centro mayorista.

Dada la importancia comercial de los mayoristas en cuestión, este constituye el caso más relevante de participación en el comercio interno de hortofrutícolas por parte de una empresa con gran importancia a nivel mundial, como es el caso de DELMONTE.

Asimismo, la presencia de Cabal (y muy probablemente la de los Lomelí y los Canelos) hace evidente que el abasto interno de hortofrutícolas no se ha salvado de ser reducto del lavado de dinero.

¹¹⁹"La alquimia financiera de Cabal Peniche", Op. Cit.

El caso de los hermanos Bátiz representa también un ejemplo de la participación de empresarios mayoristas y agrícolas en consorcios de grandes dimensiones, como en este caso Pulsar International, propiedad de Alfonso Romo Garza. Esta empresa, como ya mencionamos, se asoció en 1993 con los hermanos Bátiz, surgiendo de la fusión una nueva subsidiaria de Pulsar, Bionova, tenedora de los negocios relacionados con alimentos.

El Grupo Pulsar integra varias empresas con giros diferentes, desde la casa de bolsa Vector y la cigarrera La Moderna, hasta la empresa fabricante de alfombras Luxor. Tiene entre sus subsidiarias a Agroindustria La Moderna, que inició sus operaciones en el campo en 1991, y que se define como una de las compañías con mayor participación en el agro nacional, manejando alrededor de 12,250 hectáreas, principalmente de tabaco, así de como hortalizas, granos y frutas, distribuidas en los estados de Nayarit, Chiapas, Sonora y Veracruz.

La Moderna realiza agricultura de invernadero con alta tecnología y tiene proyectada una producción de 400 millones de plántulas para transplante, tanto de tabaco, como de hortalizas y flores. También comercializa agroquímicos, diseña e instala equipos de riego, ofrece servicios de control biológico, análisis de suelos, agua y tejidos, uso de fertilización líquida, etc., para lo cual cuenta con un Centro Internacional de Investigación y Capacitación Agrícola.¹²⁰ A fines de 1994 adquirieron la quinta

¹²⁰"Experiencia de asociación entre empresarios privados y productores agrícolas", Periódico Agrobusiness, México, agosto de 1994, pg. 17.

compañía productora de semillas híbridas de granos y hortalizas a nivel mundial, la Asgrow Seed Co., y en octubre de 1995 se realizó la fusión de ésta con Petoseed y Royal Sluis, quedando La Moderna con la compañía productora de semillas para frutas y vegetales más grande del mundo.¹²¹

La división Bionova planea realizar plantaciones comerciales de celulósicos en Tabasco, Campeche y Chiapas. Produce hortalizas en 4,000 hectáreas distribuidas en Sinaloa, Baja California y Sonora, con fines de exportación hacia E.U., y que en 1993 reportaron un valor de venta de 45 millones de dólares. La producción se lleva a cabo mediante asociaciones con productores, con contratos de por medio, donde se indica que la empresa recibe los productos a consignación y las utilidades se reparten por mitades. Entre los planes de Bionova figuraba en 1994 la asociación con 100 productores de melón del centro y costa de Chiapas para comercializar la fruta en E.U. durante el invierno.¹²²

Como parte de la investigación realizada por Bionova sobre semillas mejoradas, surgió la marca de jitomate Master's Touch, de larga vida de anaquel, que se exporta a E.U., y que se distribuye a través de Tanimura Distributing Company, en California, E.U..

Siendo miembro del Grupo Pulsar, Bátiz incursionó en el comercio mayorista de CEDA-DF y CEDA-GDJA, para lo cual abrió las

¹²¹"Pulsar compra Asgrow", en Revista AgroSíntesis, México, 30 de noviembre de 1994, pg. 54, y "Participará La Moderna con el 60% del capital social pra nuestra productora de semillas", Periódico El Financiero, México, 20 de octubre de 1995, pg. 18A.

¹²²"Incursiona Grupo Pulsar en la plantación de celulósicos", Periódico El Finaciero, México, 14 de julio de 1994.

bodegas denominadas "Comercializadora Premier", cerrando así un círculo de integración vertical que va desde la investigación en semillas hasta el comercio mayorista.

3.2.6. Algunas reflexiones finales

El análisis realizado hasta aquí ha revelado la existencia de un alto grado de integración (vertical y horizontal) y de diversificación por parte de un sector de la burguesía agrícola nacional. El empresario agrícola es también productor de semillas, agroindustrial, mayorista relevante, exportador, miembro de grandes empresas alimentarias, inversionista en los sectores de servicios (transporte) e industrial, y hasta banquero.

Los empresarios agrícolas-mayoristas están muy diversificados, no sólo en cuanto a las esferas de actividad que abarcan, sino a la gama de productos con los que trabajan, lo que los diferencia de la mayor parte de los comerciantes mayoristas de las diferentes Centrales de Abasto del país. En este último sentido, asistimos al tránsito de un período de especialización comercial que los caracterizó hasta la primera mitad de los ochentas, a otro de diversificación.

Dichos agentes son productores en diversas regiones del noroeste del país (uno de ellos incluso en E.U.), lo que les permite tener un abasto continuo de sus bodegas a lo largo del año. A pesar de ser un grupo de comerciantes relativamente nuevo, ha logrado adquirir una gran importancia como abastecedor del mercado

interno de jitomate y de otras hortalizas, estando presente en las principales Centrales de Abasto del país. Esto, aunado a la importancia que también tienen en el abasto de los mercados externos, les ha permitido cierto margen de maniobra en cuanto al destino de sus productos y, por tanto, mayor probabilidad de maximizar sus ganancias.

El análisis ha revelado también la importancia de los grupos familiares como sostén de las empresas agrícolas y comerciales, al igual que lo que ha ocurrido en el ámbito industrial-financiero, independientemente de que las empresas hayan perdido su organización de tipo tradicional-familiar, y se manejen como una organización moderna. Asimismo, ha quedado clara la existencia de nexos de los empresarios agrícolas-mayoristas con sectores productivos y comerciales estadounidenses.

Dentro de los rasgos principales que definen el perfil de los grandes mayoristas hay que mencionar también que su actividad al interior de CEDA-DF les reporta cuantiosas ganancias. Aunque la oferta y la demanda son los elementos claves en la fijación de los precios diarios en ese mercado, los grandes mayoristas tienen la capacidad de establecer precios de referencia para el resto de los comerciantes, apoyados en el alto porcentaje de la oferta que concentran. Dichos mayoristas comentan que diariamente, desde muy temprana hora, ellos o sus empleados empiezan a recorrer la plaza para ver el número de camiones estacionados cargados con jitomate, su calidad, y cómo se va moviendo la demanda, para entonces fijar el precio de su producto en las bodegas.

Los mayoristas insisten en que la demanda juega un papel muy importante ya que, aún cuando haya abundancia de producto, si la demanda es baja, el precio puede ser incluso más alto que en épocas en que escasea aquél, pero en que la demanda es muy grande. La evolución de los precios al mayoreo o de venta del jitomate en CEDA-DF a lo largo de los últimos años revela que aunque no siempre existe una relación inversa entre oferta y precios, sí se advierte una tendencia general en este sentido.¹²³

Lo que sí es claro es que un gran exceso de oferta en relación con la demanda puede hacer caer los precios de mayoreo de manera muy importante. Sin embargo, la oferta, que salvo siniestros climáticos o coyunturas especiales en el mercado externo, depende de las superficies sembradas, nunca ha sido controlada a nivel nacional, siendo lo común la existencia de ciclos anuales de escasez-abundancia, comunes, por demás, a la totalidad de los productos hortofrutícolas, sobre todo en el caso de los cultivos anuales.

Los logros realizados por los productores hortícolas del noroeste en relación al control de oferta se acotaron al producto que tiene como destino la exportación. Esto se hizo a través de las organizaciones representativas de los productores hortícolas más poderosos (los sinaloenses), como son la Confederación de Asociaciones Agrícolas del Estado de Sinaloa (CAADES) y la Unión

¹²³Véase a este respecto, del Servicio Nacional de Información de Mercados, los registros de precios de mayoreo (promedios semanales) del jitomate en sus dos variedades, vigentes en CEDA-DF durante los últimos cinco años.

Nacional de Productores de Hortalizas (UNPH), las que tenían la facultad, en coordinación con la Secretaría de Agricultura, de otorgar permisos de siembra a nivel nacional. Sin embargo, en 1989 el Estado decidió eliminar dichos permisos, como parte de su política de desregulación y retiro de la actividad económica, dejando la cuestión al libre juego de la oferta y la demanda.

El control de la oferta para el mercado interno no se ha dado ni entre los productores sinaloenses, aunque lo han incluido entre sus propuestas. Desde 1969 se llevaron a cabo ciertos intentos a través de CAADES; en 1976 surgió al interior de la UNPH el Comité Regulador de Hortalizas Frescas del Estado de Sinaloa para el Mercado Nacional, aunque éste se enfocó más bien al control de calidad de los envíos de jitomate fresco al mercado nacional.

En 1987, la UNPH recomendaba la formación de Comités Reguladores Hortofrutícolas en los Estados, para programar los cultivos y ordenar la comercialización en el mercado nacional, así como, en coordinación con el Programa de Bodegas Banrural, de Servicios Ejidales, S.A., la adquisición de bodegas mediante renta por tiempo compartido, en la Central de Abasto de la ciudad de México y en otras, para que los productores pudieran distribuir directamente sus hortalizas.¹²⁴

Sin embargo, la posición de la UNPH era ambigua y tímida en cuanto a la comercialización interna, debido a que entre sus agremiados y representantes figuraban, por supuesto, los

¹²⁴Unión Nacional de Organismos de Productores de Hortalizas y Frutas (UNPH), boletín bimestral no. 86, México, septiembre-octubre de 1987.

empresarios agrícolas y mayoristas que hemos analizado aquí. Por ello, no podían plantear un enfrentamiento entre productores y grandes comerciantes, y lejos de ello, entre los objetivos planteados por el Area Mercado Nacional de la UNPH, figura el de "asegurar la reedituabilidad económica de los productores comisionistas y distribuidores de jitomate y hortalizas frescas que destinan sus productos al mercado nacional".¹²⁵

Volviendo al aspecto de la reedituabilidad de la actividad de los mayoristas de CEDA-DF hay que señalar que si bien no existe control de oferta y en ocasiones los precios de venta llegan a ser inferiores a los costos de producción, el saldo general a lo largo del año y en el transcurso de éstos es sumamente favorable, y constituye una fuente de acumulación de capital importantísima. Aunque el cálculo de las ganancias que obtienen los productores-mayoristas es muy difícil, y su nivel muy variable, tenemos al menos idea de que los precios a los que venden su producto en CEDA-DF suelen estar entre un 100 y un 500% por encima de los costos de producción en el campo. Uno de los grandes mayoristas menciona que cuando hay una temporada muy buena, lo que puede ocurrir cada cierto número de años, él logra ganancias netas de 450 mil nuevos pesos en un sólo día, lo que desde luego lo compensa de aquellos años en los que gana poco o incluso pierde.

Finalmente, hay que señalar que la organización a la que pertenecen los comerciantes de hortofrutícolas de CEDA-DF, la Unión Nacional de Comerciantes de Frutas y Hortalizas (UNCOFYL), a juicio

¹²⁵UNPH, Op. Cit., pg. 2005.

de los grandes mayoristas, sólo les ha servido como freno a la corrupción de las autoridades de ese mercado y ha facilitado ciertos trámites administrativos. Sin embargo, en el caso de los grandes mayoristas aquí analizados, ellos cuentan con el apoyo, como productores, de organizaciones como las que ya hemos mencionado. A la cabeza de éstas han figurado constantemente grandes productores hortícolas sinaloenses, lo que, dada la relevancia de estos organismos cúpula a nivel nacional, les ha asegurado una cierta participación o vinculación con las estructuras de poder regional y nacional.